



ใบรับรองวิทยานิพนธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)

ปริญญา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

วิทยาศาสตร์การกีฬา

สาขา

คณะ

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

Factors Influencing the Intention to Attendance Professional Football  
Thai Premier League

นามผู้วิจัย นายณัฐวุฒิ พลศรี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

( อาจารย์พงษ์ศักดิ์ สวัสดิเกียรติ, Ph.D. )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

( รองศาสตราจารย์สุพิตร สมานิต, Ph.D. )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

( อาจารย์กิตติพงษ์ พูลชอบ, ประ.ด. )

ประธานสาขาวิชา

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราตรี เรืองไทย, Ed.D. )

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

( รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr. )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

สืบสินธุ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน  
ฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

Factors Influencing the Intention to Attendance  
Professional Football Thai Premier League

โดย

นายณัฐวุฒิ พลศรี

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)  
พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ณัฐวุฒิ พลศรี 2556: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ปริญาปรัชญาดุสิตบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา) สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์พงษ์ศักดิ์ สวัสดิ์เกียรติ, Ph.D. 180 หน้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ในฤดูกาล 2012 และพยากรณ์ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของแฟนคลับทั้งหมด 10 สโมสร ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถพยากรณ์ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันในมิติของแนวโน้มการจะกลับมาชมการแข่งขันอีก การแนะนำและบอกต่อ การติดตามข่าวสารของสโมสร การซื้อสินค้าที่ระลึก และการเข้าร่วมกิจกรรม และปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันในอนาคต ดังนั้น การเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬาเป็นสิ่งสำคัญมากต่อรายได้ของสโมสร และผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสโมสรฟุตบอลอาชีพในการรักษาแฟนคลับและบริหารสโมสรให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

---

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Nuttavut Phonsri 2013: Factors Influencing the Intention to Attendance Professional Football Thai Premier League. Doctor of Philosophy (Sport Science), Major Field: Sports Science, Faculty of Sports Science. Thesis Advisor: Mr. Pongsak Sawatdikiat, Ph.D. 180 pages.

The purpose of this study aims to examine the relationship among factors influencing and fans' intention related to attendance at home games in Thai Premier League for the 2012 season and predicts attendance using the selected factors. The data was collected from Stratified Sampling of 470 in 10 teams and examined using correlation and multiple linear procedures. The results indicate that there are several factors that are predictors of fans' intention of attendance such as re-attendance, word of mouth, recommendation to friends, following games on television and other media, purchasing team-related merchandise and participation in club's activities. These factors will result in increasing frequency of fans' attendance in the future. Consequently, understanding of factors influencing sport event attendance is crucial for the income of clubs. The results can be useful for professional football clubs in fans retention and operating sustainable business.

---

Student's signature

---

Thesis Advisor's signature

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความรัก และความเมตตากรุณาอย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.พงษ์ศักดิ์ สวัสดิ์เกียรติ รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิตร สมาชิกโต และ ดร.กิตติพงษ์ พูลชอบ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะ ตรวจสอบความถูกต้อง และให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งแล้วเสร็จ และขอขอบพระคุณคณาจารย์จากโครงการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา (ภาคพิเศษ) ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันถือเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ยังได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ อันได้แก่ คุณภัณฑิลา วิทยาภาเลิศ ผู้จัดการประชาสัมพันธ์และการพาณิชย์ สโมสรบางกอกกลาสเอพซี คุณจิระศักดิ์ โจมทอง ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ สโมสรชลบุรีเอพซี คุณธัญญา วงศ์นาค ผู้จัดการทีมสโมสรบีอีซี เทโรศาสนเอพซี คุณรณฤทธิ์ ชี้อวจา ผู้จัดการทั่วไป สโมสรเอสซีจี เมืองทอง หนองจอกยูไนเต็ด และคุณพิพัฒน์ วราเมทธิพัฒน์ ผู้ก่อตั้งอุลตราแมนเมืองทอง รวมถึงแฟนคลับทุกท่านที่ให้ความคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ เพื่อนๆ พี่ ๆ และน้องทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องข้อมูล การติดต่อ ประสานงาน และช่วยเหลือทุกๆ เรื่อง

ขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อธงชัย พลศรี คุณแม่วิมลศรี พลศรี คุณจุไรลักษณ์ พลศรี ภรรยา นายภูริณัฐ พลศรี และเด็กหญิงณิชาภัท พลศรี บุตรทั้งสองที่อยู่เคียงข้างให้กำลังใจ ตลอดจนญาติพี่น้องทุกท่านที่ให้กำลังใจในการศึกษา และสนับสนุนการทำวิจัยตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีซึ่งเป็นผลมาจากการงานวิจัยนี้ ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ณัฐวุฒิ พลศรี

เมษายน 2556

## สารบัญ

## หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่ได้รับ	7
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	11
การจัดการแข่งขันกีฬา	12
พฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬา	19
ผู้ชมการแข่งขันกีฬา	21
แฟนคลับ	23
แนวคิด และทฤษฎีความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน	25
แนวคิดปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ	27
แนวคิดปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน	31
แนวคิดปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	32
แนวคิดปัจจัยปฏิสัมพันธ์	37
แนวคิดปัจจัยกิจกรรมบันเทิง	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	42
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	42
ตัวแปรที่ศึกษา	46
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การตรวจสอบข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ค่าสัดส่วนร้อยละของแฟนคลับในแต่ละสโมสร	45
2	ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน	52
3	จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับที่ ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555	65
4	จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ	67
5	จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามการถือบัตร	65
6	จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนปีที่ เป็นแฟนคลับ	69
7	จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนปีที่ เป็นแฟนคลับ	71
8	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน แรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน	72
9	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน แรงจูงใจของแฟนคลับ	74
10	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ	75

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้าน ปฏิสัมพันธ์	76
12	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน กิจกรรมบันเทิง	77
13	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้าน ความตั้งใจเข้าชม การแข่งขัน	78
14	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกภาพรวม	83
15	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับภาพรวม	84
16	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกเพศชาย	90
17	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย	91
18	ประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้า ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกเพศหญิง	95
19	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศหญิง	96
20	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มที่ถือบัตรตัวปี และสมาชิก	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี และสมาชิก	102
22	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับทั่วไป	106
23	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับทั่วไป	107
24	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามความถี่การเข้าชม 3-12 นัดต่อฤดูกาล	113
25	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามความถี่การเข้าชม 3-12 นัดต่อฤดูกาล	114
26	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามความถี่ในการเข้าชม 13-17 นัดต่อฤดูกาล	118
27	ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามความถี่การเข้าชม 13-17 นัดต่อฤดูกาล	119

## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
2	แสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กีฬา	12
3	แสดงแนวคิดบันไดเลื่อนความถี่สำหรับการเข้าชมการแข่งขัน (The frequency escalator for sport attendance)	22
4	แสดงความสัมพันธ์ของความตั้งใจซื้อกับพฤติกรรม	26
5	กระบวนการการจูงใจผู้บริโภคกีฬา	28
6	แสดง โมเดลของลักษณะทางกายภาพสนามการแข่งขัน	33
7	แสดงการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling)	43

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันกีฬาอาชีพในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากมีผู้ให้ความสนใจติดตามชมการแข่งขันกันทั่วโลก ทำให้อัตราการเติบโตของจำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นจนกลายเป็นอุตสาหกรรมกีฬาที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศนั้นๆ ไม่แพ้อุตสาหกรรมด้านอื่นๆ ในการสร้างกำไร หรือความมั่งคั่งสู่สโมสรจึงเป็นวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายหนึ่งที่สำคัญของการบริหารสโมสรฟุตบอลอาชีพ ผลประกอบการเป็นตัววัดความอยู่รอดของสโมสร สำหรับประเทศไทยนั้น ได้การจัดการแข่งขันลีกฟุตบอลอาชีพสูงสุด หรือไทยพรีเมียร์ลีกมาตั้งแต่ปี 2552 ทุกสโมสรมีการลงทุนในเรื่องต่างๆ อาทิเช่น สนามการแข่งขัน สิ่งอำนวยความสะดวก ผู้บริหาร โค้ช นักเตะ และพนักงานผู้ให้บริการ เป็นต้น โดยมีรายได้มาจากแหล่งต่างๆ อาทิเช่น ค่าตั๋วผ่านประตู ค่าสินค้าที่ระลึก สปอนเซอร์ ค่าลิขสิทธิ์ เงินสนับสนุน และเงินรางวัล เป็นต้น แต่รายได้ที่สำคัญสำหรับสโมสรจะมาจากรายได้ของผู้เข้าชมการแข่งขันที่ซื้อตั๋วผ่านประตู และซื้อสินค้าที่ระลึกของสโมสร จากสถิติข้อมูลผู้เข้าชมการแข่งขันไทยพรีเมียร์ลีก ในฤดูกาล 2555 ความจุที่นั่งของสนามการแข่งขันทั้งหมดในไทยพรีเมียร์ลีกมีอัตราการใช้เฉลี่ยทั้งฤดูกาลเพียง 32 เปอร์เซ็นต์ต่อนัด ย่อมจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของสโมสรฟุตบอลในการสร้างและพัฒนาสโมสรให้ได้ตามมาตรฐานการจัดการแข่งขันของสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย และบรรลุเป้าหมายความสำเร็จจากการแข่งขัน ทำให้หลายสโมสรประสบปัญหาในการบริหารสโมสรดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (The Asian Football Confederation, 2010)

ในจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก จะมีแฟนคลับของทีมเหย้าที่มีอยู่ประมาณร้อยละ 80 ของจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน (ไทยพรีเมียร์ลีก, 2555) ซึ่งแฟนคลับเหล่านี้คือผู้สนับสนุนที่สำคัญในการจัดการแข่งขันทีมเหย้าทั้งรายได้และกำลังใจสำหรับนักเตะ จากข้อมูลสถิติในฤดูกาล 2552 ถึง 2554 ไทยพรีเมียร์ลีกมีจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันเฉลี่ย 3 ฤดูกาล เท่ากับ 4,717 คนต่อฤดูกาล ในขณะที่ลีกต่างประเทศ จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับที่สูงกว่ามาก อาทิเช่น ลีกในประเทศเอเชีย เจลีก ประเทศญี่ปุ่น จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันเฉลี่ย 3 ฤดูกาล เท่ากับ 17,770 คนต่อฤดูกาล หรือ ลีกในประเทศยุโรป พรีเมียร์ลีก ประเทศอังกฤษ จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันเฉลี่ย 3 ฤดูกาล เท่ากับ 34,675 คนต่อฤดูกาล บุนเดสลีกา ประเทศเยอรมัน จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันเฉลี่ย 3 ฤดูกาล เท่ากับ 43,423 คนต่อฤดูกาล (Attendance, 2013) แสดงถึงระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันของแฟนคลับในไทยพรีเมียร์ลีกน้อยกว่าลีกในต่างประเทศมาก และสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกยังไม่มีมาตรการวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันของแฟนคลับ แต่ในส่วนของสโมสรฟุตบอลอาชีพ

ในลีกต่างประเทศมีการวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันของแฟนคลับ แล้วมิติที่ใช้วัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันที่ต่างประเทศนี้จะประกอบด้วยมิติอะไรบ้าง

ในการวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬา นั้น มีการนำเอามิติการวัดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า หรือบริการของ Zeithaml, *et al.* (1990, 1996) ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ การกลับมาใช้บริการอีก การบอกต่อและแนะนำคนอื่น การเต็มใจที่จะจ่ายแพงสำหรับสินค้า หรือบริการที่ดีมากกว่า และการร้องเรียน มาปรับใช้ ในสำหรับวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬา อาทิเช่น Cronin, Brady, and Hult (2000) วัดความตั้งใจของคุณภาพ คุณค่า และความพึงพอใจของลูกค้า Menefee (2009) วัดความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอลด้วยมิติการกลับมาชมอีก การแนะนำและบอกต่อ และการซื้อสินค้าที่ระลึก Carroll (2009) วัดมิติการกลับมาชมอีก การแนะนำและบอกต่อ การซื้อของที่ระลึก และการติดตามข่าวสารของสโมสร Yoshida and James (2010) วัดมิติการจะกลับมาชมการแข่งขันอีกครั้ง และการแนะนำเพื่อน หรือคนอื่นให้มาเข้าชมการแข่งขัน ดังนั้นในการวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาจะประกอบไปด้วยหลายมิติ อาทิเช่น การกลับมาชมอีก การแนะนำและบอกต่อ การติดตามข่าวสารของสโมสร และการซื้อสินค้าที่ระลึก นอกจากการวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาแล้ว ปัจจัยอะไรบ้างที่จะทำให้ระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันของแฟนคลับเพิ่มขึ้น หรือ ลดลง

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันนั้น มีหลายปัจจัย อาทิเช่น ปัจจัยแรงจูงใจของ Wann, *et al.* (1999) ได้พัฒนาแบบวัดการจูงใจผู้ชมกีฬา ประกอบด้วย 8 มิติ คือ ความตื่นเต้น ความภาคภูมิใจ การละออกจากชีวิตประจำวันของตน ความสนุกสนาน เศรษฐกิจ ศิลปะการแสดง กลุ่มสังคม และครอบครัว ปัจจัยสแตเดียมของ Wakefield, *et al.* (1996) วัดลักษณะทางกายภาพของสแตเดียม 7 มิติ ได้แก่ บริเวณของสภาพแวดล้อมสแตเดียม การเข้าถึงและออกจากสแตเดียม ความทันสมัยสิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของสกอร์บอร์ด การควบคุมฝูงชน ที่นั่งสบาย แพนผังการเข้าออก สแตเดียม ปัจจัยเศรษฐศาสตร์ของ Baade and Tiechen (1990) เป็นการวัด 3 มิติ ได้แก่ ราคาตั๋วปีของทีมเหย้า ราคาตั๋วหน้าสนามของทีมเหย้า ราคาตั๋วเข้าชมกีฬาอาชีพประเภทอื่น ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน Hensen and Gauthier (1989) วัด 7 มิติ ได้แก่ การบันทึกผลแพ้-ชนะของทีมเหย้า จำนวนนักเตะที่มีชื่อเสียงของทีมเหย้า จำนวนนักเตะที่มีชื่อเสียงของทีมเยือน การบันทึกผลแพ้-ชนะของทีมเหย้า ความทุ่มเทของทีมในการแข่งขันเป็นที่หนึ่ง การแข่งขันในโอกาสพิเศษ และอันดับทีมในลีก ปัจจัยประชากรเป็นการศึกษาภูมิหลังของผู้เข้าชม ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น ปัจจัยคุณค่าของกีฬาสู่ชุมชน Zhang, Pease, and Hui (1996) วัด 8 มิติ ได้แก่ ความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน พฤติกรรมที่แสดงออกทั่วไป การหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน การแสวงหาความเป็นเลิศ ทรรศนะทางสังคม การตระหนักถึงสุขภาพ คุณภาพของแต่ละบุคคล โอกาสทางธุรกิจ ปัจจัยความทุ่มเทและสนใจในกีฬา วัดการมีส่วนร่วม หรือเกี่ยวข้องกับกีฬา ปัจจัยความเป็นตัวตนของแฟนตามแนวคิดของ Wann and Branscombe (1993) วัด 4 มิติ คือ ลักษณะเฉพาะของทีม ลักษณะเฉพาะของคลับสโมสร ลักษณะเฉพาะพันธมิตร และลักษณะเฉพาะกิจกรรม จากปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้เป็น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬา แต่ในบริบทประเทศไทย ปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับ

สำหรับในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาปัจจัยที่จะเพิ่มระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับจนเปลี่ยนเป็นแฟนพันธุ์แท้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ทำให้ได้กรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ดังนี้ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ความบันเทิง ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอล ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย 2 มิติ ได้แก่ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน และปัจจัยกิจกรรมบันเทิง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยทั้งหมดเหล่านี้จะส่งผลต่อระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับ ใน 5 มิติ ได้แก่ การกลับมาชมอีก การแนะนำและบอกต่อ การซื้อสินค้าที่ระลึก การติดตามข่าวสารของสโมสร และการเข้าร่วมกิจกรรม รวมถึงการช่วยให้ผู้บริหารสโมสรเข้าใจ และดำเนินการจัดการให้มีความสำคัญว่าโครงการใดควรทำก่อน หรือทำหลัง หรือต้องทำเป็นประจำ

จากปัจจัยดังกล่าวทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยกิจกรรมบันเทิงจะส่งผลต่อระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับ ทำให้เกิดรู้สึกความผูกพัน และทุ่มเท ติดตามชมการแข่งขันทุกนัด ทั้งเหย้าและเยือน แสดงออกโดยการใส่เสื้อสโมสร ชูผ้าพันคอเชียร์ที่สนาม หรือ ใส่เสื้อสโมสรในชีวิตประจำวัน พุดคุยในสิ่งดีๆ ของสโมสรกับคนอื่น แนะนำเพื่อนๆ มาชมการแข่งขัน โปสท์สิ่งดีๆเกี่ยวกับทีมในเฟซบุ๊ก ติดตามข่าวสารทางสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต หรือ สื่อออนไลน์รูปแบบต่างๆ และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้แฟนคลับมีส่วนร่วม หรือเป็นส่วนหนึ่งของทีม พฤติกรรมเหล่านี้จะทำให้แฟนคลับกลายเป็นแฟนพันธุ์แท้ ที่มีความจงรักภักดีต่อสโมสรอย่างเหนียวแน่น ไม่ว่าสโมสรจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร แฟนพันธุ์แท้กลุ่มนี้ก็จะไม่เปลี่ยนใจหันไปสนับสนุนสโมสรอื่น ทำให้สโมสรสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ปัจจัยเหล่านี้อาจจะส่งผลให้การดำเนินการของสโมสรมีโอกาสประสบความสำเร็จ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับ
2. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับ

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แฟนคลับของทีมเหย้าอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ในฤดูกาลการแข่งขันปี 2555 ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคมถึงวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2555 และมีประสบการณ์เข้าชมในฤดูกาล 2554 อย่างน้อย 3 นัดขึ้นไป

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยทำการศึกษารอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่ประกอบด้วยชุดตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ได้แก่

1. ตัวแปรแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม
2. ตัวแปรแรงจูงใจของแฟนคลับ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ความบันเทิง ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอล
3. ตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย 2 มิติ ได้แก่ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการ

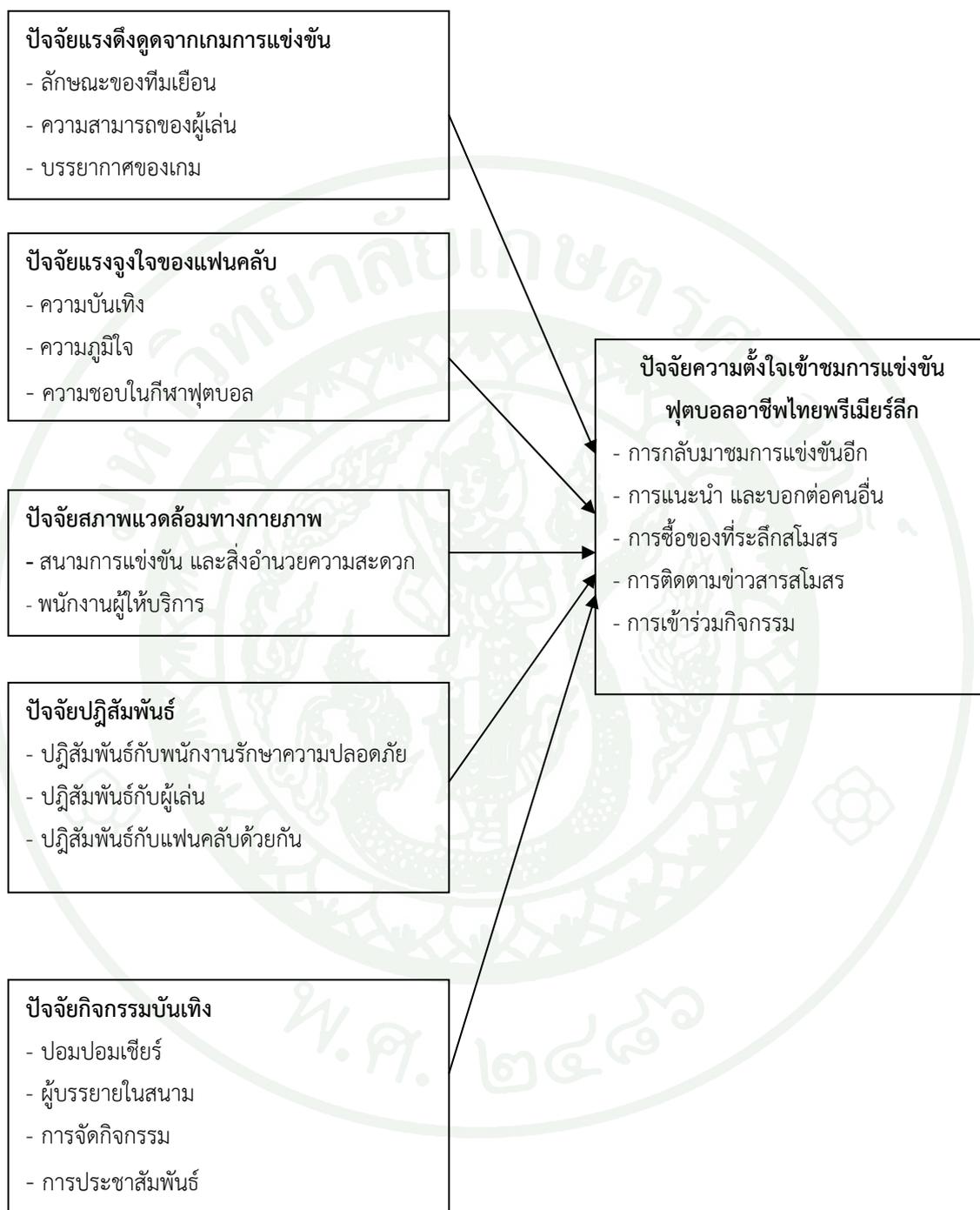
4. ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน

5. ตัวแปรกิจกรรมบันเทิง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยทำการศึกษารอบแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ไทยพรีเมียร์ลีก โดยประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ การกลับมาชมการแข่งขันอีก แนะนำบอกต่อคนอื่น การซื้อของที่ระลึกสโมสร การติดตามข่าวสารสโมสร และการเข้าร่วมกิจกรรม



### กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย



**ไทยพรีเมียร์ลีก** หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพซึ่งจัดโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ บริหารงานโดย บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เป็นลีกระดับสูงสุดของระบบลีกฟุตบอลไทย มีทีมเข้าร่วมการแข่งขัน 18 ทีม (ฤดูกาล 2555) ได้แก่

1. สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด
2. สโมสรเอสซีจี เมืองทองฯ ยูไนเต็ด
3. สโมสรชลบุรี เอฟซี
4. สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี
5. สโมสรบีอีซี เทโรศาสน
6. สโมสรโอสถสภา เอ็ม150-สระบุรี
7. สโมสรอีสาน ยูไนเต็ด
8. สโมสรอินทรีเพื่อนตำรวจ
9. สโมสรพัทยา ยูไนเต็ด
10. สโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด
11. สโมสรการทำเรือไทย เอฟซี
12. สโมสรอาร์มี่ ยูไนเต็ด
13. สโมสรทีทีเอ็ม เชียงใหม่
14. สโมสรสมุทรสงคราม เอฟซี
15. สโมสรทีไอที เอสซี

16. สโมสรบีบีซียู เอฟซี

17. สโมสรชัยนาท เอฟซี

18. สโมสรว๊วชน ยูไนเต็ต

**ลีก (League)** หมายถึง กลุ่มของทีมกีฬาหรือนักกีฬาของแต่ละบุคคลที่จะแข่งขันกันในกีฬาที่เฉพาะเจาะจง

**กีฬาอาชีพ** หมายถึง กีฬาที่เล่นเป็นอาชีพ ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมแพร่หลายทั้งผู้ชมและผู้เล่น นักกีฬามีระดับความสามารถสูง มีการจัดระบบการแข่งขันที่เป็นมาตรฐาน มีองค์กรกีฬาอาชีพ มีพระราชบัญญัติกีฬาอาชีพ นักกีฬาและผู้เกี่ยวข้องสามารถหาเลี้ยงชีพได้ ในการประกอบกิจกรรมในกีฬานั้นๆ โดยมีรายได้เพียงพอแก่การดำรงชีวิต หรือกีฬาที่มีผู้เล่นมีเจตนาที่จะเล่นเพื่อหารายได้มายังชีพ เป็นอาชีพหลัก โดยการพัฒนา นักกีฬา และบุคลากรทางการกีฬาอาชีพให้มีมาตรฐานสากล จัดให้มีกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพทางการกีฬาที่เหมาะสมและทันสมัย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

**สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย (AFC: Asian Football Confederation)** หมายถึง องค์กรที่ควบคุมการแข่งขันฟุตบอลในทวีปเอเชีย จัดการเกี่ยวกับทีมฟุตบอล เงินรางวัล กฎระเบียบ รวมถึงลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดฟุตบอล เอเอฟซี เป็น 1 ใน 6 สมาคมที่จัดการแข่งขันฟุตบอลทั่วโลกของฟีฟ่า

**ทีมเหย้า** หมายถึง ทีมที่จัดการแข่งขันในสนามของตัวเอง

**ทีมเหย้า** หมายถึง ทีมที่เดินทางไปแข่งขันที่สนามของทีมอื่น

**กรุงเทพและปริมณฑล** หมายถึง เขตเมืองของกรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่ตั้งอยู่โดยรอบ ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดสมุทรสาคร

**การแข่งขันแฟนคลับตามประเภทการถือบัตร** แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. แฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี หมายถึง แฟนคลับที่ถือบัตรที่เข้าชมได้ทั้งฤดูกาล สามารถเลือกที่นั่งได้ และได้รับสิทธิพิเศษแล้วแต่ละสโมสรเป็นผู้กำหนด

2. แฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก หมายถึง แฟนคลับที่ถือบัตรที่สมัครเป็นสมาชิกของสโมสร ใช้สำหรับซื้อตั๋ว หรือสินค้าที่ระลึกของสโมสร และได้รับสิทธิประโยชน์แล้วแต่ละสโมสร

3. แฟนคลับทั่วไป หมายถึง แฟนคลับที่ไม่มีบัตรอะไร ซื้อตั๋วการแข่งขันตามจุดที่สโมสรกำหนด

**แรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน** หมายถึง แรงกระตุ้นที่ทำให้แฟนคลับเข้าชมการแข่งขันจากการเปลี่ยนแปลงตลอดจากเกมหนึ่งไปอีกเกมหนึ่ง และสัปดาห์หนึ่งไปอีกสัปดาห์หนึ่ง ของลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม ในฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

**แรงจูงใจของแฟนคลับ** หมายถึง ความต้องการภายในของแฟนคลับแต่ละคนว่าเหตุการณ์ใด หรือได้รับประสบการณ์ใด เช่น ความบันเทิง ความภูมิใจ และ ความชอบในกีฬาฟุตบอลที่เป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ

**สภาพแวดล้อมทางกายภาพ** หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้และควบคุมได้ของสถานที่ใช้ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ได้แก่ ที่ตั้งของสโมสร สกอร์บอร์ด ป้ายบอกข้อมูล ห้องน้ำ ที่นั่ง อาหารและเครื่องดื่ม แพนผัง รวมถึงพนักงานที่ให้บริการทั้งในและนอกสนามการแข่งขัน ได้แก่ พนักงานขายตั๋ว พนักงานต้อนรับ พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานเก็บตั๋ว และพนักงานนำทาง เป็นต้น

**ปฏิสัมพันธ์** หมายถึง การติดต่อสื่อสาร พบปะระหว่างแฟนคลับกับผู้เล่น และพนักงานของสโมสร หรือทุกๆ เรื่องภายในและนอกสนามการแข่งขัน

**กิจกรรมบันเทิง** หมายถึง การจัดงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ภายในและภายนอกสนามการแข่งขันของสโมสรทีมเหย้า ได้แก่ ปอมปอมเชียร์ การประกาศของผู้บรรยาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

**ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน** หมายถึง พฤติกรรมที่จะกระทำในอนาคต อันได้แก่ การกลับมาชมการแข่งขันอีก การแนะนำและบอกต่อ การซื้อของที่ระลึกสโมสร การติดตามข่าวสารสโมสร และเข้าร่วมกิจกรรม

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

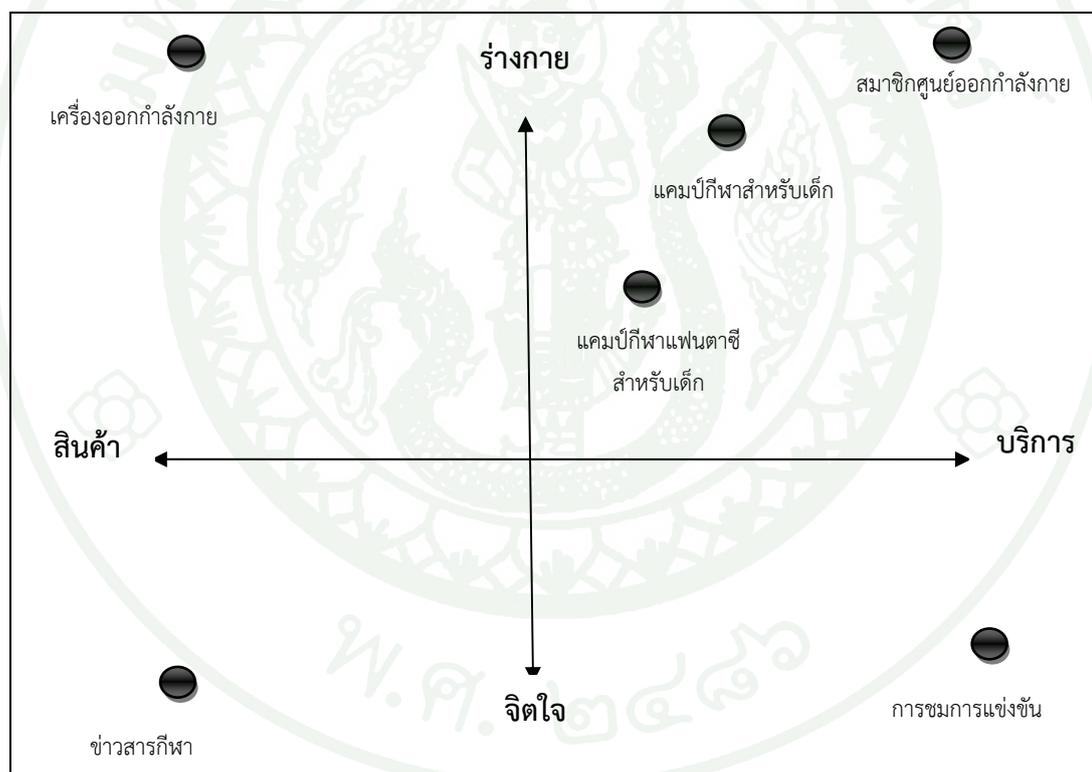
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก โดยผู้วิจัยขอเสนอหัวข้อต่างๆ ตามลำดับ ดังนี้

1. การจัดการแข่งขันกีฬา
2. พฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬา
3. ผู้ชมการแข่งขันกีฬา
4. แฟนคลับ
5. แนวคิด และทฤษฎีความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน
6. แนวคิดปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ
7. แนวคิดปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน
8. แนวคิดปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
9. แนวคิดปัจจัยปฏิสัมพันธ์
10. แนวคิดปัจจัยกิจกรรมบันเทิง
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การจัดการแข่งขันกีฬา

ในการจัดการแข่งขันกีฬานั้น ผู้จัดการแข่งขันไม่สามารถควบคุมผลการแข่งขันได้ ส่งผลทำให้ผู้ชมอาจจะร่าเริง หรือเศร้าเมื่อจบการแข่งขันกีฬาจึงเป็นความบันเทิงที่ไม่สามารถจะคาดเดาได้ Shank (2009) แต่ผู้จัดการแข่งขันสามารถใช้ส่วนขยายของผลิตภัณฑ์เพิ่มความสนุกสนานในการแข่งขัน (Mullin *et al.*, 2007; Buhler and Nufer, 2010)

สำหรับการจัดการแข่งขันกีฬา Mullin *et al.* (2007) ได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์กีฬาบนแกนเอ็กซ์ (X) หรือแกนนอน คือ ร่างกายกับจิตใจ และแกนตั้ง คือ สินค้าและบริการ ดังในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กีฬา

แหล่งที่มา: Shank (2009: 23)

ในการจัดการการแข่งขันนั้น ผู้จัดการแข่งขันมีหน้าที่บริหารจัดการการแข่งขันกีฬา ดังนี้ การจัดการความเสี่ยงในด้านต่างๆ เช่น การสูญเสียในด้านทรัพย์สิน อุปกรณ์ การสูญเสียภาพลักษณ์ที่ดี และการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด การดำเนินรายการแข่งขัน ได้แก่ แผนผังการจัดงาน อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ตารางงานของกิจกรรมต่างๆ ผู้สนับสนุน ข้อตกลงการวางป้ายและสถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม การขายของที่ระลึก กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การขนส่งที่บ้านพักนักกีฬา การสื่อสารพนักงาน ความรับผิดชอบส่วนบุคคลสายการบังคับบัญชา หัวข้อการรักษาความปลอดภัย นโยบายการควบคุมฝูงชน การลงทะเบียน การจัดการอาสาสมัคร และการตลาดการจัดรายการแข่งขัน (Masteralexis et al., 2005)

สำหรับการจัดการการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกในฤดูกาล 2555 มีอยู่ทั้งหมด 18 ทีม ลักษณะของการแข่งขันในระบบลีกเป็นการแข่งขันแบบพบกันหมด โดยแต่ละทีมจะแข่งขันเป็นทีมเหย้า 1 ครั้งและเป็นทีมเยือน 1 ครั้ง เท่ากับว่าจะต้องแข่งขันทีมละ 34 นัด โดยเป็นทีมเหย้า 17 นัด และทีมเยือน 17 นัด เมื่อรวมการแข่งขันทั้งฤดูกาลเท่ากับ 306 นัด สนามแข่งขันที่ใช้ในการแข่งขันจะต้องมีมาตรฐาน ดังต่อไปนี้

1. สนามการแข่งขันมีอัฒจันทร์ที่สามารถจุผู้ชมได้ไม่น้อยกว่า 5,000 คน มีระบบการแบ่งแยกเขตกองเชียร์ของทีมเหย้า และทีมเยือนอย่างชัดเจน มีรั้วกั้นเขตระหว่างที่นั่งของกองเชียร์กับที่นั่งของวีไอพี และระหว่างกองเชียร์กับที่นั่งผู้สื่อข่าว รวมทั้งระหว่างที่นั่งวีไอพีกับที่นั่งของผู้สื่อข่าว นอกจากนี้จะต้องมีรั้วกั้นโดยรอบระหว่างอัฒจันทร์กับสนาม เพื่อป้องกันมิให้ผู้ชมลงไปในสนามได้ รั้วกั้นโดยรอบดังกล่าว ต้องมีความสูงอย่างน้อย 1.50 เมตร และมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด

2. สนามการแข่งขันมีห้องอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานต่างๆ เช่น ห้องผู้ตัดสิน มีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 12 ตารางเมตร และมีห้องน้ำในตู้ ห้องพนักงานกีฬาพร้อมห้องน้ำในตู้ 4 ห้อง สำหรับทีมเหย้าและทีมเยือนแต่ละห้องมีเนื้อที่ไม่น้อยกว่า 40 ตารางเมตร ห้องผู้สื่อข่าว มีระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) เพื่อใช้รายงานผลการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สถานที่ที่จัดไว้สำหรับการแถลงข่าวก่อน และหลังการแข่งขัน สถานที่กลางเพื่อให้นักกีฬาพบปะสื่อมวลชนและแฟนบอล

3. สนามการแข่งขันมีขนาดของสนามแข่งขันได้มาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศหรือฟีฟ่า (FIFA) ผิวพื้นเรียบ และมีหญ้าปกคลุมสม่ำเสมอ (หญ้าธรรมชาติหรือหญ้าเทียมก็ได้) ขอบเขตของสนามแข่งขันมีรายละเอียด ดังนี้ คือ ขนาดของสนาม ความยาว (เส้นระหว่างประตู) ไม่น้อยกว่า 105 เมตร หรือ 115.5 หลา และไม่เกินกว่า 110 เมตร หรือ 120 หลา ความกว้าง (เส้นข้างถึงเส้นข้าง) ไม่น้อยกว่า 68 เมตร หรือ 74.8 หลา และไม่เกินกว่า 70 เมตร หรือ 77 หลา

กรณีที่เป็นทีมเหย้า สโมสรสมาชิกที่เป็นทีมเหย้าจะทำการแข่งขันในเวลาหลังจาก 16.00 น. ได้ต่อเมื่อได้จัดเตรียมไฟส่องสนามแข่งขัน ที่มีความเข้มของแสงอย่างน้อย 1,200 ลักซ์ตามมาตรฐานระบบส่องสว่างสนามฟุตบอล และต้องมีเครื่องปั่นไฟสำรอง หรือมีมาตรการอื่นใดเทียบเท่า ที่จะสามารถจ่ายไฟให้กับสนามการแข่งขันได้ภายใน 15 นาที หลังจากที่ไฟฟ้าสาธารณะขัดข้อง และต้องได้รับการตรวจสอบจากผู้ควบคุมการแข่งขันก่อน เว้นแต่ “คณะกรรมการ” จะกำหนดความเข้มของแสงเป็นการผ่อนผันให้ชั่วคราว ในกรณีที่สนามแข่งขันมีระยะห่างจากอัมพันท์ผู้ชมน้อยกว่า 10 เมตร ต้องจัดสร้างรั้วเพื่อป้องกันผู้ชมกระทำการในลักษณะไม่พึงประสงค์ ด้วยความสูงไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และมีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเหมาะสม

ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการในวันแข่งขัน ณ สนามเหย้า สโมสรจะต้องจัดให้มีคณะกรรมการจัดการแข่งขันของตนเองเพื่อดูแลรับผิดชอบ และบริหารควบคุมกำกับดูแลกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับ

1. จัดให้มีการเก็บค่าผ่านประตู เพื่อเป็นรายได้เข้าสโมสร ส่วนรายได้ส่วนหนึ่งจะต้องนำส่งให้กับบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด หรือไม่ และเป็นอัตราเท่าใดขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างกัน
2. รับผิดชอบค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น และเกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเจ้าหน้าที่ของสนาม และองค์กรสมาชิก ค่าใช้จ่ายเจ้าหน้าที่ตำรวจ และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ถูกจัดส่งมาดูแลความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายเจ้าหน้าที่อื่นๆ เช่น แพทย์พยาบาล และรถพยาบาล เจ้าหน้าที่ประจำเปล เด็กเก็บลูกฟุตบอล ค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมน้ำดื่ม และน้ำแข็ง ให้กับนักกีฬาฟุตบอล เจ้าหน้าที่ทีมเยือน ผู้ควบคุมการแข่งขัน กรรมการตัดสินและวีไอพีตามสมควร องค์กรสมาชิกจะต้องยินยอมให้คณะกรรมการจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทยติดตั้งป้ายโฆษณาในสนามแข่งขันของตนเองได้ตามข้อกำหนดและเงื่อนไขที่จะตกลงกัน องค์กรสมาชิกมีสิทธิในการดำเนินการด้านสิทธิประโยชน์ของตนเอง แต่จะต้องไม่ขัดกับสิทธิประโยชน์โดยรวมของบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด และของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของทีมเยือนทีมเยือนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

สโมสรที่รับผิดชอบจัดการแข่งขัน ในกรณีที่ทีมเหย้าจะต้องพิจารณาจัดสรรบัตรผ่านประตูจำนวนหนึ่งให้กับทีมเยือน โดยทีมเยือนจะต้องจ่ายเงินตามอัตราค่าผ่านประตูที่ทีมเหย้าเป็นผู้กำหนด และขายให้กับประชาชนโดยทั่วไปตามปริมาณที่ไม่ต่ำกว่าจำนวนร้อยละ 10 ของความจุที่นั่งของสนามเหย้า หรือตามแต่ปริมาณที่ทั้งสองฝ่ายจะตกลงกัน สโมสรที่เป็นทีมเหย้าจะต้องไม่ขายบัตร

ผ่านประตูเกินปริมาณความจุของอฒจันทร์เป็นอันตราย หากฝ่าฝืนองค์การสมาชิกจะต้องรับผิดชอบกับค่าเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

ความรับผิดชอบในเรื่องการแข่งขันอื่นๆ สโมสรควรจัดให้มีคณะกรรมการจัดการแข่งขันของตัวเอง ในกรณีที่เป็นการทีมเหย้า หรืออย่างน้อยที่สุดจะต้องแต่งตั้งผู้จัดการสนาม ผู้ซึ่งจะมีอำนาจและทำหน้าที่ในการสั่งการหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสนาม โดยประสานงานกับผู้ควบคุมการแข่งขันที่ได้รับมอบหมายจากบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ในวันแข่งขัน เพื่อสอบถามและตรวจสอบความพร้อมของสนามที่จะทำการแข่งขัน โดยที่ความรับผิดชอบของผู้จัดการสนามจะรวมถึงงานต่างๆ ที่จะต้องควบคุมกำกับและดูแล ดังนี้ คือ

### 1. งานรักษาความปลอดภัย

1.1 การดูแลทางเข้าออกสนามของผู้ชม ทั้งก่อนและหลังการแข่งขัน ให้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และมอบหมายให้รับผิดชอบเข้าปฏิบัติหน้าที่อย่างน้อย 2 ชั่วโมงก่อนการแข่งขันจะเริ่ม และต้องอยู่ปฏิบัติหน้าที่จนกระทั่งผู้ชมและนักกีฬาออกจากสนามจนหมดสิ้น

1.2 การดูแลความปลอดภัยให้แก่เจ้าหน้าที่นักกีฬา และผู้ตัดสินตลอดการแข่งขัน ให้เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ จัดกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจมาประจำอยู่ที่สนามแข่งขันอย่างน้อย 30 นาย เพื่อให้การอารักขาและดูแลนักกีฬาและผู้ตัดสินโดยเฉพาะผู้ตัดสิน ให้วางกำลังประจำหน้าห้องพักของบุคคลดังกล่าว จนกระทั่ง บุคคลทั้งหมดได้ออกจากสนามเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และทั้งนี้ให้รวมถึงการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจจำนวนหนึ่ง เข้าอารักขาผู้ตัดสิน ตั้งแต่สนามจนถึงห้องพักทั้งจบครั้งแรก และครึ่งเวลาหลัง ซึ่งในกรณีปกติ การอารักขานี้อาจทำในระยะห่างๆ ได้

1.3 การดูแลความปลอดภัยให้แก่ผู้ชมตลอดการแข่งขัน วางกำลังเจ้าหน้าที่ด้วยจำนวนที่เหมาะสมเข้าประจำตามจุดต่างๆ ที่ผู้จัดการสนามเห็นสมควร โดยเฉพาะอฒจันทร์ที่มีรั้วปิดกั้นระหว่างกองเชียร์ของคู่แข่ง และรวมถึงมาตรการห้าม และตรวจเช็ค การพกพาอาวุธ และนำวัสดุที่อาจแปรสภาพ ใช้เป็นสิ่งของทำร้ายกัน หรือก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น ขวดน้ำ แก้ว หรือพลาสติก เครื่องดื่มที่บรรจุในภาชนะโลหะ พลุ ดอกไม้ไฟ ฯลฯ เข้าไปในสนาม

1.4 การดูแลความปลอดภัยให้แก่ ผู้ชมวีไอพี ให้วางกำลังเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้แก่บุคคล หรือคณะบุคคลระดับวีไอพีที่เข้าชม และให้มีการกั้นบริเวณให้เป็นสัดส่วนเฉพาะ และปฏิบัติหน้าที่จนบุคคลดังกล่าวเดินทางกลับ

1.5 การดูแลความปลอดภัยห้องจำหน่ายตั๋ว ควรจัดกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจจำนวนหนึ่ง เข้าทำการอารักขาให้ความปลอดภัยแก่เจ้าหน้าที่ที่ขายตั๋วที่รับผิดชอบเงินเป็นจำนวนมาก

1.6 การกำหนดทางเข้าทางออกสนามอาจกำหนดประตูเข้าให้เปิดเป็นบางประตู แต่เมื่อถึงตอนฟุตบอลจบการแข่งขันควรเปิดทุกประตู

1.7 อัฒจันทร์และห้องอำนวยความสะดวกต่างๆ ควรมีอุปกรณ์ดับเพลิงฉุกเฉินที่ใช้งานได้เสมอตามสมควร

## 2. งานด้านเทคนิคกีฬา

2.1 การจัดการสนามแข่งขันและพิธีการที่เกี่ยวข้อง ผู้รับผิดชอบต้องเตรียมสนาม และอุปกรณ์ในการแข่งขันให้เรียบร้อยล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน รวมทั้งงานพิธีการที่เกี่ยวข้อง เช่น การเตรียมลำดับขั้นตอนการแข่งขันตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ การประสานงานกับงานถ่ายทอดสด และกำหนดพื้นที่ที่ให้หน่วยงานต่างๆ ได้เข้าปฏิบัติงานในพื้นที่บริเวณที่แข่งขัน

2.2 การรักษาพยาบาล และรถพยาบาล รับผิดชอบกำหนดให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ในกรณีที่ต้องมีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ส่วนการที่ต้องใช้รถพยาบาลนำนักกีฬาหรือผู้ชมส่งโรงพยาบาล ให้เน้นถึงความจำเป็นที่ต้องใช้รถพยาบาลกู้ชีพประจำสนาม โดยมีรถที่มีอุปกรณ์ช่วยชีวิตประจำการอยู่ ซึ่งข้อกำหนดนี้มีความจำเป็นอย่างสูงในการช่วยชีวิตระหว่างการนำส่งโรงพยาบาล รถที่นำส่งที่ไม่มียุทธภัณฑ์อาจทำให้เกิดการสูญเสียชีวิตในระหว่างการเดินทางได้ สิ่งที่ต้องคำนึงอย่างยิ่ง คือ ตำแหน่งที่จอดรถพยาบาล ควรอยู่ในตำแหน่งที่พร้อมเดินทาง และปราศจากสิ่งกีดขวางทุกชนิด

2.3 การขนส่งการจราจร และพื้นที่จอดรถ รับผิดชอบในการเตรียมพื้นที่จอดรถ สำหรับเจ้าหน้าที่นักกีฬา และผู้ชม และการจราจรรอบใน รวมถึงการจราจรรอบนอกที่ติดขัดทั้งก่อนและหลังการแข่งขัน ซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้นักกีฬาเดินทางมาถึงสนามล่าช้ากว่ากำหนด การจัดโซนนิ่งประเภทของรถและบุคคลเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยเฉพาะที่จอดรถของบุคคลสำคัญ นักกีฬา และผู้ตัดสิน

2.4 การจำหน่ายตั๋ว และที่นั่ง การจำหน่ายตั๋ว ควรกำหนดให้ไม่เกินกว่าความจุของที่นั่งในสนาม ถ้ามีการจำหน่ายเกินก็จะก่อให้เกิดปัญหาในการดูแล และควบคุมผู้ชมได้ไม่ทั่วถึง และปัญหาที่ตามมาก็คือ การเบียดบังแย่งกันชมการแข่งขัน และมีผู้ชมบางส่วนเข้าไปใช้พื้นที่บริเวณแข่งขัน ทำให้การแข่งขันอาจดำเนินไปด้วยความไม่เรียบร้อย บริษัทฯ จะไม่อนุญาตให้มีผู้ชมไปยืนชมการแข่งขัน

ข้างสนาม หรือหลังประตู โดยไม่มีอัฒจันทร์รองรับ ที่ตั้งของอัฒจันทร์หลังประตูควรมีความห่างจากเส้นประตูไม่น้อยกว่า 6 เมตร (ถ้ามีระยะน้อยกว่า ให้แก้ไขตามสภาพความเป็นจริง)

2.5 การรับรองบุคคลสำคัญ ในการแข่งขันบางนัดอาจมีบุคคลสำคัญหลายระดับเข้าชม ดังนั้น ต้องมีการกำกับดูแลให้เป็นไปตามลำดับชั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าเยี่ยมชมของบุคคลในราชวงศ์ รวมถึงการจัดหาเจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับบุคคลในทุกๆ ระดับ

2.6 การเตรียมห้องพักนักกีฬาจากการตรวจสนามที่ผ่านมา พบว่าหลายสนามมิได้จัดเตรียมห้องรับรอง และสถานที่กับส่วนประกอบต่างๆ อย่างถูกต้อง จึงควรถือปฏิบัติตามที่กำหนดไว้ในหนังสือคู่มือด้านสนามแข่ง

2.7 การออกไอดีการ์ด ทางสนามควรออกไอดีการ์ดให้กับเจ้าหน้าที่ของสโมสร โดยแยกออกเป็นโซนๆ ให้เหมาะสมกับเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ ทั้งนี้ให้รวมถึงการออกไอดีการ์ด หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ที่เห็นได้ชัดเจน เช่น เสื้อเอี๊ยมให้กับสื่อมวลชนที่ได้รับอนุญาตให้เข้า และลงไปทำข่าวในสนามแข่งขันโดยจะต้องแยกเสื้อเอี๊ยมอย่างชัดเจนระหว่างช่างภาพนิ่ง และช่างภาพเคลื่อนไหว และเสื้อเอี๊ยมต้องไม่ตรงกับเสื้อเอี๊ยมที่ทำการแข่งขันในวันดังกล่าว

### 3. งานประชาสัมพันธ์

3.1 การใช้เครื่องขยายเสียงในสนามขอให้เน้นใช้เฉพาะเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันเท่านั้น และผู้ใช้ต้องเข้าใจขั้นตอนในการใช้ด้วยว่าเมื่อใดควรใช้ และคำพูดใดเหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งบางโอกาสการใช้เครื่องขยายเสียงสามารถนำไปสู่การคลี่คลายเหตุการณ์ที่ไม่ปกติได้ ดังนั้นบุคคลที่ทำหน้าที่นี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจด้วย

3.2 การประชาสัมพันธ์ในสนาม และการแจกจ่ายข้อมูลข่าวสาร เช่น สูจิบัตร แผ่นพับ ใบปลิว มีส่วนทำให้การแข่งขันมีบรรยากาศที่น่าสนใจ ในกรณีที่ผู้ชมได้รับข้อมูลข่าวสารสถิติต่างๆ จะทำให้เกิดความสนุกสนานเร้าใจยิ่งขึ้น

3.3 การอำนวยความสะดวกของสื่อมวลชน ควรจัดสถานที่ให้แก่สื่อมวลชน โดยเฉพาะทั้งผู้สื่อข่าว และช่างภาพ ในกรณีของช่างภาพที่เข้าทำงานในพื้นที่แข่งขัน ควรขอความร่วมมือในการสวมใส่เสื้อแสดงตน ก็จะทำให้บรรยากาศในสนามดูดีเรียบร้อย และคึกคักยิ่งขึ้น หรือทางสโมสรจัดทำชุดช่างภาพที่สีไม่เหมือนกับสีชุดแข่งขันของทั้งสองทีม และควรออกไอดีการ์ดให้เพื่อการแสดงตัว

ตั้งได้กล่าวแล้ว นอกจากนี้ บริเวณที่นั่งของผู้สื่อข่าว ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อใช้ เครื่องมือสื่อสาร อีกทั้งควรจัดทำรายชื่อเพื่อการลงทะเบียนให้กับสื่อมวลชนด้วย

3.4 การถ่ายทอดสดเจ้าหน้าที่ต้องประสานงานกับฝ่ายถ่ายทอดสด ในการกำหนดวางจุดของกล้อง และบริเวณที่จอดรถโมบาย ไม่ควรอนุญาตให้ตั้งกล้องในลู่วิ่ง รวมทั้งกำหนดพื้นที่ในการบรรยายให้ผู้บรรยายอยู่ในตำแหน่งที่สะดวก และง่ายต่อการปฏิบัติหน้าที่ ไม่สมควรเป็นอย่างยิ่งที่จะให้ตั้งกล้องบริเวณระหว่างที่นั่ง ผู้เล่นสำรอง หรืออยู่ด้านหลังของผู้ตัดสิน หรือด้านหลังของที่นั่งของวีไอพี

3.5 การแถลงข่าวหลังการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ควรได้รับรู้ว่าทั้ง 2 ทีม จะมีการแถลงข่าวหรือไม่จากการประชุมผู้จัดการทีม และควรแจ้งให้สื่อมวลชนได้รับทราบทุกครั้งไป ที่จริงแล้วควรจะได้จัดให้มีการแถลงข่าวทุกครั้ง ส่วนการติดโลโก้บนฉากหลังของการแถลงข่าวให้ประสานงานกับบริษัท ไทยพีบีเอส จำกัด ถึงเรื่องสิทธิประโยชน์ก่อนเสมอ

#### 4. งานสาธารณูปโภคและงานรักษาความสะอาดสุขอนามัย

4.1 ต้องจัดให้มีการบริการน้ำประปาและไฟฟ้าในทุกส่วนของสนาม รวมถึงการตรวจสอบไฟส่องสว่างในทุกพื้นที่ของสนาม

4.2 มีการดูแลรักษาความสะอาดในบริเวณสนาม รวมถึงการจัดภาชนะรองรับขยะให้พอเพียง ทั้งในห้องสุขาและบริเวณโดยรอบเป็นอย่างดี

4.3 ควรดูแลและจัดระเบียบร้านค้าแผงลอย และรถเข็นให้อยู่ในบริเวณที่ถูกต้อง บางสนามมีคว้นจากการประกอบอาหารเข้าไปรบกวนผู้ชมบางส่วนบนอัฒจันทร์ และบางสนามร้านค้าเหล่านี้กีดขวางเส้นทางการสัญจรของผู้ชม รถพยาบาล และเจ้าหน้าที่ตำรวจอีกด้วย

#### 5. งานรองรับเหตุฉุกเฉิน

5.1 เพื่อป้องกันปัญหาทางด้านเทคนิค เช่น ไฟฟ้าดับ สาธารณูปโภคขัดข้อง เจ้าของสนามควรได้จัดให้มีช่างเทคนิคประจำอยู่ตลอดเวลา และควรมีการประสานงานหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรง (การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค) ด้วย

5.2 ควรมีแผนการระบายน้ำในสนาม เช่น มีเครื่องสูบน้ำไว้ตามจุดที่สำคัญเพื่อเตรียมแก้ปัญหาหน้าท่วมสนามแข่งขัน ในกรณีฝนตกหนัก เป็นต้น

5.3 ควรมีการเตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทบกระทั่งของกองเชียร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการแข่งขันจบลง รวมทั้งเหตุเพลิงไหม้ ที่อาจเกิดจากไฟฟ้าลัดวงจร ความสับสนของการใช้ไฟหุงต้ม เป็นต้น ปัญหาจากการข่มขู่ ก่ออาชญากรรม และการก่อการร้ายในรูปแบบต่างๆ (ไทยพีบีเอส, 2555)

สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

การจัดการการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพีบีเอส หมายถึง การจัดการแข่งขันฟุตบอลรายการไทยพีบีเอสโดยใช้สถานที่จัดการแข่งขันและทีมงานของทีมเหย้า

สนามการแข่งขัน หมายถึง สถานที่จัดการแข่งขัน บริเวณโดยรอบภายใน และภายนอกสนามแข่งขัน ทั้งลานจอดรถและพื้นที่ต่างๆ โดยรอบที่กำหนดให้จัดกิจกรรมสำหรับการแข่งขัน

### พฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา

Kotler (1997) พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยมีสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งส่งผลต่อการตอบสนองของผู้ซื้อ หรือตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

Solomon (1996) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการเลือก จัดซื้อ ใช้ หรือจัดการหลังการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ การบริการ ความคิดหรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนา

Schwarz and Hunter (2008: 90) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา คือ การดำเนินการที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหา การสั่งซื้อ การซื้อ การใช้ และการประเมินสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคคาดว่าจะตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของเขา

Funk (2008: 6) ให้คำนิยามของพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา และการแข่งขัน (SECB: sport and event consumer behavior) หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคล หรือกลุ่มในการเลือก จัดซื้อ ใช้ หรือจัดการหลังการบริโภคกีฬา และการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อตอบสนอง ความต้องการ และการได้รับสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ ผู้บริโภคกีฬาจะต้องอุทิศเวลาในการชมทั้งการ แข่งขันในสนาม และผ่านโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต รวมถึงความทุ่มเทเงินสำหรับการบริโภค กิจกรรม การซื้อตั๋ว การสมัครสมาชิก การเดินทาง ของที่ระลึก การลงทะเบียนกีฬา อุปกรณ์กีฬา สื่อ เป็นต้น

Solomon (2009) ได้แบ่งขั้นตอนในกระบวนการบริโภค เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนก่อนการซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคจะเริ่มต้น จากการพิจารณาว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์อย่างไร มีแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกต่างๆ อะไรบ้าง
2. ขั้นตอนการซื้อและบริโภค เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อ และการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจะมีคำถามตั้งแต่ จะซื้อหรือไม่ ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร ซื้อเท่าใด ซื้อบ่อยเท่าใด ใช้เวลายาวนานเท่าใด ในการหา การใช้
3. ขั้นตอนภายหลังการซื้อ เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการซื้อ ความพึงพอใจ ความภักดี การบอกต่อเชิงบวก ความตั้งใจซื้อในอนาคต

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมออกมานั้น มีทั้งปัจจัยภายใน และภายนอก ปัจจัยภายใน จะมาจากความหลากหลายของปัจจัยปัจเจกบุคคล เช่น บุคลิกภาพ ที่มีแนวคิดของตัวเอง และลักษณะ ของจิตวิทยาที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม มีขบวนการเรียนรู้ สร้างให้เกิดการบริโภคใน รูปแบบของความรู้สึกเกี่ยวพันในกีฬา ซึ่งมี 3 รูปแบบ (Mullin *et al.*, 2007: 68–69) คือ

แบบที่ 1 ความรู้สึกเกี่ยวพันด้านพฤติกรรม (behavioral involvement) เป็นการลงมือทำ เช่น เล่นกิจกรรมที่จัดในเกมส์สำหรับแฟน การนั่งดูทีวี การฟังวิทยุ

แบบที่ 2 ความรู้สึกเกี่ยวพันด้านเหตุผล (cognitive involvement) เป็นการได้มาของข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับกีฬา จากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โปรแกรมการแข่งขัน วิทยุ โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อหลักสำหรับการมีส่วนร่วม

แบบที่ 3 ความรู้สึกเกี่ยวพันด้านอารมณ์ (affective involvement) เป็นเรื่องทัศนคติ ความรู้สึกและอารมณ์ที่มีต่อกิจกรรมกีฬา

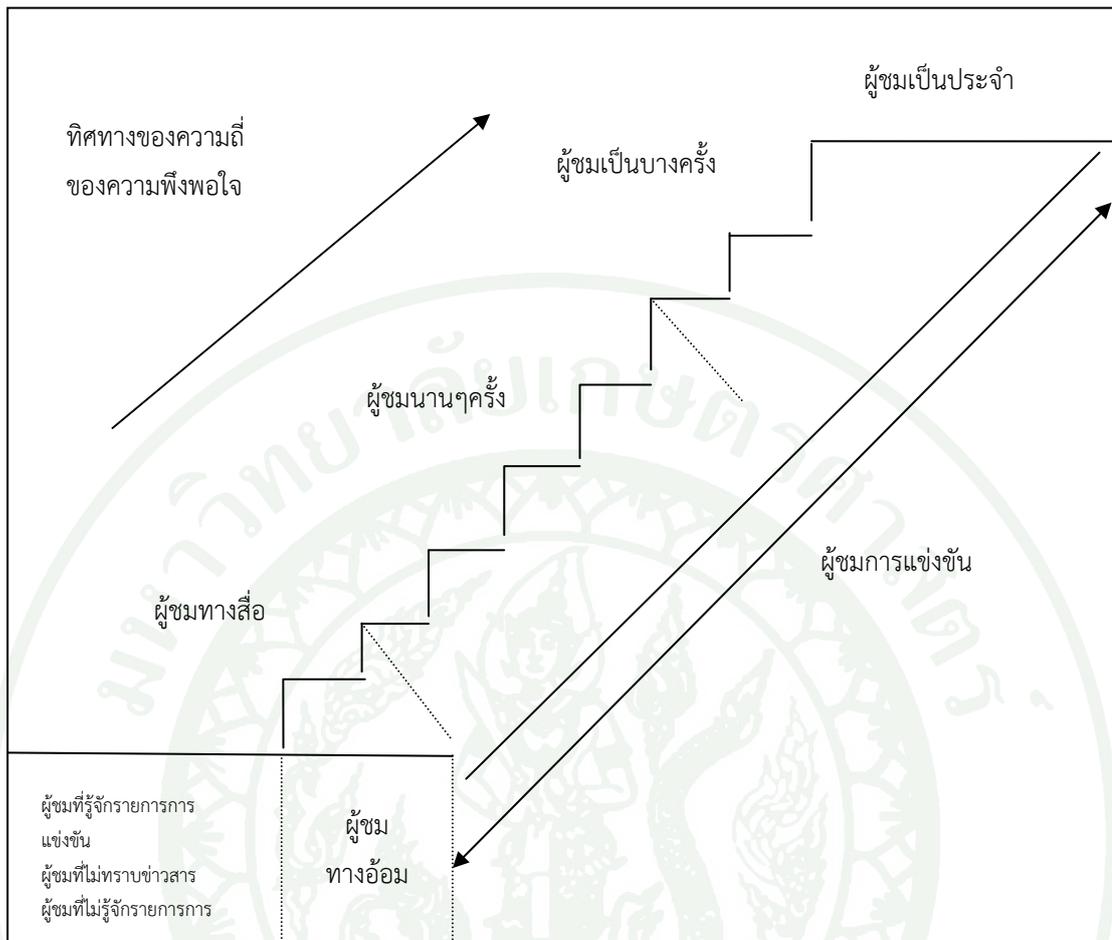
ความมุ่งมั่น ทุ่มเท (commitment) เป็นการกล่าวถึง ความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาของผู้ชม ช่วงเวลาการแข่งขัน และความรู้สึกเกี่ยวพันอย่างเต็มที่ หรือความเต็มใจที่จะจ่ายเงิน เวลา และพลังงานของร่างกาย ในรูปแบบการมีส่วนร่วมในกีฬา

สำหรับในการทำวิจัยครั้งนี้

พฤติกรรมของผู้ชมการแข่งขัน หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีความมุ่งมั่น ทุ่มเท ความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน การซื้อสินค้าที่ระลึก การติดตามข่าวสาร การแนะนำและบอกต่อ และการเข้าร่วมกิจกรรม

### ผู้ชมการแข่งขันกีฬา

Shank (2009: 11) ได้แบ่งผู้ชมการแข่งขันกีฬา ออกเป็น 2 ประเภท คือผู้ชมการแข่งขันทางตรง และผู้ชมการแข่งขันทางอ้อม ซึ่งผู้ชมการแข่งขันทางตรง หมายถึง การชมการแข่งขันที่สถานที่จัดรายการแข่งขัน ส่วนผู้ชมการแข่งขันทางอ้อม หมายถึง การอ่าน ฟัง ดูการแข่งขันผ่านสื่อมีเดียรูปแบบต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ และวิทยุ เป็นต้น นอกจากนี้ ส่วนผู้ชมที่เข้าชมการแข่งขันที่สถานที่จัดรายการแข่งขัน หรือทางตรง มี 2 แบบ คือ ตัวของผู้บริโภคที่เข้าชมการแข่งขันด้วยตัวเอง กับบริษัทที่ซื้อห้อง หรือบ็อกพิเศษ สำหรับลูกค้าของบริษัทเข้าชมการแข่งขัน



ภาพที่ 3 แสดงแนวคิดบันไดเลื่อนความถี่สำหรับการเข้าชมการแข่งขัน (The frequency escalator for sport attendance)

แหล่งที่มา: Mullin *et al.* (2007: 42 - 43)

Mullin *et al.* (2007: 42 - 43); Schwarz and Hunter (2008: 24 - 26) แบ่งกลุ่มผู้ชมที่เข้าชมการแข่งขันที่สถานที่การแข่งขัน ออกเป็นระดับแบบบันไดเลื่อนความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา ตามภาพที่ 2 โดยมีระดับการแบ่งผู้ชมการแข่งขันกีฬา ดังนี้

ระดับหนึ่ง ผู้ที่ไม่เคยชมการแข่งขัน (nonconsumers) มี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นที่ไม่รู้จักรายการการแข่งขัน กลุ่มสองเป็นพวกที่ไม่ได้รับข่าวสารของรายการแข่งขัน และกลุ่มสุดท้ายเป็นพวกที่รู้จักรายการแข่งขัน

ระดับสอง ผู้ชมการแข่งขันกีฬาทางอ้อม (indirect consumers) เป็นผู้ที่ชมการแข่งขันกีฬาผ่านสื่อกลาง หรือซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรายการการแข่งขัน เช่น การดูกีฬาทางโทรทัศน์ การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือ ซีดีดีวีดี และหมวกของทีมกีฬา

ระดับสาม ผู้ชมการแข่งขันกีฬาที่ไม่มีรูปแบบ หรือไม่มีการวางแผนที่จะเข้าชมการแข่งขัน ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันเป็นครั้งแรก หรือเรียกว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬานานๆครั้ง (light user) ปีหนึ่งมีการเข้าชมการแข่งขันกีฬา หนึ่ง หรือสองครั้ง โดยได้รับตัวฟรี หรือเพื่อนชวน

ระดับสี่ ผู้ชมการแข่งขันกีฬาที่มีรูปแบบการเข้าชม เป็นผู้ชมที่เข้าชมประมาณร้อยละ 10-30 ของรายการแข่งขัน หรือเรียกว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเป็นบางครั้ง (medium user)

ระดับห้า ผู้ชมที่ถือตัวปี หรือเรียกว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเป็นประจำ (heavy user) หรือเป็นขั้นสูงสุด ผู้ชมกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังในการเป็นคนสำคัญ และได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด

Buhler and Nufer (2010) กลุ่มผู้ชมที่เข้าชมการแข่งขันที่การจัดการแข่งขัน สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ชมที่มุ่งเน้นการบริโภค (consumption-oriented fan) หรือความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายสำหรับความบันเทิงในการชมการแข่งขัน กลุ่มผู้ชมที่มุ่งเน้นกีฬา (sports-oriented fan) หรือการแสดงออกในลักษณะเฉพาะที่เหมือนกัน เช่น ไม่มีเหตุผล จงรักภักดี และหลงใหล เป็นกลุ่มผู้สนับสนุนแบบดั้งเดิม กลุ่มผู้ชมที่มุ่งเน้นการแข่งขัน (event-oriented fan) หรือกลุ่มที่ค้นหาความสนุกทั้งในและรอบๆ สนามการแข่งขันโดยไม่คำนึงถึงเกมการแข่งขัน เช่น กลุ่มฮูลิแกน (hooligans) กลุ่มอุลตรา (ultras) และกลุ่มกราวนด์ฮอปเปอร์ (groundhoppers)

สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้ชม หมายถึง ผู้ที่ชมการแข่งขันกีฬาที่สถานที่จัดการแข่งขัน

### แฟนคลับ

แฟน ความหมายใน พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ศูนย์สารสนเทศราชบัณฑิตยสถาน, 2542) หมายถึง ผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง แฟนภาพยนตร์ แฟนมวย ผู้เป็นที่ชอบพอรักใคร่ คู่รัก สามี หรือภรรยา

แฟน (fan) ใน Longman Dictionary of Contemporary English (2011) หมายถึง ผู้ที่ชอบกีฬาโดยเฉพาะ หรืองานศิลปะอย่างมาก หรือผู้ที่ชื่นชอบคนที่มีชื่อเสียง

แฟนคลับ (fan club) คือ กลุ่มคนที่คลั่งไคล้หรืออุทิศตนให้กับบุคคล กลุ่ม แนวความคิด หรือในบางครั้งกับสิ่งไม่มีชีวิต (เช่น อาคารที่มีชื่อเสียง) แฟนคลับส่วนใหญ่จะทุ่มเทเวลา และสิ่งของเพื่อสนับสนุน ในบางครั้งจะมีการตั้งแฟนคลับอย่างเป็นทางการ โดยดำเนินการร่วมกับกลุ่ม หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ชื่นชอบโดยตรง แฟนคลับส่วนใหญ่จะเป็นนักแสดง ดารา นักร้อง ทีมฟุตบอล เป็นต้น (วิกิพีเดีย, 2555)

Wann, Melnick, Russell, and Pease (2001: 2) อธิบายความหมายของคำว่า ผู้ชมการแข่งขัน และแฟนคลับ ดังนี้คือ แฟนคลับเป็นผู้ที่สนใจ และติดตามกีฬา ทีม หรือนักกีฬา ส่วนผู้ชม (หรือเรียกว่าผู้บริโภคร) เป็นผู้ที่ทำกิจกรรมภายในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา โดยการเข้าชมการแข่งขันในสถานที่จัดการแข่งขัน หรือผ่านสื่อของโทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

Buhler and Nufer (2010: 64) ได้ให้ความหมายของ แฟนคลับ หรือผู้สนับสนุนว่าเป็นผู้ที่แสดงตัวตนเกี่ยวกับสโมสรกีฬา โดยเฉพาะความรู้สึกเกี่ยวพันที่เฉพาะเจาะจงในระดับอารมณ์ ความคิด และพฤติกรรม

Shank (2009) ได้ให้ความหมายของลักษณะแฟนคลับว่า เป็นผู้ที่มีมุ่งมั่น ทุ่มเทส่วนบุคคล และความรู้สึกเกี่ยวพันด้านอารมณ์ของแฟนกับนักกีฬา หรือสโมสรกีฬา

Buhler and Nufer (2010) ได้กล่าวถึง ลักษณะของแฟน หรือผู้สนับสนุน ว่าเป็นผู้ที่มักจะหลงใหล หรือประทับใจเกี่ยวกับทีมที่เค้าชื่นชอบที่สุดมากกว่าความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายออกไป ผู้ที่แสดงออกถึงความจงรักภักดีในระดับสูง เกี่ยวกับทีมที่เค้าชื่นชอบที่สุด และเป็นแฟนตลอดไปไม่เปลี่ยนแปลง และผู้ที่ไม่ม่มีเหตุผลในพฤติกรรมของผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อของระลึกที่มีตราสัญลักษณ์ของทีมที่เค้าชื่นชอบที่สุด โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ หรือราคาเป็นเชื่อมโยงถึงความจงรักภักดี น้อยมากที่แฟนจะเปลี่ยนสโมสรเนื่องจากราคาของตัว

Shank (2009) ได้อธิบายถึง ระดับความเป็นตัวตน หรือเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ความเป็นตัวตนต่ำ (low Identification) หรือ “social fans” แฟนบอลผู้ซึ่งเข้าชมการแข่งขันเพื่อพบปะ ทางสังคม หรือสนุกสนาน ชอบบรรยากาศของเกม การส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมระหว่างพักการแข่งขัน และรู้สึกของความสนิทสนมของการสร้างสรรค์กิจกรรม ความเป็นตัวตนปานกลาง (medium Identification)

หรือ “focused fans” แฟนบอลจะเชื่อมโยงกับทีม หรือผู้เล่นช่วงสั้นๆ ถ้ามันเป็นปีที่ดีก็ชมต่อ แต่เมื่อไร ทีมเล่นแย่งก็จะเลิกชมทันที ความเป็นตัวตนสูง (high Identification) หรือ “vested fans” อยู่บน การทุ่มเทกีฬา ทีม หรือผู้เล่น ระยะยาว มักจะเชียวชวนแฟนบอลอื่นๆตามภักดีต่อทีม และสำรวจให้ ทีมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของชุมชน ส่วนที่ได้จากการจัดการ ผลลัพธ์ที่ได้คือ high Identification ก็ จะลดความรู้สึกไวต่อราคา และความสามารถของทีมหรือผลแพ้ชนะ

สำหรับในการทำวิจัยครั้งนี้

แฟนคลับ หมายถึง ผู้ที่สนใจและติดตามผู้เล่น หรือสโมสรฟุตบอล โดยมีความถี่ในการเข้าชม การแข่งขันในสนามเหย้าตั้งแต่ 3 - 12 นัดต่อฤดูกาล

### แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

Hellier *et al.* (2003) ได้ให้ความหมายว่า ความตั้งใจกลับมาซื้ออีก เป็นกระบวนการของ การซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทเดียวกันบนพื้นฐานของประสบการณ์ก่อนหน้านี้ ซึ่งยังคงมีความ พอใจอยู่

Ajzen (2005) ได้ให้ความหมาย ความตั้งใจไว้ว่า เป็นข้อบ่งชี้ของความต้องการของผู้บริโภค เพื่อซื้อสินค้า หรือบริการซ้ำที่ผู้บริโภคเคยใช้สินค้า หรือได้รับบริการมาก่อน

ปณิศา มีจินดา (2553) ได้ให้ความหมาย ความตั้งใจซื้อไว้ว่าเป็น แนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะวัดในรูปแบบของความตั้งใจที่จะซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนา กลยุทธ์การตลาด

ความตั้งใจซื้อ เป็นการแสดงถึงการเลือกใช้สินค้า และบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก และ กล่าวว่าการตั้งใจซื้อเป็นมิติหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดีของลูกค้า โดยความจงรักภักดี ประกอบด้วย 4 มิติ (Parasuraman *et al.*, 1985; Zeithaml, Berry, and Parasuraman, 1990)

1. ความตั้งใจซื้อ (purchase intention) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้า และบริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้

2. พฤติกรรมการบอกต่อ (word of mouth communication) คือ การที่ผู้บริโภคพูดถึงแต่เรื่องที่ดีเกี่ยวกับสินค้าและบริการ รวมถึงแนะนำ และกระตุ้นให้บุคคลอื่นเกิดความสนใจ และมาใช้สินค้าและบริการนั้น ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ได้

3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (price sensitivity) คือ การที่ผู้บริโภคไม่มีปัญหาเมื่อมีการขึ้นราคาสินค้าและบริการ ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินที่สูงกว่าที่อื่น หากสินค้าและบริการนั้นสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้

4. พฤติกรรมการร้องเรียน (complaining behaviors) คือ การที่ผู้บริโภคร้องเรียน เมื่อเกิดปัญหา อาจจะร้องเรียนกับผู้ให้บริการ บอกต่อคนอื่น หรือส่งเรื่องไปยังหนังสือพิมพ์ ส่วนนี้เป็นการวัดถึงการตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภค

Zeithaml, Barry, and Parasuraman (1996) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมความตั้งใจที่จะกลับมารับการบริการซ้ำนั้น การบอกต่อในเชิงบวก การแนะนำบริษัท หรือบริการให้กับคนอื่น ความจงรักภักดีต่อบริษัท หรือบริการอย่างเหนียวแน่น การใช้จ่ายมากขึ้น และลูกค้าเต็มใจที่จ่ายแพงขึ้นสำหรับสินค้าหรือบริการที่ดีมากกว่า

Fishbein and Ajzen (1975) ได้อธิบายความหมายของ ทฤษฎีการให้เหตุผลไว้ว่า ผู้บริโภคจะแสวงหาความจำเป็นของผลิตภัณฑ์ ภายหลังจากซื้อ จากทฤษฎีนี้การโฆษณาควรให้เหตุผลเชิงบวกแก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ ซึ่งสามารถใช้ได้ในช่วงสั้นๆ เท่านั้น ประเด็นสำคัญคือจะต้องพยายามทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นหลังซื้อ ทศนคติที่เกิดขึ้นเชิงบวกทำให้ผู้บริโภคแสดงออกถึงความตั้งใจซื้อ และความตั้งใจซื้อเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างทศนคติและพฤติกรรม ดังรูปภาพที่ 4 ดังนั้น กลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงทศนคติของผู้บริโภคมี 2 วิธีคือ การเปลี่ยนแปลงทศนคติของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน และผู้ที่ไม่เคยใช้มาก่อน



ภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของความตั้งใจซื้อกับพฤติกรรม

ที่มา: ปณิศา มีจินดา (2553)

สำหรับการวิจัยในด้านการแข่งขันกีฬา วัตถุประสงค์ใจกลับมาชมการแข่งขันของผู้ชม 5 ด้าน คือ ด้านความตั้งใจจะกลับมาชมการแข่งขันอีกครั้ง (Cronin, Brady and Hult, 2000; Carroll, 2009; Menefee, 2009; Yoshida and James, 2010) ด้านแนะนำเพื่อน หรือคนอื่นให้มาเข้าชมการแข่งขัน (Cronin, Brady and Hult, 2000; Carroll, 2009; Menefee, 2009; Yoshida and James, 2010) ด้านการซื้อของที่ระลึก (Carroll, 2009) ด้านการติดตามข่าวสาร (Carroll, 2009) และด้านการเข้าร่วมกิจกรรม

### การศึกษาวิจัยครั้งนี้

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน หมายถึง พฤติกรรมที่จะกระทำในอนาคต อันได้แก่ การกลับมาชมการแข่งขันอีก การแนะนำและบอกต่อ การซื้อของที่ระลึกสโมสร การติดตามข่าวสารสโมสร และการเข้าร่วมกิจกรรม

### แนวคิดปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ

ปัจจัยที่สำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อสโมสรฟุตบอลอาชีพในปัจจุบัน คือ แรงจูงใจแฟนกีฬาที่สโมสรต้องสร้างแรงกระตุ้นให้แฟนกีฬาเข้ามาชมการแข่งขัน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีในการชมจนเกิดความพึงพอใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสโมสรกับแฟนกีฬา ทำให้แฟนกีฬากลับมาชมการแข่งขัน หรือซื้อสินค้าของสโมสรอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่น จนกลายเป็นความภักดีต่อสโมสรตลอดไป

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจ หรือแรงกระตุ้น (motivate) คือ ความต้องการที่มีแรงผลักดันเพียงพอที่จะชักนำให้บุคคลตอบสนองความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ

Al-Thibiti (2004: 8) ได้ให้คำนิยามของ แรงจูงใจแฟนกีฬา (sport fan motivation) ว่าเป็นการกล่าวถึงเหตุผลที่เป็นแรงขับเคลื่อนบุคคลให้สนับสนุนทีมกีฬา จะภักดีต่อทีมกีฬา ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาหรือทีม ดู และเข้าชมกิจกรรมกีฬา

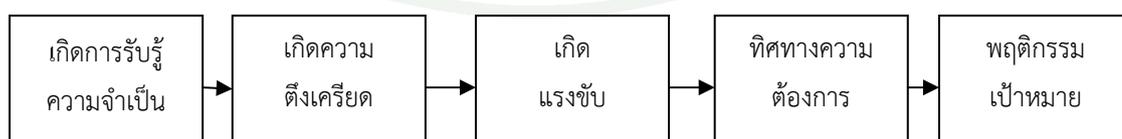
แรงจูงใจ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) และแรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) แรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง มีผลทำให้คนแสดงพฤติกรรมออกไป เพราะรักหรือชอบที่จะทำอย่างนั้นจากใจจริง ส่วนแรงจูงใจ

ภายนอกนั้น หมายถึงแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับสิ่งจูงใจจากภายนอกตัวเรา ด้วยความมุ่งหมายที่จะให้เราทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

แรงจูงใจเป็นอิทธิพล หรือส่งผลในตอนเริ่มต้น ที่ขับเคลื่อนการตอบสนองความพึงพอใจของ ความจำเป็นและต้องการ เมื่อเกิดความเครียดทางอารมณ์ ผู้บริโภคจะวางแผนที่จะเติมเต็มความจำเป็น ด้วยอิทธิพลมาจากบุคลิก และขบวนการเรียนรู้ ผลลัพธ์จากการริเริ่มของพฤติกรรมจะนำความคาดหวัง ไปสู่การเติมเต็มของความจำเป็นและต้องการ แรงจูงใจผู้บริโภคมีหลายรูปแบบ อาทิเช่น ความสำเร็จ และความภูมิใจ ทักษะการเล่นของซูเปอร์สตาร์ สุขภาพร่างกาย และการออกกำลังกาย ความสนุก และงานเทศกาล ความรัก ความผูกพัน หรือชุมชน ความตื่นเต้น ความเสี่ยงและการพนัน ความบันเทิง และการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน (Mullin *et al.*, 2007) การเติมเต็มสิ่งเหล่านี้จะลดความเครียดลง และผู้บริโภคได้รับความพอใจ ขั้นตอนของพฤติกรรมที่แสดงออกว่าชอบ หรือไม่ชอบสินค้าและบริการของผู้บริโภคคือ ทศนคติซึ่งเป็นรูปแบบที่รวมกันของบุคลิกภาพและการเรียนรู้ ส่วนปัจจัย ภายนอกมาจากสภาพแวดล้อม (Mullin *et al.*, 2007)

สิทธิโชค วรานุสันติ (2546: 158) ได้ให้ความหมายของ กระบวนการแรงจูงใจ หมายถึง กิจกรรมชุดหนึ่งของบุคคลที่ประกอบกันขึ้นมา เป็นขั้นตอนอย่างมีระบบเพื่ออธิบายให้เห็นถึงการที่ คนเราจะแสดงพฤติกรรม อันเกิดจากการมีแรงจูงใจเป็นพลังผลักดัน เริ่มตั้งแต่เมื่อบุคคลอยู่ในสภาวะ ขาดสมดุลทำให้เกิดความตึงเครียดไป จนถึงบุคคลแสดงพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดสภาวะสมดุลภายในตัวเอง

Funk (2008: 16-21) ได้อธิบาย ขบวนการการจูงใจผู้บริโภคกีฬา (sport consumer motivate process) แบบง่ายที่มีขั้นตอนทั้งหมด 5 ขั้นตอน ตามรูปภาพที่ 5 เริ่มจากขั้นตอนแรก ผู้บริโภคมีความรับรู้ความจำเป็นในผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วเกิดความตึงเครียด ซึ่งเป็นแรงขับภายใน ให้เกิดการหาทิศทางความต้องการของตัวเองนำไปสู่พฤติกรรมซื้อหรือใช้บริการตามความต้องการ



ภาพที่ 5 กระบวนการการจูงใจผู้บริโภคกีฬา

แหล่งที่มา: Funk (2008: 16)

Smith (2008: 36-39) ได้แบ่งหมวดแรงจูงใจแฟนกีฬาเป็น 3 หมวดคือ แรงจูงใจทางจิตวิทยา (psychological motives) แรงจูงใจทางสังคมวัฒนธรรม (socio-cultural motives) และแรงจูงใจทางพื้นฐานตัวเอง (self-concept motives)

Wann (1995) ได้มีการพัฒนาเครื่องมือในการวัด SFMS (the sport fan motivation scale) สำหรับวัดการจูงใจผู้ชมกีฬา และค้นพบพื้นฐาน 8 ปัจจัยการจูงใจที่ทำให้เข้าชมการแข่งขัน คือ ตื่นเต้น (eustress) ภาวะภูมิใจ (self-esteem) การละออกจากชีวิตประจำวันของตน (escape from everyday life) สนุกสนาน (entertainment) เศรษฐกิจ (economic factors) คุณค่าทางศิลปะ (aesthetics) กลุ่มพันธมิตร (group affiliation) และครอบครัว (family needs)

Funk *et al.* (2000) ค้นพบปัจจัยที่แตกต่างอีก 4 ปัจจัยคือ แรงดึงดูดจากทีม (team attraction) แรงดึงดูดจากกีฬา (sport attraction) แรงดึงดูดจากผู้เล่น (player attraction) ความภูมิใจจากชุมชน (community pride)

Trail *et al.* (2000) นำเสนอ 9 ปัจจัยการจูงใจที่แตกต่างเพื่ออธิบายว่าทำไมการจูงใจส่วนใหญ่ของผู้บริโภคกีฬาอยู่บนพื้นฐานความจำเป็นทางสังคมและทางจิตวิทยา คือ เป็นตัวแทนความสำเร็จ (vicarious achievement) สิ่งที่ได้มาของความรู้ (acquisition of knowledge) คุณค่าทางศิลปะ (aesthetics) การพบปะทางสังคม (social interaction) ความตื่นเต้นเร้าใจ (drama/excitement) การพักผ่อน (escape) ครอบครัว (family) การดึงดูดของลักษณะกายภาพของผู้มีส่วนร่วมกีฬา (physical attractiveness of participants) และคุณภาพของผู้มีส่วนร่วมกับกีฬา

Mahony *et al.* (2002) ค้นพบ 7 ปัจจัย คือ ความตื่นเต้นเร้าใจ (drama/excitement) เป็นตัวแทนความสำเร็จ (vicarious achievement) คุณค่าทางศิลปะ (aesthetics) แรงดึงดูดจากทีม (team attachment) ความภูมิใจจากชุมชน (community pride) แรงดึงดูดจากกีฬา (sport attachment)

Shank (2009: 142-147) ได้รวบรวมปัจจัยแรงจูงใจของแฟนกีฬา ดังนี้

1. การเพิ่มความภาคภูมิใจตัวเอง (self-esteem enhancement) แฟนบอลจะได้รับรางวัลจากความรู้สึกของความสำเร็จ เมื่อผู้เล่นหรือทีมชอบของพวกเขากำลังชนะ การเชื่อมโยงของพวกเขา กับทีมน่าจะสูงขึ้นเมื่อทีมกำลังชนะ และลดลงเมื่อทีมกำลังแพ้

2. การหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน (diversion from everyday life) การดูกีฬา คือ การทำสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งที่ทำซ้ำๆ ในชีวิตทุกวัน เหมือนการหลีกเลี่ยงอย่างหนึ่ง

3. มูลค่าความบันเทิง (entertainment value) นักการตลาดกีฬาเป็นอย่างดีที่สุดตระหนักถึงคุณค่าความบันเทิงของการเล่นกีฬา ในความเป็นจริงหนึ่งในด้านที่ไม่ซ้ำกันของการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาที่เป็นความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้องกับผลที่ออกมา การเชื่อมโยงละครชีวิตกับความไม่แน่นอนที่เพิ่มมูลค่าความบันเทิงของกีฬา ระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันกับมูลค่าความบันเทิงของกีฬา เป็นความเชื่อที่ทำให้เกิดการจูงใจสูงสุดของปัจจัยทั้งหมด

4. ความตื่นเต้น (eustress) กีฬาให้แฟนทีมด้วยระดับเป็นบวกของความร่าอารมณ์ กีฬา คือ ความสนุกสนานเพราะพวกเขากระตุ้นให้แฟนๆ และเป็นที่น่าตื่นเต้นที่จะรู้สึก

5. มูลค่าทางเศรษฐกิจ (economic value) ส่วนหนึ่งของการจูงใจแฟนกีฬา คือ ศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ถูกเชื่อมโยงกับการพนันในเกมกีฬา ปัจจัยเศรษฐกิจเป็นการจูงใจน้อยที่สุดของทุกปัจจัย

6. มูลค่าทางศิลปะ (aesthetic value) กีฬาจะถูกมองเห็นส่วนมากเป็นรูปแบบศิลปะที่บริสุทธิ์

7. ความจำเป็นสำหรับพันธมิตร (need for affiliation) ความจำเป็นสำหรับการเป็นเจ้าของ คือ ความพอใจที่ได้เป็นแฟนทีม กลุ่มอ้างอิงเช่น เพื่อน ครอบครัว และชุมชนที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมการแข่งขัน

8. ความสัมพันธ์ของครอบครัว (family ties) กลุ่มผู้เข้าชมบางส่วนเชื่อว่าการเข้าชมการแข่งขันกีฬา คือ การอุปถัมภ์ครอบครัวด้วยด้วยกัน ครอบครัวสามารถใช้เวลาด้วยกัน และสื่อสารกันผ่านกีฬา

### แบบวัดแรงจูงใจของแฟนคลับ

แบบวัด SFMS (The Sport Fan Motivation Scale) ของ Wann *et al.* (1995, 1999) ได้พัฒนาแบบวัดแรงจูงใจของผู้ชมกีฬา 8 ปัจจัย คือ ความตื่นเต้น (eustress) ความภาคภูมิใจ (self-esteem) การละออกจากชีวิตประจำวันของตน (escape from everyday life) ความสนุกสนาน

(entertainment) เศรษฐกิจ (economic factors) ศิลปะการแสดง (aesthetics) กลุ่มพันธมิตร (group affiliation) และครอบครัว (family needs)

The Sport Interest Inventory (SII) ของ Funk, Mahony, Nakazawa, and Hirakawa (2001) ได้พัฒนาแบบวัด Sport Interest Inventory (SII) วัดความสนใจ 10 มิติ คือ ความบันเทิง (drama) ตัวแทนความสำเร็จ (vicarious achievement) ความสนใจในทีม (interest in team) ความสนใจในผู้เล่น (interest in player) ความชอบในกีฬาฟุตบอล (Interest in soccer) ความภาคภูมิใจในประเทศ (national pride) ความสวยงาม (aesthetics) ความตื่นเต้น (excitement) โอกาสในสังคม (social opportunities) และสนับสนุนโอกาสของสตรี (support for women's opportunities)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดของ Wann *et al.* (1995, 1999); Funk *et al.* (2001) นำมาปรับใช้โดยทำการวัด 3 มิติ ได้แก่ ความบันเทิง (entertainment) ความภาคภูมิใจ (self-esteem) และความชอบในกีฬาฟุตบอล (interest in soccer)

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้

แรงจูงใจของแฟนคลับ หมายถึง ความต้องการภายในของแฟนคลับแต่ละคนว่าเหตุการณ์หรือประสบการณ์แบบความบันเทิง ความภูมิใจ และ ความชอบในกีฬาฟุตบอลที่เป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นเพื่อตอบสนองความต้องการ

### แนวคิดปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

Shank (2009) ให้ความหมายว่า ปัจจัยสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดจากเกมหนึ่งไปอีกเกมหนึ่ง และสัปดาห์หนึ่งไปอีกสัปดาห์หนึ่ง แรงดึงดูดยิ่งมากเท่าไร ผู้เข้าชมจะเพิ่มเท่านั้น เช่น สถิติการแพ้-ชนะ ลำดับของทีม นักเตะที่มีชื่อเสียง เกมนัดพิเศษในโอกาสต่างๆ

Hansen and Gautheir (1989) ได้นำเสนอการวัด แรงดึงดูดแฟนจากเกมเป็นการวัด 7 มิติ ได้แก่ การบันทึกผลแพ้-ชนะของทีมเหย้า จำนวนนักเตะที่มีชื่อเสียงของทีมเหย้า จำนวนนักเตะที่มีชื่อเสียงของทีมเยือน การบันทึกผลแพ้-ชนะของทีมเหย้า ความทุ่มเทของทีมในการแข่งขันเป็นที่หนึ่ง การแข่งขันในโอกาสพิเศษ และอันดับทีมในลีก

Yoshida and James (2010) ได้นำเสนองานวิจัยเหตุและผลของความพึงพอใจเกี่ยวกับประสบการณ์ของเกมการแข่งขัน และการบริการ โดยการเปรียบเทียบผู้ชมบาสเกตบอลอาชีพในประเทศญี่ปุ่นกับผู้ชมฟุตบอลมหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ตัวแปร ลักษณะทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกมการแข่งขัน

ในการวิจัยครั้งนี้

แรงดึงดูดจากการแข่งขัน หมายถึงแรงกระตุ้นที่ทำให้แฟนคลับเข้าชมการแข่งขัน จากการเปลี่ยนแปลงตลอดจากเกมหนึ่งไปอีกเกมหนึ่ง และสัปดาห์หนึ่งไปอีกลูกสัปดาห์หนึ่ง ของลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม ในฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

### แนวคิดปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพโดยรอบของสเตเดียมหรือสนามการแข่งขัน รวมถึงพนักงานผู้ให้บริการที่ทำหน้าที่ติดต่อกับผู้เข้าชมการแข่งขัน

Masteralexis *et al.* (2005: 256-258) ได้แบ่งสนามกีฬาเป็น 4 ประเภท คือ

1. อารีน่า (arenas) เป็นสนามที่อำนวยความสะดวกในร่มสำหรับเจ้าภาพกีฬาและกิจกรรมความบันเทิง อารีน่ามักจะสร้างเพื่อรองรับการเข้าการแข่งขันกีฬา หรือเข้าสำหรับกิจกรรมอย่างอื่น
2. สเตเดียม (stadium) เป็นสนามที่คล้ายกับอารีน่า แต่เป็นสนามกลางแจ้งหรือเป็นโดมสเตเดียม เหมาะสำหรับเบสบอล ฟุตบอล และ อเมริกันฟุตบอล
3. คอนเวนชันเซ็นเตอร์ (convention centers) เป็นสิ่งก่อสร้างที่ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของโดยกิจการสาธารณะ ศูนย์ประชุม จะถูกเช่าเพื่อใช้ในการจัดประชุมและการพบปะทางธุรกิจ
4. เธียเตอร์ (theaters) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่นำมาใช้ประโยชน์สำหรับการแสดง ความบันเทิงของละครสดมหาวิทยาลัย นิติบุคคล และส่วนบุคคลที่ไม่หวังกำไร

ปัจจัยสนามการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่อ้างถึง สภาพความใหม่ การเข้าถึงสนามการแข่งขัน หรือความสวยงามของสนามการแข่งขัน ที่นั่งสะดวกสบาย และความสะอาด ด้วยบรรยากาศที่ดี การวิจัยที่ถูกค้นพบทั้งหมดของปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าชมการแข่งขัน ทศนคติของแฟนคลับที่ขอมมากขึ้นเท่าไรการเข้าชมการแข่งขันก็มากขึ้น (Shank, 2009)



Shank (2009) ได้รวบรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลลักษณะทางกายภาพของสนามการแข่งขัน ดังนี้คือ บริเวณของสภาพแวดล้อมสนามการแข่งขัน การเข้าถึงและออกจากสนามการแข่งขัน ความทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของสกอร์บอร์ด การรับรู้ฝูงชน ที่นั่งสบาย และแผนผังการเข้าออกสนามการแข่งขัน การให้บริการของลักษณะทางกายภาพของสนามการแข่งขันนำไปสู่การตอบสนองทางอารมณ์ หรือการรับรู้ความสุขหรือไม่สุขที่อยู่ในสนามการแข่งขันเชื่อมโยงไปยังพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ชม

### แบบวัดลักษณะทางกายภาพของสนามการแข่งขัน

แบบวัด Sportscape ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบวัดของ Wakefield *et al.* (1996) เป็นต้นแบบของการวัดลักษณะทางกายภาพของสนามการแข่งขัน และผู้วิจัยได้เพิ่มอีกส่วนหนึ่ง เป็นการวัด 10 มิติ ได้แก่ 1) บริเวณของสภาพแวดล้อมสนามการแข่งขัน 2) การเข้าถึงและออกจากสนามการแข่งขัน 3) ความทันสมัยสิ่งอำนวยความสะดวก 4) คุณภาพของสกอร์บอร์ด 5) การรับรู้ฝูงชน 6) ที่นั่งสบาย 7) แผนผังการเข้าออกสนามการแข่งขัน 8) ตัว 9) ชุดเครื่องแบบของพนักงาน และ 10) ความปรารถนาที่จะอยู่สนามการแข่งขัน

### พนักงานผู้ให้บริการ

Kotler (2000: 428) ได้ให้คำจำกัดความของ การบริการ คือ กิจกรรม หรือประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งได้เสนอเพื่อขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้น ๆ อย่างเป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

ชูชัย สมितिไกร (2554) ลักษณะของงานบริการ ได้แก่

1. การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ก่อนที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจเลือกรับบริการนั้น ผู้รับบริการไม่สามารถประเมินคุณภาพการบริการได้จากการนับ วัด หรือทดสอบโดยตรงได้ ดังนั้น ผู้รับบริการจึงมักมองหาสัญลักษณ์ หรือ สิ่งที่เป็นรูปธรรมที่เสมือนเป็นตัวแทนของคุณภาพการบริการ เช่น การแต่งกายของผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ และอัตราบริการ

2. การบริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ ผู้รับบริการจะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ

3. การบริการไม่แน่นอน การบริการแต่ละครั้งมีความแตกต่างกัน และคุณภาพการบริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามผู้ให้บริการ รวมถึงการเปลี่ยนเวลาและสถานที่ให้บริการ

4. การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ การให้บริการและรับบริการในเวลาเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่สามารถให้การบริการไว้ล่วงหน้า และเก็บรักษาไว้เพื่อบริการภายหลัง

Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985: 41-50) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพการให้บริการ โดยการส่งมอบคุณภาพจะเกี่ยวข้องกับช่องว่าง หรือความแตกต่างการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้บริหารระดับสูงกับผู้บริโภค ช่องว่างเหล่านี้จะเป็นอุปสรรคที่สำคัญในความพยายามที่จะส่งมอบการบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งแสดงช่องว่าง 5 ประการดังนี้

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค กับการรับรู้ของฝ่ายบริหาร ในความคาดหวังจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริการของลูกค้า

2. ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหาร กับความคาดหวังของผู้บริโภค และคุณภาพการบริการที่เจาะจงของบริษัท จากมุมมองของผู้บริโภค

3. ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพการให้บริการและการส่งมอบบริการที่แท้จริงจะมีผลต่อคุณภาพการบริการจากมาตรฐานของบริษัท

4. ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการที่แท้จริง และการติดต่อสื่อสารภายนอกเกี่ยวกับการบริการจะมีผลต่อคุณภาพการบริการจากมาตรฐานของผู้บริโภค

5. ช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวัง และบริการที่รับรู้ โดยคุณภาพที่ผู้บริโภคได้รับรู้ในการบริการ คือ หน้าที่ของขนาด และทิศทางของช่องว่างระหว่างบริการที่คาดหวัง กับการบริการที่รับรู้

องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการ มีข้อกำหนด 10 ข้อ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสม่ำเสมอของมาตรฐานในการบริการ และความเชื่อถือได้
2. การตอบสนองต่อลูกค้า หมายถึง ความเต็มใจ หรือความพร้อมในการให้บริการของพนักงาน

3. ความสามารถ หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ และมีทักษะที่ดีในการให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ หมายถึง ผู้เข้ารับบริการต้องได้รับความสะดวกไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนเกินไปใช้เวลาในการรอคอยน้อย และผู้ให้บริการอยู่ในสถานที่ติดต่อได้สะดวกเวลาที่เปิดและปิดให้บริการมีความเหมาะสม
5. ความสุภาพ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสุภาพอ่อนโยนต่อการให้บริการ ให้การเคารพต่อลูกค้า ให้ความสนใจและเป็นมิตร และมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย
6. การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจถึงการบริการได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และแจ้งรายละเอียดของค่าบริการให้ลูกค้าได้ทราบ
7. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือที่ลูกค้าจะได้รับและความซื่อสัตย์ที่ผู้ให้บริการจะมีต่อลูกค้า
8. ความมั่นคงปลอดภัย หมายถึง บริการที่ได้รับจะต้องปราศจากความเสี่ยงสิ่งที่เป็นอันตรายหรือปัญหาต่างๆ ต้องให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในชีวิต ทรัพย์สินและชื่อเสียง
9. การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า หมายถึง ผู้ให้บริการต้องเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และสนใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ
10. การสร้างสิ่งจำเป็นที่จับต้องได้ หมายถึง การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ สถานที่ที่ใช้ในการบริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

Parasuraman *et al.* (1988: 23) ได้สร้างเครื่องมือการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ที่เรียกว่า โมเดล SERVQUAL จากคุณภาพของการบริการทั้ง 10 ประการ ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (tangibles) องค์ประกอบต่างๆ ของมิตินี้ เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ การมองเห็นสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับพนักงานผู้ให้บริการ

2. ความน่าเชื่อถือของบริการ (reliability) องค์ประกอบต่างๆ ของมิตินี้ เกี่ยวข้องกับความสามารถในการให้บริการตามคำมั่นสัญญาการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง

3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (responsiveness) องค์ประกอบต่างๆ ของมิตินี้ เกี่ยวข้องกับความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการลูกค้าอย่างเต็มที่

4. ความเชื่อมั่น (assurance) องค์ประกอบต่างๆ ของมิตินี้ เกี่ยวข้องกับความรู้และอัธยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่สามารถของที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจและเชื่อมั่น

5. การเอาใจใส่ (empathy) องค์ประกอบต่างๆ ของมิตินี้ เกี่ยวข้องกับการเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นอย่างดีที่ทางบริษัทให้บริการ

#### ในการวิจัยครั้งนี้

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ และควบคุมได้ของสถานที่ใช้ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ได้แก่ ที่ตั้งของสโมสร สกอร์บอร์ด ป้ายบอกข้อมูล ห้องน้ำ ที่นั่ง อาหารและเครื่องดื่ม และแผนผัง รวมถึงพนักงานที่ให้บริการทั้งในและนอกสเตเดียม ได้แก่ พนักงานขายตั๋ว พนักงานต้อนรับ พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานเก็บตั๋ว และพนักงานนำทาง เป็นต้น

#### แนวคิดปัจจัยปฏิสัมพันธ์

ปฏิสัมพันธ์สังคม หมายถึง การกระทำระหว่างกันทางสังคม หรือการพบปะทางสังคม (social interaction) การกระทำระหว่างกันทางสังคม เป็นการกระทำระหว่างบุคคลในกลุ่มหรือกลุ่มต่อกลุ่ม มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ด้วยเจตนาและมีความหมายที่เข้าใจกัน

กระบวนการทางสังคม (social process) เกิดจากการกระทำระหว่างกันทางสังคม (social interaction) ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีแบบต่าง ๆ กัน อาจเป็นไปในรูปของการขัดแย้ง การแข่งขัน การร่วมมือ ความเห็นพ้องต้องกันหรือการกลืนกลาย กระบวนการทางสังคมมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

1. ต้องมีการติดต่อทางสังคม (social contact) คือ บุคคลนับตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความสัมพันธ์ติดต่อซึ่งกันและกัน

2. มีการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดระหว่างบุคคลที่ติดต่อโดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นภาษาเขียน ภาษาพูด หรือกิริยาท่าทางก็ได้

3. มีสิ่งเร้า (stimulation) และมีการตอบสนอง (response) จากลักษณะข้อ 1 และ 2 ทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา

ชูชัย สมितिไกร (2554) ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ในการบริการ มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทั่วไป ดังนี้

1. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคร่วมกับพนักงานผู้ให้บริการเกิดขึ้นอย่างมีจุดมุ่งหมาย การติดต่อสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายมิได้เกิดขึ้นด้วยความบังเอิญหรือไร้จุดหมาย แต่ละฝ่ายมีจุดมุ่งหมายเฉพาะในการปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เช่น ผู้ชมต้องการซื้อตั๋วเข้าชมการแข่งขัน ส่วนพนักงานขายตั๋วต้องทำหน้าที่ด้านการบริการขายตั๋วให้ถูกต้องสมบูรณ์

2. พนักงานผู้ให้บริการทำหน้าที่ของตนโดยได้รับค่าตอบแทนจากผู้บริโภค ทั้งนี้ทั้งสองฝ่ายจำเป็นต้องมีการตกลงกันเกี่ยวกับค่าบริการด้วย

3. การติดต่อสัมพันธ์กันไม่จำเป็นต้องอาศัยความคุ้นเคย แต่ทั้งสองฝ่ายมีความสัมพันธ์กันภายใต้บทบาทที่ได้ถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว

4. ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในการบริการเป็นไปอย่างมีขอบเขตจำกัด ในประเภทของการบริการนั้นๆ และจะไม่ก้าวล้ำออกนอกขอบเขตนี้

5. การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการบริการเป็นประเด็นหลักของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการและผู้บริโภค โดยอาจจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการบ้างเล็กน้อย

6. ทั้งผู้บริโภคและพนักงานผู้ให้บริการจะมีบทบาทของตน ซึ่งได้รับการกำหนดอย่างชัดเจน แต่ละฝ่ายจะต้องสวมบทบาทของตน เพื่อให้ปฏิสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้บทบาทของแต่ละฝ่ายจะต้องสอดคล้องกับความคาดหวังของอีกฝ่ายด้วย

## 7. มีความแตกต่างทางสถานภาพเกิดขึ้นชั่วคราว

ในการจัดการแข่งขันนั้น สโมสรจะมีการจัดโครงสร้างทรัพยากรบุคคล ในการทำหน้าที่บริหารจัดการการแข่งขัน รวมถึงนโยบายในการให้บริการผู้เข้าชมการแข่งขัน การคัดเลือก การฝึกอบรม พนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะส่วนใหญ่พนักงานที่ทำหน้าที่ในและนอกสนามมีการติดต่อและสื่อสารแฟนคลับตลอดเวลา การวางตำแหน่งและจุดติดต่อที่เหมาะสมและเพียงพอในแต่ละเกมการแข่งขัน พนักงานที่ต้องพบปะติดต่อสื่อสารผู้เข้าชมการแข่งขันโดยตรง ได้แก่ ฝ่ายดูแลการจราจร ตั้งแต่หน้าสโมสรจนถึงที่จอดรถ ฝ่ายรักษาความปลอดภัยทั้งภายในและนอกสนาม ฝ่ายให้บริการตั๋ว และเก็บตั๋ว ฝ่ายกิจกรรมทั้งภายในและนอกสนาม ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายขายสินค้าที่ระลึก ฝ่ายรักษาความสะอาดเป็นการบริหาร และการจัดการการแข่งขันกีฬา (Funk, 2008: 203)

### ในการวิจัยครั้งนี้

ปฏิสัมพันธ์ หมายถึง การพบปะ ติดต่อสื่อสารระหว่างแฟนคลับกับผู้เล่นและพนักงานของสโมสร หรือทุกๆ เรื่องภายในและนอกสนามการแข่งขัน

### แนวคิดปัจจัยกิจกรรมความบันเทิง

กิจกรรมความบันเทิง คือ ผลิตภัณฑ์ส่วนขยาย (extension product) หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่ม (augmented product) ซึ่งหมายถึง ผลิตภัณฑ์ หรือบริการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหลัก

Kotler (2003) แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ คือ ผลิตภัณฑ์หลัก (core benefit) ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่ม และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ ปัจจัยกิจกรรมความบันเทิง ในการวิจัยนี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่ม หรือ ผลิตภัณฑ์ควบที่ผู้วางแผนผลิตภัณฑ์จะต้องมีการเตรียมผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนเพิ่มที่นอกเหนือจากการคาดหวังปกติของผู้ซื้อไว้ด้วย หรือผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้าประกอบด้วย บริการก่อนและหลังการขาย ส่วนใหญ่จะจัดผลิตภัณฑ์ควบโดยมอบให้คนกลางในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การติดตั้ง การขนส่ง การรับประกัน การให้สินเชื่อการให้บริการอื่น ๆ เช่น การจัดแสดงสินค้าให้กับคนกลาง และมีบริการขนส่งผลิตภัณฑ์โดยรถของทางบริษัท

Mullin *et al.* (2007); Buhler and Nufer (2010) ได้จัดแบ่งผลิตภัณฑ์กีฬาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หลัก และผลิตภัณฑ์ขยาย ในการจัดการแข่งขันกีฬา ผลิตภัณฑ์หลักประกอบด้วย เกมการแข่งขัน กฎกติกา นักกีฬา เสื้อผ้ากีฬา อุปกรณ์ สถานที่และสนามแข่งขัน ในส่วนผลิตภัณฑ์ขยาย ประกอบด้วย โปรแกรมการแข่งขัน สถิติการแข่งขัน วีดีโอ เสียงเพลงประกอบ ตั๋วมาสดคอต เทคโนโลยีที่ใช้ในการแข่งขัน สินค้าที่ระลึก การต้อนรับ การจัดเลี้ยง และการบริการข่าวสารบน เว็บไซต์

การจัดกิจกรรมความบันเทิง เป็นส่วนขยายของเกมการแข่งขัน ตั้งแต่ก่อนการแข่งขันจนถึง หลังการแข่งขัน เช่น เชียร์ลีดเดอร์ ตั๋วมาสดคอต ตั๋ว สถิติการแข่งขัน ดนตรี วีดีโอ ซีวีดี ดีวีดี ห้องวีไอพี โปรแกรม สินค้าที่ระลึก การแจกรางวัล ประชาสัมพันธ์ ผู้บรรยายการแข่งขัน หรือโค้ช เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้

กิจกรรมบันเทิง หมายถึง การจัดงานของสโมสรเพื่อให้เกิดบรรยากาศสนุกสนาน เช่น ปอม ปอมเชียร์ การประกาศของผู้บรรยาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Schofield (1983); Hansen and Gauthier (1989); Zhang, Pease, Hui, and Michaud (1995) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมกีฬา 4 ปัจจัย คือ 1. ปัจจัยเศรษฐกิจ (economic) 2. ปัจจัยประชากร (demographic) 3. ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม (game attractiveness) และ 4. ปัจจัยอื่นๆ (residual preference)

Ferrira and Armstorig (1994) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬา 8 ปัจจัย คือ 1. ความนิยมทั้งหมดของกีฬา (overall popularity of sport) 2. แรงดึงดูดจากเกม (game attractiveness) 3. เสนอการส่งเสริมการขายและฟรี (free offerings and promotion) 4.ความบันเทิงก่อนเกมและระหว่างเกม (pregame and in-game entertainment) 5. ความสะดวก และการเข้าถึง (convenience and accessibility) 6. การติดป้ายบอกข้อมูล (labels physical contract) 7. สิ่งอำนวยความสะดวก (facility) และ 8. ราคาตั๋ว (ticket price)

Greenwell, Fink, and Pastore (2002) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฮอกกี้ลีก ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์หลักหรือเกมการแข่งขัน และพนักงานผู้ให้บริการ

Hall, Mahony, and Vieceleli (2009) ได้นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขัน ประกอบด้วย 6 ปัจจัยคือ 1. อารมณ์ (emotion) 2. แฟนพันธุ์แท้ (true Fan) 3. ครอบครัว และเพื่อน (family and friend) 4. ฝ่ายทำงานส่วนหน้า (front room) 5. ฝ่ายทำงานส่วนหลัง (back room) และ 6. ทางเลือกจากสื่อ (media alternative)

Hall, Mahony, and Vieceleli (2010) ได้นำสำรวจโมเดลของปัจจัยการเข้าชมการแข่งขันกีฬาอาชีพที่สูงสุดของกีฬานั้นๆ

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่เป็นทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ในการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในลักษณะผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอน และวิธีการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ศึกษา
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การตรวจสอบข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

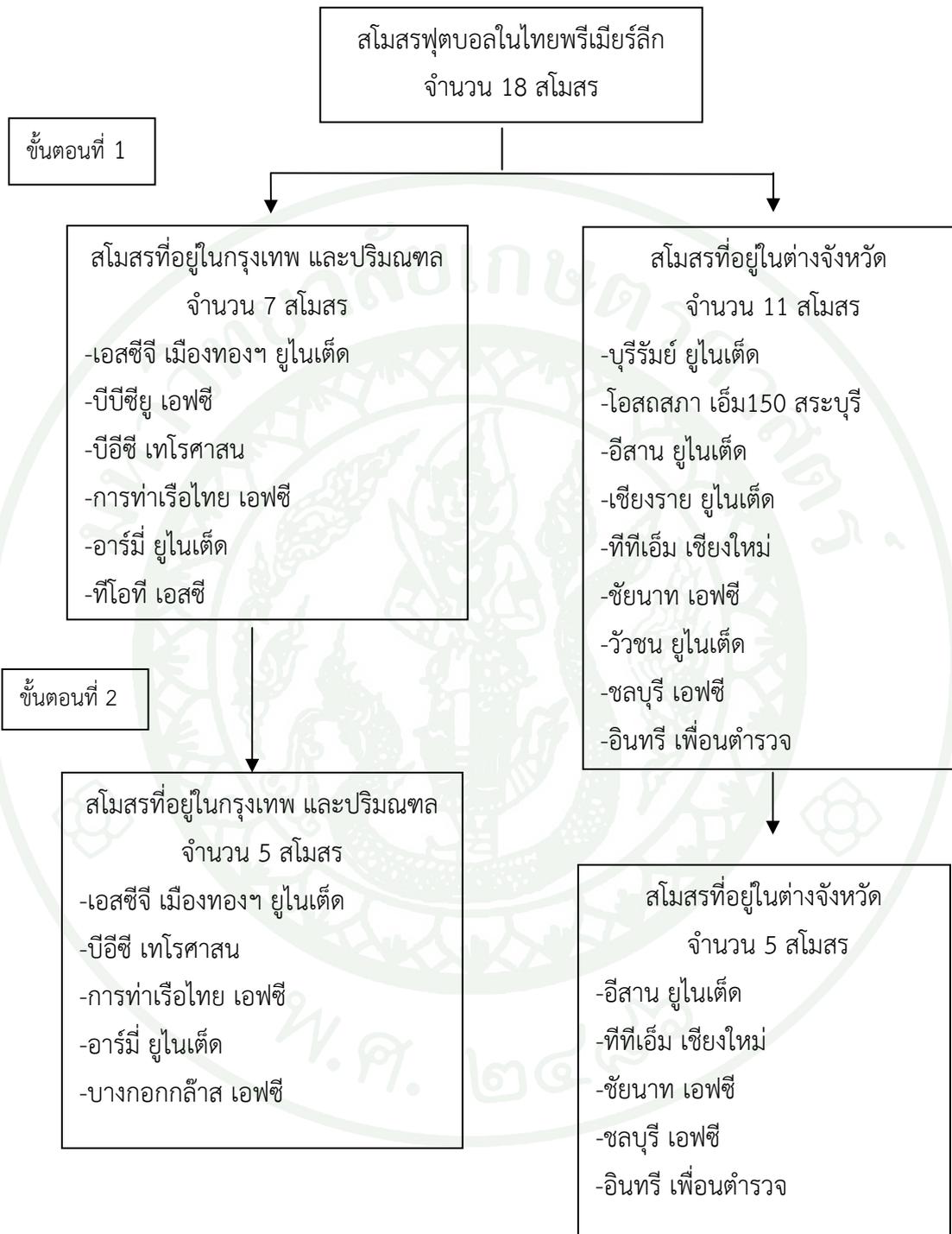
##### ประชากร

ประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกในสนามเหย้า ฤดูกาลการแข่งขันปี 2555 ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม ถึงวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2555 แต่ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้ เพราะยังไม่มี การเก็บฐานข้อมูลแฟนคลับทุกสโมสร

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แฟนคลับที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เฉพาะทีมเหย้าที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพสโมสรไทยพรีเมียร์ลีก มีประสบการณ์เข้าชมในฤดูกาล 2554 อย่างน้อย 3 นัดขึ้นไป ในฤดูกาลการแข่งขันปี 2555 ตั้งแต่วันที่ 17 มีนาคม ถึงวันที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2555

## การสุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 7 แสดงการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling)

จากภาพที่ 6 แสดงถึงขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบขั้นเชิง ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ผู้วิจัยได้นำรายชื่อสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555 จำนวน 18 สโมสร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สโมสรที่อยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และสโมสรที่อยู่ในต่างจังหวัด ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ สโมสรที่อยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 7 สโมสร ดังต่อไปนี้ สโมสร เอสซีจี เมืองทองฯ ยูไนเต็ด สโมสรบีบีซียู เอฟซี สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี สโมสรบีอีซี เทโรศาสน สโมสรการทำเรือไทย เอฟซี สโมสรอาร์มี ยูไนเต็ด และสโมสรทีโอที เอสซี

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ สโมสรที่อยู่ในต่างจังหวัด จำนวน 12 สโมสร ดังต่อไปนี้ สโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด สโมสรโอสถสภา เอ็ม150 สระบุรี สโมสร อีสาน ยูไนเต็ด สโมสรเชียงราย ยูไนเต็ด สโมสรทีทีเอ็ม เชียงใหม่ สโมสรชัยนาท เอฟซี สโมสรว้าวชน ยูไนเต็ด สโมสรชลบุรี เอฟซี สโมสรอินทรี เพื่อนตำรวจ สโมสรพญา ยูไนเต็ด และสโมสรสมุทรสงคราม เอฟซี

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้วิจัยนำรายชื่อในแต่ละกลุ่มจากขั้นตอนที่ 1 มาทำการสุ่มแบบสะดวก เลือก สโมสรได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 สโมสรที่อยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล สุ่มมาจำนวน 5 สโมสรจาก 7 สโมสร ได้แก่ สโมสรเอสซีจี เมืองทองฯ ยูไนเต็ด สโมสรบีอีซี เทโรศาสน สโมสรการทำเรือไทย เอฟซี สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี และสโมสรอาร์มี ยูไนเต็ด

กลุ่มที่ 2 สโมสรที่อยู่ในต่างจังหวัด สุ่มมาจำนวน 5 สโมสรจาก 12 สโมสร ได้แก่ สโมสรอีสาน ยูไนเต็ด สโมสรทีทีเอ็ม เชียงใหม่ สโมสรชัยนาท เอฟซี สโมสรชลบุรี เอฟซี และสโมสรอินทรี เพื่อนตำรวจ

**ขั้นตอนที่ 3** ผู้วิจัยนำความจุสนามของแต่ละสโมสรที่ได้เลือกในขั้นตอนที่ 2 มารวมกันแล้ว คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนความจุที่นั่งสนามแต่ละสโมสร ดังนี้

ความจุสนาม 10 สนามทั้งหมด เท่ากับ 133,860 ที่นั่ง (วิกิพีเดีย, 2555)

การคำนวณหาโควตาของแฟนคลับในแต่ละสโมสร

ตารางที่ 1 ค่าสัดส่วนร้อยละของแฟนคลับในแต่ละสโมสร

ลำดับที่	สโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก	ความจุของสนาม	สัดส่วนร้อยละ
1.	เอสซีจีเมืองทองยูไนเต็ด	17,500	13.07
2.	ชลบุรี เอฟซี	8,600	6.42
3.	บางกอกกล๊าส เอฟซี	12,000	8.96
4.	บีอีซี เทโรศาสน	6378	4.76
5.	อินทรี เพื่อนตำรวจ	25,000	18.68
6.	การทำเรือไทย เอฟซี	10,308	7.70
7.	อาร์มี ยูไนเต็ด	20,000	14.94
8.	อีสาน ยูไนเต็ด	3,500	2.61
9.	ทีทีเอ็ม เชียงใหม่	25,000	18.68
10.	ชัยนาท เอฟซี	5,574	4.16

#### การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจาก ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกแน่นอน เพราะยังไม่มีระบบการจัดเก็บฐานข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน (Infinite Population) โดยกำหนด ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

$$n = \frac{P(1 - P) Z^2}{E^2}$$

กำหนดให้  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขัน

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่น

$E$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

$P$  = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง

สำหรับกรณีที่ไม่ทราบค่า มีค่าสูงสุดเมื่อ  $p = 0.5$

กำหนดให้  $Z = 0.05$  จะได้  $Z = 0.95$  มีค่าเท่ากับ 1.96       $E = 0.05$  หรือ 5%

แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= \frac{0.9604}{0.0025} \\
 &= 385
 \end{aligned}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย เท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยเก็บสำรองไว้ 25 % ของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากอาจจะมีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวนมาก เนื่องจากความสนใจของแฟนคลับอยู่ที่เกมการแข่งขัน และการเก็บข้อมูลจะทำได้เพราะเกมการแข่งขันจบแล้ว

$$\begin{aligned}
 &= \frac{385 \times 25}{100} \\
 \text{เก็บสำรอง} &= 97 \\
 \text{จำนวนแบบสอบถาม} &= 385 + 97 = 482
 \end{aligned}$$

ดังนั้น จำนวนแบบสอบถามที่เก็บทั้งหมดเท่ากับ 482 ฉบับ

### ตัวแปรที่ศึกษา

**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ความบันเทิง ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอล ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย 2 มิติ ได้แก่ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน และปัจจัยกิจกรรมบันเทิง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์

**ตัวแปรตาม** ได้แก่ ปัจจัยความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ การกลับมาชมการแข่งขันอีก การแนะนำและบอกต่อคนอื่น การซื้อของที่ระลึกสโมสร การติดตามข่าวสารสโมสร และการเข้าร่วมกิจกรรม

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ชมที่เป็นแฟนคลับและผู้บริหารสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกที่ดูแลเกี่ยวกับแฟนคลับของสโมสร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ และสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องด้วยการเก็บข้อมูลภาคสนาม จากการสัมภาษณ์แฟนคลับที่มีประสบการณ์เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก 3 นัดขึ้นไปในทีมเหย้า ในฤดูกาล 2554 จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างเป็นแบบคำถามปลายเปิด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้กำหนดนิยามปฏิบัติการ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ โดยการยกร่างคำถามเป็นแบบปลายปิด เพื่อสร้างแบบสอบถามเบื้องต้น จากนั้นนำแบบสอบถามเบื้องต้นมาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน แล้วแก้ไขปรับปรุงองค์ประกอบที่ได้ให้สมบูรณ์ และถูกต้อง จากนั้นนำแบบสอบถามมาพบอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขอีกครั้ง แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างสโมสรเมืองทองยูไนเต็ด จำนวน 40 คน เพื่อทดสอบเนื้อหา ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ปรับปรุงเนื้อหาของแบบสอบถามให้สมบูรณ์ โดยผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำไปเก็บข้อมูล

## ขั้นตอนที่ 1 การทำวิจัยเชิงคุณภาพ

การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล จากผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้โดยตรง คือ แฟนคลับของสโมสรฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก และผู้บริหารสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยอาศัยกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ได้กำหนดล่วงหน้าไว้แล้วเป็นหลักสำคัญ แต่คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะไม่เรียงลำดับก่อนหลังเหมือนที่กำหนดไว้ คำถามจะมีลักษณะปลายเปิด และหากในขณะที่สัมภาษณ์พบประเด็นปัญหาใดก็จะสัมภาษณ์โดยละเอียด หรือไม่ได้ข้อมูลที่ชัดเจนก็จะถามใหม่อีกครั้งเพื่อให้ได้คำตอบอย่างชัดเจนจึงหยุดการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลที่ได้ในเครื่องอัดเสียง

## ขั้นตอนที่ 2 การทำวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจากไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 470 คน จาก 10 สโมสร แล้ว นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยคอมพิวเตอร์ ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้

### เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกในสนามเหย้า ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา แฟนคลับทีม ประเภทของการถือบัตร จำนวนปีที่แฟนคลับ ความถี่ของการเข้าชมในฤดูกาล 2554 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ จำนวน 6 ข้อ และเติมคำลงในช่องว่าง จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ ลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของนักเตะทีมเหย้า และบรรยากาศของเกม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราวัด และประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	2	เห็นด้วยเล็กน้อย	ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	3	เห็นด้วยบ้าง	ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	4	เห็นด้วยอย่างมาก	ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5	คะแนน

### การแปลผลที่ได้

ผู้วิจัยนำค่าคะแนนจากระดับความคิดเห็น มาจัดระดับความคิดเห็นเป็น 3 ระดับ คือ ระดับน้อย ระดับปานกลาง และระดับมาก โดยแบ่งช่วงระดับ ด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาพชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาพชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนรายข้อสูงสุด} - \text{คะแนนรายข้อต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{3} \\
 &= 1.33
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ ความสนุกสนานบันเทิง ความภูมิใจของตัวเอง และความชอบในกีฬาฟุตบอล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราวัด และประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 8 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	2	เห็นด้วยเล็กน้อย ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	3	เห็นด้วยบ้าง ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	4	เห็นด้วยอย่างมาก ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	5	คะแนน

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานให้บริการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัด และประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 14 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	2	เห็นด้วยเล็กน้อย ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	3	เห็นด้วยบ้าง ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	4	เห็นด้วยอย่างมาก ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	5	คะแนน

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยปฏิสัมพันธ์ ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัยกับแฟนคลับ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เล่นกับแฟนคลับ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับแฟนคลับ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดและประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 8 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	2	เห็นด้วยเล็กน้อย ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	3	เห็นด้วยบ้าง ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	4	เห็นด้วยอย่างมาก ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	5	คะแนน

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยกิจกรรมบันเทิง ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ เซียร์ลิตเตอร์หรือปอมปอมเซียร์ ผู้บรรยายในสนาม กิจกรรม และประชาสัมพันธ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัด และประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 11 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	2	เห็นด้วยเล็กน้อย ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	3	เห็นด้วยบ้าง ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	4	เห็นด้วยอย่างมาก ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็น	5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่าคะแนน	5	คะแนน

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ การกลับมาชมอีก การแนะนำและบอกต่อ การซื้อของที่ระลึก การติดตามข่าวสาร และการเข้าร่วมกิจกรรม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัด และประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ โดยมีค่าคะแนน ดังนี้

ระดับความตั้งใจ	1	เป็นไปได้น้อยที่สุด ค่าคะแนน	1	คะแนน
ระดับความตั้งใจ	2	เป็นไปได้น้อย ค่าคะแนน	2	คะแนน
ระดับความตั้งใจ	3	ถึงเลไม่แน่ใจ ค่าคะแนน	3	คะแนน
ระดับความตั้งใจ	4	เป็นไปได้มาก ค่าคะแนน	4	คะแนน
ระดับความตั้งใจ	5	เป็นไปได้มากที่สุด ค่าคะแนน	5	คะแนน

ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดการแปลผลการวัด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 2.33	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.34 – 3.67	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.68 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

#### ค่าความเชื่อถือของวิธีวัด

ผู้วิจัยใช้วิธีวัดของครอนบาค อัลฟา เป็นการวัดความสอดคล้องภายใน หากค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ โดยแปรผลที่วัดได้ ดังนี้ หากพบว่า ค่าอัลฟาอยู่ระหว่าง 0.50 ถึง 0.65 กล่าวได้ว่าเชื่อถือปานกลาง หากมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป กล่าวได้ว่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง และถ้าค่าต่ำกว่าระดับ 0.50 ถือว่าเชื่อถือได้น้อย (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546: 261)

ตารางที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

(40)

ปัจจัย	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
แรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน	15	0.91
ลักษณะของทีมเยือน	5	0.91
ความสามารถของผู้เล่น	7	0.81
บรรยากาศเกมการแข่งขัน	3	0.76
<b>แรงจูงใจของแฟนคลับ</b>	<b>8</b>	<b>0.93</b>
ความบันเทิง สนุกสนาน	3	0.84
ความภาคภูมิใจ	2	0.81
ความชอบในกีฬาฟุตบอล	3	0.91

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

(40)

ปัจจัย	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
<b>สภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>	<b>14</b>	<b>0.90</b>
สแตเดียมและสิ่งอำนวยความสะดวก	9	0.89
พนักงานให้บริการ	5	0.81
<b>ปฏิสัมพันธ์</b>	<b>8</b>	<b>0.92</b>
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	4	0.88
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	2	0.86
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน	2	0.75
<b>กิจกรรมบันเทิง</b>	<b>11</b>	<b>0.90</b>
เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์	2	0.88
ผู้บรรยายในสนาม	3	0.83
การจัดกิจกรรม	2	0.77
การประชาสัมพันธ์	4	0.75
<b>ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน</b>	<b>21</b>	<b>0.95</b>
การกลับมาชมอีก	5	0.92
การแนะนำและบอกต่อ	4	0.86
การซื้อของที่ระลึก	5	0.86
การติดตามข่าวสาร	4	0.76
การเข้าร่วมกิจกรรม	3	0.95
<b>รวมทั้งชุด</b>	<b>79</b>	<b>0.98</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธี ครอนบาค อัลฟา โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป ถ้าน้อยกว่านั้น ควรปรับปรุงแบบสอบถาม หรืออาจตัดบางข้อทิ้ง (alpha if Item deleted) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุด 79 ข้อ เท่ากับ 0.98

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือจากโครงการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา (การจัดการการกีฬา) ถึงผู้บริหารของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีกทั้ง 10 สโมสร ได้แก่ สโมสรเอสซีจี เมืองทองฯ ยูไนเต็ด สโมสรบีอีซี เทโรศาสน สโมสรการทำเรือไทย เอฟซี และสโมสรอาร์มี ยูไนเต็ด สโมสรอีสาน ยูไนเต็ด สโมสรทีทีเอ็ม เชียงใหม่ สโมสรชัยนาท เอฟซี สโมสรชลบุรี เอฟซี สโมสร บางกอกกล๊าส เอฟซี และสโมสรอินทรี เพื่อนตำรวจ เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล พร้อมชี้แจงถึง วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2. เมื่อสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีกทั้ง 10 สโมสร อนุญาตให้เข้าไปเก็บข้อมูลได้ ในวันแข่งขัน ผู้วิจัยจะมาที่สนามแข่งขันก่อนการแข่งขันเพื่อแนะนำตัว ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และประสานงานกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสโมสร และผู้นำเชียร์แฟนคลับทีมเหย้า โดยผู้วิจัยขอให้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยประกาศประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขัน โดยขอความร่วมมือจากแฟนทีมเหย้า ในการกรอกแบบสอบถามจากผู้วิจัยในช่วงระหว่างพักการแข่งขัน หรือหลังการแข่งขัน

3. เมื่อถึงเวลาพักการแข่งขัน หรือหลังการแข่งขัน ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม โดยการสุ่มแฟนคลับ ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่สนามในฤดูกาลการแข่งขันปี 2555 แบบ และเก็บ ข้อมูลที่สนามทีมเหย้า จำนวน 10 สโมสร การสุ่มตัวอย่าง โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้ชม 1 คนจาก 100 คน จนครบจำนวนตัวอย่างที่คำนวณ

### การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแบบสอบถาม (Tabachnick and Fidell, 2007) จากจำนวนแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด 482 ฉบับ โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์คืนมา จำนวน 470 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.51

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของคำตอบในแบบสอบถามแต่ละชุด และใช้ข้อมูล ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์มาดำเนินการวิเคราะห์ให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนสำหรับ แบบสอบถามแต่ละชุด และนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ ดังนี้

## 1. สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา แฟนคลับทีม ประเภทของการถือบัตร ระยะเวลาที่เป็นแฟนคลับ และความถี่ของการเข้าชมฤดูกาล 2554 สถิติที่ใช้ คือ จำนวน และร้อยละ

ตอนที่ 2-7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับ สนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานให้บริการ ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง และปัจจัยความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน สถิติที่ใช้ คือ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 2. สถิติเชิงอนุมาน

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 470 คน ใน 10 สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกครั้งนี้ ในบทนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และจะนำเสนอรายละเอียด ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับของสโมสรอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555
2. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างภาพรวม กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือบัตร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการถือบัตร
3. การวิเคราะห์ระดับปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน แรงจูงใจของแฟนคลับ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิสัมพันธ์ กิจกรรมบันเทิง และความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน
4. การวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นของกลุ่มตัวอย่างภาพรวม กลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือบัตร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่เข้าร่วมการแข่งขัน

### ผลการวิเคราะห์

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับของสโมสรอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555

#### 1.1 การวัดระดับความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันของแฟนคลับ

“การใส่เสื้อเป็นความภาคภูมิใจของเขา เราไม่ได้บังคับเขาใส่เสื้อ แต่การรักในสโมสร ทำให้เขาอยากใส่เสื้อ มันเป็นการ สนับสนุนสโมสร โดยตรง เป็นสิ่งที่แฟนคลับสามารถตอบแทน สโมสรได้ เพราะว่าผลกำไรจากการขายเสื้อ เข้าไปสนับสนุนกิจการสโมสรฟุตบอล เพราะเรา คือ สโมสรฟุตบอลอาชีพ” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“การวัดความสัมพันธ์ของแฟนคลับว่ามามาก น้อย ก็ดูจากยอดเชิยร์ในสนาม เรา รู้จักเขา เขาม่าบ่่อย คนที่มาสสนามทุกครั้ง เราก็จะรู้ เราเล่นเฟซบุ๊ก (facebook) กับเขา ส่วนใหญ่เรา จะเห็นคนใส่เสื้อฟุตบอลไปเที่ยวเยอะขึ้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและ ปริมณฑล)

“ใส่เสื้อทีมชมการแข่งขัน และในชีวิตประจำวันใส่เสื้อทีมเดินห้างฯกัน จากเดิมที่ ใส่เสื้อแมนยู ลิเวอร์พูล สเปอร์ อาร์เซนอล” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“ตัวจะเป็นการความถี่ของการชม ระบบการขายตั๋วมี 3 แบบ แบบแรกคือตั๋วปี มาทุกนัด บิ๊กที่สุด ออกเวอร์ชั่นอะไรมาซื้อหมด ได้สิทธิ์จองก่อนแบบที่สอง ระบบบัตรสมาชิก สมัคร 500 บาทมีสิทธิ์ซื้อตั๋วรองจากตั๋วปี อาจจะได้ทุกนัดโดยสามารถซื้อตั๋วได้ก่อน 5 วันก่อนคนทั่วไป และแบบสุดท้าย เป็นบุคคลทั่วไป ซื้อตั๋วจากในส่วนที่เหลือจาก 2 กลุ่มแรก อัตราส่วนของแฟนทีม เยือน 20 % ดังนั้นการวัดแฟนคลับก็มากก็กน้อย วัดตามความถี่ของตัว การใส่เสื้อทีมหรือถือ การติดตามข่าวสาร จากเว็บไซต์ วิทยู ทวีวี นิตรสารของสโมสร โดยการเช็คเรตติ้งจากเอสเอ็ม เอส (SMS) และการกดไลค์ (Like) ที่โฮมเพจเฟซบุ๊ก (Homepage Facebook) เปิดสายติดต่อสื่อสาร ระหว่างสโมสรกับแฟนคลับ อยากรจะรู้ อยากรจะถามทำได้ทันที” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีก ในต่างจังหวัด)

“แฟนคลับของเรา มีการติดตามข่าวสารของเรา มีการเข้าร่วมกิจกรรมกับเรา ถือ ว่าเป็นแฟนที่เหนียวแน่นกับเรา ในการใส่เสื้อเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว”(หญิง ผู้บริหารสโมสรไทย พรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“วัดจากพฤติกรรม วัดจากกิจกรรมที่เรา่วมจัด เพราะว่าเรามีจัดประชุมร่วมระหว่าง แฟนบอลกับสโมสร หรือกัน ปรีกษากัน ดิชมกันได้ ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ถ้าเค้าถือว่าเป็นแฟนที่ มีความเหนียวแน่น เค้าจะมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วยทุกครั้ง จะมาทุกครั้ง นอกจากจะมี การแข่งขันในบ้านแล้ว นอกบ้านเค้าตามเชียร์ทุกครั้ง แสดงว่าเค้าเป็นแฟนแน่นปึกอย่างมาก” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“เกมหรือ คุณภาพเกม ทีม โค้ช ผู้เล่น มีสไตล์การเล่น เน้นการบุกแหลก เป็นสไตล์ ที่ทำให้คน บอกปากต่อปากว่า สนุก มันส์ อยากรู้อีก ติดตามบันเทิง บอกต่อทำให้คนมาดูมากขึ้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

## 1.2 ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

“ผลงานของทีม ไม่มีใครอยากจะมาดูทีมแพ้หรอก สิ่งคงง่าย ๆ ถ้าทีมไหน มีผลงานมากกว่าแพ้ คนดูก็จะค่อยๆ เพิ่มหรืออย่างน้อยก็จะไม่ลดน้อยลง ซึ่งขึ้นอยู่กับ ผลงานของเค้า” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“ทีมคู่แข่ง ถ้าเราเจอทีมแข็งๆ แฟนบอลเต็มสนาม นักเตะแม่เหล็กบรรยากาศของเกมมักจะสอดคล้องกับคู่แข่งที่มา เป็นคู่แข่งเกรด A ที่ดังๆ พอกับเรา ดังกว่า มันจะเชิญชวนให้คนเข้ามาดูอัตโนมัติ เกมบี๊กแมตซ์ ซึ่งทางเราเล่นที่บ้าน การันตีว่าเต็ม โดนเฉพาะทีมหัวตารางเต็มอยู่แล้ว ใหญ่ต่อใหญ่ ปะทะกัน ไข่เขาเข้าใจในความมันส์ 90 นาที ทีมคุณวิ่งไม่มีหมดเป็นทีมที่เล่นแบบสร้างความสนุกสนาน เป็นทีมที่บุก แพ้-ชนะ ไม่ว่าจะบุกอย่างเดียว ทุกคนรู้สึกว่าการทำทีมของเราเป็นอย่างไร “เราดึงสเวน อดีตกุนซืออังกฤษจะเป็นแม่เหล็กให้คนมาติดตามมากขึ้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“เกมหรือ คุณภาพเกม ทีม โค้ช ผู้เล่น มีสไตล์การเล่น เน้นการบุกแหลก เป็นสไตล์ที่ทำให้คน บอกปากต่อปากว่า สนุก มันส์ อยากดูอีก ติดตามบันเทิง บอกต่อทำให้คนมาดูมากขึ้น นักเตะสตาร์ ทีมชาติ เราจะมีฐานข้อมูลของนักเตะ หน้าตาดี บุคลิกดี มีชื่อเสียงหรือดีดทีมชาติ” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“รูปแบบของเกม สไตล์การเล่นบอลของทีมทำให้แฟนบอลจะเข้ามาเป็นแฟนบอลการเล่นของทีม” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“ถ้าดูแล้วน่ากลัวไม่ปลอดภัยก็จะไม่มาดูที่สนาม แต่ถ้ามาแล้วสนุก แฟนบอลให้การตอบรับอย่างดี วัฒนธรรมของแฟนบอลเป็นแบบเชื้อเชิญเป็นมิตร คือ มีความเป็นกันเอง มาเชียร์กันด้วยเรื่องกีฬาจริงๆ ได้ ความสนุกกับไปด้วย อยากจะกลับมาชมที่สนามอีก” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“การสร้างทีมก็ตรงกับแผนต้องการจะอย่างไร มันเป็นการตลาดกับเทคนิค สไตล์เราภายใต้การบุกเล่นเกมแบบแลกบอล สนุกสนาน เอาให้มันรู้ไปเลยว่าไม่ตั้งรับ เน้นบุก แฟนบอลที่ชมดูเกม ลักษณะนี้ก็จะมีความบันเทิง ก็รู้สึกที่ไม่อึดอัด ไม่ยึด ผลแพ้-ชนะมาคู่กันอยู่แล้ว การเป็นแชมป์ก็มีผลต่อแฟนบอลทุกทีมก็ต้องการเป็นแชมป์หมด เราต้องการแชมป์” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“หนึ่งในการดึงแฟนบอล คือ **หน้าตาของนักเตะ**ซึ่งเรามีนักบอลที่หน้าตาหล่อที่สุดในประเทศ ชื่อเสียงของนักเตะทีมชาติก็มีผล คำจะมีแฟนคลับตามมาชมด้วย **ความสามารถ ฝีมือ**” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“สโมสรทำงานอย่าง**มืออาชีพ**จริงๆ ทำให้แฟนคลับรู้สึกว่าเป็นทีมที่เค้าไฝ่ฝัน ไม่มีเกมการเมือง เรา**เล่นกีฬาอย่างชาวสะอาดจริงๆ** ก็เลยเป็นสาเหตุที่เขาคิดติดตาม”

“เมืองทอง 90 นาที ในเกมเมืองทองเดินเกม 90 นาที สังเกตจากสถิติของเราเมืองทอง 90 นาที เรายังประตูช่วงท้ายเกมเยอะมาก ช่วงไปฝึกสถานการไปตีเสมอกลับมาชนะเกิดขึ้นบ่อยเพราะว่านี่คือสิ่งที่เรามอบให้” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

### 1.3 ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ

“เนื่องจากแฟนต้องการ**แสดงความเป็นตัวตน** แสดงเอกลักษณ์ ทุกคนอยากแสดงตัวตนว่า **ข้าคือ แฟนฉลามชล**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“ฟุตบอลเป็น**ความบันเทิง**เดียวที่ไม่มีการรีเพลย์” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“**ความภาคภูมิใจในสโมสร**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“การใส่เสื้อเป็น**ความภาคภูมิใจ**ของเขา” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“การอยาก**รู้สึกว่ามีส่วนร่วมกับสโมสร** อยากแสดงออกถึง**ความเป็นตัวตนของตัวเองว่าเป็นแฟนนะ**” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“กลยุทธ์ที่เราใช้กับแฟนบอล หรือ **ความประทับใจ**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“ความรู้สึกที่เค้านั้นไปกับเกม **ความประทับใจ** ฟุตบอลคือเป็นเรื่องของความประทับใจ แม้จะต้องอยู่ด้วยกัน มันดูเหมือนเรา คือ **ครอบครัวเดียวกัน**” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“**เราคุ้นเคยฟุตบอล**ตั้งแต่เราเข้าโรงเรียน เรามีคนมากกว่าหนึ่งคนเราเตะบอลทันที ผมว่าเรา คือ บราซิลแห่งภาคตะวันออก” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“**ตื่นเต้น บันเทิง**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“**Entertainment ต้อง Exciting**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“แฟนบอลคือ **Supporter** เราารู้เสมอว่า Supporter จะช่วยให้สโมสรอยู่รอด และแฟนบอลของสโมสรต่อไปเรื่อยๆโดยไม่มีปัจจัยอื่นมาเกี่ยวข้อง” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

#### 1.4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

“ทีมใหม่ๆก็ต้อง**ดูฐานที่ตั้ง ภูมิศาสตร์** สังเกตว่าบางทีมที่ตั้งอยู่ในชุมชนก็จะเท่ากับว่าเค้ามี ฐานแฟนของเค้าส่วนหนึ่ง ลองดูทีมที่อยู่ในชุมชนจะมีฐานแฟนโดยเฉลี่ยมากกว่าทีมที่อยู่ห่างชุมชน ยกเว้นทีมในระดับจังหวัด” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“สำหรับ**สนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก**มีผลต่อคนเข้าดูมาก เป็นสิ่งหนึ่งที่อาจจะมองดูว่า เชิดหน้าชูตาสโมสร คนอยากเชียร์ทีมที่มีอนาคต ทีมที่มีการลงทุนกับสโมสร ไม่ใช่เชียร์กับทีมที่ไม่จริงจังต่อการทำทีมฟุตบอล สนามดี เรื่อง**ผลงาน การจัดการ เรื่องตัวนักกีฬา**ตอบโจทย์ ตั้งในย่านชุมชน **บริหารจัดการ**แบบฟุตบอลอาชีพ ตั้งอยู่ในย่านชุมชน ระบบการจัดการดี ไม่ยอมหยุดนิ่ง เดินหน้า มันเป็นโจทย์ที่ทำให้เราคิดอยู่ เรามีรูปแบบของเราตั้งนานแล้ว เรายึด**มาตรฐานของเอเอฟซี (AFC)** ซึ่งก็สูง ถ้ามว่าทุกอย่างทำได้ไหม ทำได้มันต้องใช้เงิน บางสนามสร้างมาเพื่อเป็นสนามฟุตบอลสเตเดียมเลยก็ง่าย ทีมเหย้า ทีมเยือนไม่ต้องเจอกัน ทางเข้า- ออกคนละที่ไปเลย มีเงินก็ทำง่าย เรามีเอกสารของเอเอฟซี AFC เป็นปีการลงทุนต้องค่อยๆ พัฒนาไปที่ละขั้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“คนให้บริการมีปัญหาบ่อย ควรรู้หน้าที่การให้บริการคือให้ความสะดวก ลูกค้าแฟนคลับคือลูกค้า คนดูคือลูกค้า ทุกคนต้องพูดจาไพเราะ เป็นเรื่องปกติ ในส่วนของการ์ดไม่ค่อยได้ทำงาน ถ้าไม่มีเรื่อง ถ้าเราบริการจัดการดีๆ การ์ดไม่ต้องคุยกับใครเลย เหตุผลเราแยกโซนชัดเจนเลย ทีมเหย้า-ทีมเยือน ระหว่างมันมีเว้นวรรค การ์ดรู้ว่าถ้ามีปัญหาต้องทำอะไร ถ้าไม่มีปัญหาต้องทำอะไร ถ้าเกมตึงเครียดจะมีการประชุมกันก่อนอยู่แล้ว ว่าใครควรจะทำอะไร ทีมเยือนขึ้นรถบัสแล้ว ก็เคลื่อนออกไปคุณก็จบหน้าที่ สำหรับคนสูบบุหรี่ห้ามเข้าสนาม การ์ดต้องหันหลังให้ฟุตบอลอยู่แล้ว ห้ามดูบอล ให้หันหลังดูคนดูอย่างเดียว พอเห็นใครขว้างอะไรลงมาก็รีบเคลียร์” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“บ้านเรายังขาดบุคลากร ปีนี้เราเพิ่มเติมมากขึ้น เพิ่มด้านการตลาดเพื่อทำหน้าที่ 2 ส่วน คือ การหาลูกค้า และดูแลลูกค้า การตลาดจะช่วยสื่อสารลูกค้า สื่อสารด้านแฟนบอลด้วย ตอบโจทย์แฟนบอลด้วยทำกิจกรรมร่วมกับแฟนบอล เรามีหนังสือ แมกกาซีนที่เราออกทุกนักที่เราเล่นในบ้านให้เป็นสี่สัปดาห์ เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างสโมสรกับแฟน เราทำตามรูปแบบยุโรปแล้วปรับให้เข้ากับธรรมชาติ วัฒนธรรมของไทย” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“ดูแลไม่ให้เกิดเรื่อง ปัญหาความปลอดภัยส่งผลต่อสโมสร ส่งผลเสียต่อแฟนคลับเข้ามาดู มาดูสนามนี้ดีกว่าแฟนเทโร ไม่รุนแรง แฟนคลับก็จะพาครอบครัวมาดู เด็กมาดู คนแก่มาดู โชนครอบครัวต้องการดูเงียบๆ เป็นส่วนตัวของเค้าไป เราต้องแบ่งโซนออกเป็นหลายโซน ต้องการชมอย่างเงียบๆ ตื่นเต้น เฮฮาไปกับเพื่อน การดูแลรักษาความปลอดภัยสูงสุด ทำตามคู่มือของเอเอฟซี อยู่แล้ว มีตรวจเช็ครายการก่อนการแข่งขันอยู่แล้ว ไฟอย่าให้ดับ เอาเครื่องกำเนิดไฟฟ้าสำรองให้พร้อม รถพยาบาลอย่างน้อย 2 คัน ไม่มีพวกนี้เราแข่งขันไม่ได้ คลับไลเซนซึ่งเราได้ดำเนินไปหลายส่วน เหลืออย่างเดียวคือเรื่องสนาม ต้องใช้เงินมหาศาลซึ่งอยู่ในแผนที่เขาต้องทำผังโครงสร้างขององค์กร เรื่องการตลาด เราก้เติมเต็มแล้ว ทีมจัดการ อะคาเดมี พัฒนาเด็ก เราดึงโค้ช นักกายภาพ” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

บรรยากาศในสนาม การตกแต่งสนาม บอร์ด โฆษณา สกอร์บอร์ดเปิดเพลง แนะนำนักเตะ ประกาศรายชื่อนักเตะ สกอร์บอร์ดใหญ่ เราใช้เล่นอารมณ์กับแฟนได้ บอร์ด AV ไฟเป็นตัววิ่งไฟฟ้าก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขันเปิด เพลง กระตุ้นอารมณ์ ความฮึกเหิม ความสะอาดของสนาม ความสะดวกสบาย ทำตามมาตรฐานทุกอย่างที่อยู่ในกฎ เน้นความปลอดภัย เป็นอันดับหนึ่ง เพราะเคยมีปัญหาแล้วแฟนบอลหายไปช่วงหนึ่ง แยกวีไอพี กรรมการ แฟนบอล นักเตะ เข้าออกไม่เจอกัน การเข้าชมเราใช้ระบบการ์ด เราจ้างการ์ดมืออาชีพตามประตูเข้าออก 14 ประตูๆ ละ 4 คน ชาย 3 คน หญิง 1 คน ตรงประตู ส่วนเก้าอี้ที่นั่งนั้นมีความจำเป็น เพราะสามารถ

กำหนดจำนวนผู้เข้าชมได้ ปริมาณห้องน้ำ การรณรงค์ตทานเหล่า สุปบุหรี หากเจอจะให้การ์ดเชิญออกนอกสนาม คนให้บริการ คนเดินตัว คนขายตัว หน้าสนาม คนลงทะเบียน คนรับรองแขก วีไอพี คนจัดเตรียมอาหาร เรามีการฝึกอบรมภายในสำหรับผู้ที่ต้องต้อนรับแขกวีไอ ต้องยิ้มแย้ม แจ่มใส สุภาพ ตอบคำถามชัดเจน ส่วนคนนำทางเราใช้นักฟุตบอลเยาวชน โดยมีโค้ชเป็นผู้อบรมนักเตะให้สามารถตอบคำถามได้ทุกเรื่อง ตรงไหนอยู่ไหน ถ้าให้ลำดับความสำคัญมากขึ้นจะเป็นคุณภาพเกมสเตเดียม พนักงานให้บริการ แต่ถ้าถามว่าอะไรมีปัญหามากที่สุดคือการให้บริการ ซึ่งได้รับการร้องเรียนทุกนัด การสุปบุหรี แก้อื้อหักการ์ดพุดจาไม่ดี แฟนคลับจะโทรมาบอก ส่งบัตรสนเท่ห์ ร้องเรียนที่กล่องรับร้องเรียน และเพสบู๊ค ซึ่งทางสโมสรจะแก้ไขปัญหาที่จำเป็นเท่านั้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างประเทศ)

“การบริหารจัดการการแข่งขันมีโครงการแผนบ้านหลังใหม่ ก้าวยกระดับฟุตบอลอาชีพอย่างเต็มตัว ให้มีความพร้อมไปทุกเรื่อง ปัจจุบันมันแคบ สปอนเซอร์จัดกิจกรรมลำบาก เข้าออกลำบากที่จอดรถไม่เพียงพอ รูปแบบการบริหารเป็นรูปแบบบริษัทมีการแบ่งฝ่ายเป็น บัญชี มีเดีย กฎหมาย การตลาด ฝ่ายจัดการแข่งขัน และฝ่ายทีมฟุตบอล เทคนิค สต๊าฟโค้ช นักเตะ นักกายภาพบำบัด และอะคาดีมี เมื่อก่อนไม่มีมีกี่คนเดียวนี้เราต้องใช้คนจำนวนมาก” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“สเตเดียม เรามีนโยบายว่าเราจะเป็นสเตเดียมที่เคยหยุดนิ่ง ตั้งแต่เริ่มสิ่งอำนวยความสะดวก การรักษาความสะอาดห้องน้ำ ความปลอดภัย มันมีผล เพราะว่าฟุตบอลบ้านเรากำลังพัฒนาอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกรรมการ การรักษาความปลอดภัย เราจะต้องเข้มงวด เราจ้างหน่วยพิเศษด้านนอก ส่วนหนึ่ง รวมการแข่งขันหนึ่งประมาณ 110 คน การแข่งขันนัดสำคัญเรามี สุนัขตำรวจมา มีรถดับเพลิง กล้องวงจรปิดดูแลความปลอดภัย มาตรการฝึกที่เราได้การรับรองในมาตรฐานที่ทางเอเอฟซีแนะนำ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเราทำตามความต้องการของเอเอฟซี แต่สไตล์สเตเดียมตามใจเรา อย่างห้องรับรองวีไอพี ห้องผู้สื่อข่าว ห้องนักพากย์ อย่างชัดเจน การสร้างบรรยากาศให้แฟนบอล ตั้งแต่การสร้างกลุ่มแกนนำและคนรุ่นใหม่ดูบอลเราเชียร์บอล อุปกรณ์เชียร์ มีแล้วสร้างอารมณ์ กลอง เพลง การนำเชียร์ สกอร์บอร์ด ไม่มีผล ที่นั่ง ถ้าเป็นแฟนบอลพันธุ์ดี ต้องเป็นอัศวรชัยยืน” (ชาย สโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“คนให้บริการเป็นปัจจัยที่ต้องมีจิตใจให้บริการ ต้องรู้เรื่องของกฎระเบียบพอสมควร แฟนบอลทีมเยือนซื้อตั๋วที่เข้ามาดูเนื่องจากทีมเยือนเต็มต้องใช้ ไม่นั่งแข็งปฏิเสธแทน เพราะว่าถ้าปล่อยให้ขึ้นไปอาจทำให้เกิดชนวนขัดแย้งได้ การที่ทีมต้องเป็นเจ้าหน้าที่รักษาระเบียบวินัย สักหน่อยหนึ่งแต่ไม่จิตใจให้บริการด้วย จะไปสร้างความขุ่นเคืองให้แฟนบอลก็ไม่ถูก มีการอบรมกันก่อนให้นโยบาย

กันก่อน ปฏิบัติงานต่างกัน 3 อย่าง คือ รูปแบบเกมและสเตเดียมและการให้บริการอย่างแบบสเตเดียม เป็นสิ่งแรกอยากให้มีการพัฒนาความสะดวกสบายในการแข่งขันนัดใหญ่ การขายตั๋วหน้าสนามเป็นส่วนหนึ่งทำให้เกิดปัญหา แต่เราต้องการให้ทุกคนสมัครบัตรสมาชิกซื้อตั๋วออนไลน์ ไม่ต้องมารอคิวยาว ไม่อยากปรับปรุงการรอคิวยาว เราต้องการผลักดันให้เข้าไปจองออนไลน์ หรือซื้อตั๋วปี ซึ่งเป็นกลไกทางการตลาด” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“การดำเนินการแข่งขันทีมเหย้า การจัดการขึ้นอยู่กับทีมเยือนด้วย ไม่ว่าจะเป็น โค้วต้าสนาม โค้วตาทีมเยือน การรักษาความปลอดภัยมันเป็นระบบที่วางได้อยู่แล้ว คือปฏิบัติตามกฎตามขั้นตอนอยู่แล้ว เรื่องสูบบุหรี่กินเหล้าดูบุหรี่ยี่ เรงดไม่ให้สูบบุหรี่ในสเตเดียม เครื่องดื่มเปียร์เรามีจำหน่าย หากมีปัญหาเรามีสารวัตรทหารเชิญออก ถ้าไม่ออกต้องเชิญออกต้องเคารพสิทธิคนอื่น ถ้าไม่เช่นนั้นเราจะมีขึ้นรูปเป็นมาตรการ” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

### 1.5 ปัจจัยปฏิสัมพันธ์

“คนให้บริการมีปัญหาน้อย ควรรู้หน้าที่การให้บริการคือให้ความสะดวก ลูกค้า แฟนคลับคือลูกค้า คนดูคือลูกค้า ทุกคนต้องพูดจาไพเราะ เป็นเรื่อง ปกติ ในส่วนของการ์ดไม่ค่อยได้ทำงาน ถ้าไม่มีเรื่อง ถ้าเราบริการจัดการดีๆ **การ์ดไม่ต้องคุยกับใครเลย**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“สำหรับคนสูบบุหรี่ห้ามเข้าสนาม **การ์ดต้องหันหลังให้ฟุตบอลอยู่แล้ว ห้ามดูบอลให้หันหลังดูคนดูอย่างเดียว พอเห็นใครขว้างอะไรลงมาก็รีบเคลียร์**” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“หลังจากการแข่งขันครึ่ง ชั่วโมง สโมสรจะให้พนักงานระดับสตาร์มาแจกจ่ายเซ็นถ่ายรูปทำให้มีแฟนมีความรัก ผูกพันมากขึ้นได้สัมผัสนักเตะที่เค้าชื่นชอบ จนกลายเป็นความรักและผูกพันมากขึ้น” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“คนให้บริการ คนเดินตั๋ว คนขายตั๋ว หน้าสนาม คนลงทะเบียน คนรับรองแขก วีไอพี คนจัดเตรียมอาหาร เรามีการฝึกอบรมภายในสำหรับผู้ที่ต้องต้อนรับแขกวีไอ ต้องยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ ตอบคำถามชัดเจน ส่วนคนนำทางเราใช้นักฟุตบอลเยาวชน โดยมีโค้ชเป็นผู้อบรมนักเตะให้สามารถตอบคำถามได้ทุกเรื่อง ตรงไหนอยู่ไหน” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างประเทศ)

“พอบจบเกม 90 นาที ไม่ว่าจะแพ้หรือชนะเขาก็จะร้องเพลงสโมสรให้กับนักฟุตบอลของเราต่อหน้า มันเป็นธรรมเนียมของเรา พอบจบเกม 90 นาที ไม่ว่าจะแพ้หรือชนะ นักฟุตบอลจะไปยืนเข้าแถวต่อหน้าพวกเขา เพื่อรอรับการร้องเพลงเชียร์นะครับ” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

#### 1.6 ปัจจัยกิจกรรมความบันเทิง

“ผมไปดูงานที่เมืองนอก กิจกรรมนอกสนามไม่ค่อยมีเลย และพักครึ่งการแข่งขันไม่มีเลย กิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น เช่น มีนักบอลเสียชีวิต ก็ต้องยื่นไว้อาลัย บ้านเราที่ยังคงทำกิจกรรมอยู่แต่เป็นของสปอนเซอร์ ทางสโมสรอยากทำการตอบแทนสปอนเซอร์ด้วยเพราะ สปอนเซอร์ลงทุนมาเยอะ เค้ายากจะเห็นกิจกรรม ทำอะไรที่ทำให้เงินที่เขาลงทุนเข้าไปกับสโมสร มันคุ้มค่าที่เสียไป” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“กิจกรรมที่ลงไปในแฟนคลับ ส่วนใหญ่ทำกับแฟนคลับเหมือนกันหมด การจับรางวัลหรือฉลาก เหมือนกันหมด ปีนี้เป็นปีแรก ที่เราทำตัวปี มีสิทธิประโยชน์มากกว่าอาจารย์ ส่วนในการทำบัตรสมาชิก เราไม่ได้ทำ เราใช้ตัวปีอย่างเดียว เราอยากมีอะไรที่มันนิ่งพอเมื่อเรามีสนามของเราเอง ระบบการจัดการเป็นของตัวเอง ทุกอย่างเราจะทำได้เลย” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในกรุงเทพฯและปริมณฑล)

“สปอนเซอร์ได้รับสิทธิประโยชน์ในการจัดกิจกรรมของตัวเอง สโมสรไม่มีกิจกรรมเป็นความบันเทิงจากสปอนเซอร์รอบๆสนามแข่งและระหว่างพัก การแข่งขัน สำหรับเชียร์ลีดเดอร์ มาสคอต การแจกรางวัลมีความสำคัญมากๆ นอกจากมาเชียร์แล้วยังได้ร่วมลุ้นรางวัลใหญ่ๆ” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“ทุกกลุ่มมีการจัดกิจกรรมเหมือนกัน การแจกรางวัล จากสปอนเซอร์ผู้สนับสนุน รถจักรยานยนต์ยามาฮา ตัวเครื่องบินแอร์เอเชียโทรศัพท์ มือถือไอโมบาย โดยการจับทางบัตรที่เข้าชมการแข่งขัน” (ชาย ผู้บริหารสโมสรไทยพรีเมียร์ลีกในต่างจังหวัด)

“การจัดกิจกรรมบันเทิง ก่อนการแข่งขัน และระหว่างการแข่งขัน ปกติกิจกรรมจะเป็นของสปอนเซอร์มากกว่า ระหว่างพักครึ่ง โดยธรรมชาติของแฟนบอลไทยจะไม่นั่ง จะออกมา

เข้าห้องน้ำ ดื่มเปียร์ ชี้อของ ดังนั้น พอมีกิจกรรมพักครึ่งก็จะไม่ได้รับการตอบรับ” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพีเอ็มเอลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“นโยบายของเราเพิ่มเติม สิ่งอำนวยความสะดวกให้แฟนของเราเข้ามาสนามทีมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีการปรับภูมิทัศน์จุดพื้นที่การพบปะของแฟนคลับให้มากขึ้น และก็พื้นที่ที่ทานอาหารสำหรับให้แฟนคลับทานอาหาร พักผ่อนไปก่อน เพราะการแข่งขันประมาณ 6 โมงเย็น เป็นเวลาเมื่อเย็น จะได้มีเวลามาเจอเพื่อน มาสังสรรค์กันก่อน” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพีเอ็มเอลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

“การทำการตลาด การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ การทำการตลาดใหม่ๆ” (หญิง ผู้บริหารสโมสรไทยพีเอ็มเอลีกในกรุงเทพและปริมณฑล)

## 2. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล

2.1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพีเอ็มเอลีกภาพรวม

**ตารางที่ 3** จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับที่ชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพีเอ็มเอลีก ฤดูกาล 2555

ภูมิหลัง ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	329	70.00
หญิง	141	30.00
<b>อายุ</b>		
15 – 24 ปี	174	37.00
25 – 34 ปี	166	35.30
มากกว่า 34 ปี	130	27.70
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	298	63.40
แต่งงาน	172	36.60

## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ภูมิหลัง ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ไม่เกินปริญญาตรี	403	85.70
สูงกว่าปริญญาตรี	67	14.30
<b>สโมสร</b>		
สโมสรเอสซีจี เมืองทองฯ ยูไนเต็ด	61	13.07
สโมสรชลบุรี เอฟซี	30	6.42
สโมสรบางกอกกล๊าส เอฟซี	42	8.96
สโมสรบีอีซี เทโรศาสน	22	4.76
สโมสรอินทรีย์เพื่อนตำรวจ	88	18.68
สโมสรการทำเรือไทย เอฟซี	36	4.16
สโมสรอาร์มี ยูไนเต็ด	70	11.10
สโมสรอีสาน ยูไนเต็ด	12	19.60
สโมสรทีทีเอ็ม เชียงใหม่	88	23.20
สโมสรชัยนาท เอฟซี	30	3.00
<b>ประเภทของการถือบัตร</b>		
บัตรตัวปี	56	11.90
บัตรสมาชิก	117	24.90
แฟนคลับทั่วไป	297	63.20
<b>จำนวนปีที่แฟนคลับ</b>		
1 - 3 ปี	331	70.40
4 - 5 ปี	139	29.60
<b>ความถี่ในการเข้าชม</b>		
3 - 7 นัด	92	19.20
8 - 12 นัด	109	23.20
13 - 17 นัด	165	35.10

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.00 อายุอยู่ในระหว่าง 15 ถึง 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 สถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 63.40 ระดับการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.70 เป็นประเภทแฟนคลับทั่วไป คิดเป็น

ร้อยละ 63.2 จำนวนปีที่ เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.40 ความถี่ในการเข้าชมระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.2 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ

ลักษณะส่วนบุคคล แฟนคลับ	เพศชาย (329)		เพศหญิง (141)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>						
15 – 24 ปี	102	31.00	72	51.10	174	37.00
25 – 34 ปี	115	35.00	51	36.20	166	35.30
มากกว่า 34 ปี	112	34.00	18	12.80	130	27.70
<b>สถานภาพ</b>						
โสด	194	59.00	104	73.80	298	63.40
แต่งงาน	135	41.00	37	26.20	172	36.60
<b>ระดับการศึกษา</b>						
ไม่เกินปริญญาตรี	273	83.00	130	92.20	403	85.70
สูงกว่าปริญญาตรี	56	17.00	11	7.80	67	14.30
<b>การถือบัตร</b>						
บัตรตัวปี	39	11.90	17	12.10	56	11.90
บัตรสมาชิก	87	26.40	30	21.30	117	24.90
แฟนคลับทั่วไป	203	61.70	94	66.70	297	63.20
<b>จำนวนปีที่ เป็นแฟนคลับ</b>						
แฟนคลับ 1-3 ปี	222	67.50	109	77.30	331	70.40
แฟนคลับ 4-5 ปี	107	32.50	32	22.70	139	29.60
<b>ความถี่ในการเข้าชม</b>						
3 - 7 นัด	69	26.00	23	22.80	92	25.10
8 – 12 นัด	73	27.50	36	35.60	109	29.80
13 – 17 นัด	123	46.40	42	41.60	165	45.10

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4 พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ระหว่าง 1 ถึง 3 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศหญิง ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.3 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่มีการถือบัตรระหว่างบัตรตัวปี บัตรสมาชิก และแฟนคลับทั่วไป

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามการถือบัตร

ลักษณะส่วนบุคคล แฟนคลับ	บัตรตัวปี (56 คน)		บัตรสมาชิก (117 คน)		แฟนคลับทั่วไป (297 คน)		รวม (470 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>								
ชาย	39	69.60	87	74.40	203	68.40	329	70.00
หญิง	17	30.40	30	25.60	94	31.60	141	30.00
<b>อายุ</b>								
15 - 24 ปี	23	41.10	23	19.70	128	43.10	174	37.00
25 - 34 ปี	21	37.50	42	35.90	103	34.70	166	35.30
มากกว่า 34 ปี	12	21.40	52	44.40	66	22.20	130	27.70
<b>สถานภาพ</b>								
โสด	45	80.40	50	42.70	213	68.40	298	63.40
แต่งงาน	11	19.60	67	57.30	94	31.60	172	36.60
<b>ระดับการศึกษา</b>								
ไม่เกินปริญญาตรี	47	83.90	77	65.80	279	93.90	279	93.90
สูงกว่าปริญญาตรี	9	16.10	40	34.20	18	6.10	18	6.10
<b>จำนวนปีที่เป็นแฟนคลับ</b>								
แฟนคลับ 1- 3 ปี	33	58.90	62	53.00	236	79.50	331	70.40
แฟนคลับ 4- 5 ปี	23	41.10	55	47.00	61	20.50	139	29.60
<b>ความถี่ในการเข้าชม</b>								
3 - 7 นัด	2	4.00	28	27.20	62	29.10	92	25.10
8 - 12 นัด	17	34.00	25	24.30	67	31.50	109	29.80
13 - 17 นัด	31	62.00	50	48.50	84	39.40	165	45.10

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 5 พบว่า แฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล แฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่งงาน อายุมากกว่า 34 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและแฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี คลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.4 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่จำแนกตามจำนวนปีที่เป็นแฟนของแฟนคลับ

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนปีที่เป็นแฟนคลับ

ลักษณะส่วนบุคคล	แฟนคลับ 1-3 ปี (331)		แฟนคลับ 4-5 ปี (139)		รวม (470)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>						
ชาย	222	67.10	107	77.00	329	70.00
หญิง	109	32.90	67	48.20	141	30.00
<b>อายุ</b>						
15 – 24 ปี	142	42.90	32	23.00	174	37.00
25 – 34 ปี	127	38.40	39	28.10	166	35.30
มากกว่า 34 ปี	62	18.70	68	48.90	130	27.70
<b>สถานภาพ</b>						
โสด	231	69.80	67	48.20	298	63.40
แต่งงาน	100	30.20	72	51.80	172	36.60
<b>การศึกษา</b>						
ไม่เกินปริญญาตรี	304	91.80	99	71.20	403	85.70
สูงกว่าปริญญาตรี	27	27.00	40	28.80	67	14.30
<b>การถือบัตร</b>						
บัตรตัวปี	33	10.00	23	16.50	56	11.90
บัตรสมาชิก	62	18.70	55	39.60	117	24.90
แฟนคลับทั่วไป	236	71.30	61	43.90	297	63.20

## ตารางที่ 6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล แฟนคลับ	แฟนคลับ 1-3 ปี (331)		แฟนคลับ 4-5 ปี (139)		รวม (470)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการเข้าชม</b>						
3 - 7 นัด	64	26.40	28	22.60	92	25.10
8 - 12 นัด	80	33.10	29	23.40	109	29.80
13 - 17 นัด	98	40.50	67	54.00	165	45.10

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 6 พบว่า แฟนคลับ 1-3 ปี ส่วนใหญ่เป็นชาย โสด อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและแฟนคลับ 4-5 ปี ส่วนใหญ่เป็นชาย แต่งงาน อายุมากกว่า 34 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

ตารางที่ 7 ร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลแฟนคลับ ระหว่างเพศชายกับหญิงจำแนกตามการถือบัตร

ลักษณะส่วนบุคคล แฟนคลับ	ชาย								หญิง							
	บัตรตัวปี		บัตรสมาชิก		แฟนคลับทั่วไป		รวม		บัตรตัวปี		บัตรสมาชิก		แฟนคลับทั่วไป		รวม	
	(39)		(87)		(297)		(329)		(17)		(30)		(94)		(141)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุ</b>																
15 - 24 ปี	15	38.50	10	11.50	77	37.90	102	31.00	8	47.10	13	43.30	51	54.30	72	51.10
25 - 34 ปี	13	33.30	31	35.60	71	35.00	115	35.00	8	47.10	11	36.70	32	34.00	51	36.20
มากกว่า 34 ปี	11	28.20	46	52.90	55	27.10	112	34.00	1	5.90	6	20.00	11	11.70	18	12.80
<b>สถานภาพ</b>																
โสด	31	79.50	30	34.50	213	65.50	298	59.00	14	82.40	20	66.70	70	74.50	104	73.80
แต่งงาน	8	20.50	57	65.50	94	34.50	172	41.00	3	17.60	10	33.30	24	25.50	37	26.20
<b>การศึกษา</b>																
ไม่เกินปริญญาตรี	30	76.90	51	58.60	279	94.60	279	83.00	17	100.00	26	86.70	87	92.60	130	92.20
สูงกว่าปริญญาตรี	9	23.10	36	41.40	18	5.40	18	17.00	0	0.00	4	13.30	7	7.40	11	7.80
<b>จำนวนปีที่แฟนคลับ</b>																
แฟนคลับ 1- 3 ปี	20	51.30	44	50.60	236	77.80	331	67.50	13	76.50	18	60.00	78	83.00	109	77.30
แฟนคลับ 4- 5 ปี	19	48.70	43	49.40	61	22.20	139	32.50	4	23.50	12	40.00	16	17.00	32	22.70
<b>ความถี่ในการเข้าชม</b>																
3 - 7 นัด	1	2.90	27	33.80	41	27.30	69	26.00	1	6.70	1	4.30	21	33.30	23	22.80
8 - 12 นัด	13	37.10	17	21.30	43	28.70	73	27.50	4	26.70	8	34.80	24	38.10	36	35.60
13 - 17 นัด	21	60.00	36	45.00	66	44.00	123	46.40	10	66.70	14	60.90	18	28.60	42	41.60

## 2.5 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่จำแนกตามเพศ และการถือบัตรของแฟนคลับ

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 7 พบว่า เพศชายที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสดการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศชายที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 34 ปี แต่งงาน การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและเพศชายที่แฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล ส่วนเพศหญิงที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี และ 25 ถึง 34 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศหญิงที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล และเพศหญิงที่แฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 8 ถึง 12 นัดต่อฤดูกาล

## 3. การวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

### 3.1 การวิเคราะห์ระดับแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

ตารางที่ 8 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

(470)

ปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ลักษณะของทีมเยือน	1	5	3.50	0.875	ปานกลาง
ทีมที่มีความสามารถและฝีเท้าเยี่ยม	1	5	3.36	1.060	ปานกลาง
ทีมที่มีผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์มาก	1	5	3.51	1.017	ปานกลาง
ทีมที่มีผลแพ้ชนะในอดีตดีกว่า	1	5	3.54	1.035	ปานกลาง
ทีมที่มีอันดับสูงกว่าในลีก	1	5	3.56	1.123	ปานกลาง
ทีมที่มีผลงานและความสำเร็จมากกว่า	1	5	3.52	1.128	ปานกลาง

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

(470)

ปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>ความสามารถของผู้เล่น</b>	1	5	3.82	0.667	มาก
ผู้เล่นมีไต่ระดับซูเปอร์สตาร์	1	5	3.74	0.939	มาก
ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี	1	5	3.80	0.938	มาก
ผู้เล่นมีบุคลิกภาพหน้าตาดี	1	5	3.72	0.960	มาก
ผู้เล่นมีทักษะการเล่นที่ยอดเยี่ยม	1	5	3.83	0.895	มาก
ผู้เล่นเล่นเต็มที่ 100% ทุกเกม	1	5	3.85	0.961	มาก
ผู้เล่นเล่นเต็มที่ตลอด 90 นาที	1	5	3.91	0.952	มาก
ผู้เล่นพยายามอย่างเต็มที่ที่สุด	1	5	3.90	0.888	มาก
<b>บรรยากาศเกมการแข่งขัน</b>	1	5	3.82	0.785	มาก
เกมที่เน้นผลการแพ้ชนะ	1	5	3.74	1.015	มาก
เกมที่มีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว	1	5	3.79	0.937	มาก
เกมที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี	1	5	3.91	0.954	มาก
<b>ปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากการแข่งขัน</b>	1	5	3.71	0.634	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 8 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรความสามารถของผู้เล่น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 ส่วนตัวแปรของปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง คือ ตัวแปรลักษณะของทีมเยือน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของตัวแปรความสามารถของผู้เล่น พบว่า ผู้เล่นที่เล่นเต็มที่ตลอดเวลา 90 นาที มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน พบว่า เกมที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดีมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรลักษณะของทีมเยือน พบว่า ทีมที่มีอันดับสูงกว่าในลีกมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.56

## 3.2 การวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของแฟนคลับ

ตารางที่ 9 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับ (470)

ปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ความบันเทิง</b>	1	5	3.95	0.782	มาก
ความสนุกสนาน	1	5	3.91	0.924	มาก
ช่วงเวลาที่ดีที่สุด	1	5	3.95	0.931	มาก
การพักผ่อนหย่อนใจ	1	5	3.99	0.899	มาก
<b>ความภูมิใจ</b>	1	5	4.01	0.762	มาก
ท่านรู้สึกดีเมื่อทีมชนะ	1	5	4.13	0.944	มาก
ความภูมิใจเพิ่มขึ้นจากความสนุก	1	5	3.97	0.948	มาก
ร่วมความสำเร็จและพ่ายแพ้ด้วยกัน	1	5	3.93	0.916	มาก
<b>ความชอบในกีฬาฟุตบอล</b>	1	5	3.93	0.812	มาก
ท่านได้เป็นแฟนของทีมที่ชอบที่สุด	1	5	3.94	0.898	มาก
ท่านรักที่จะติดตามการแข่งขันของทีม	1	5	3.98	0.945	มาก
ท่านเป็นแฟนพันธุ์แท้ของทีม	1	5	3.88	0.943	มาก
<b>ปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>	1	5	3.96	0.634	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 9 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับ มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรความภูมิใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตัวแปรความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และตัวแปรความสนใจในกีฬาฟุตบอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความภูมิใจ พบว่า ท่านมีความรู้สึกดีเมื่อทีมชนะมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความบันเทิง พบว่า การพักผ่อนหย่อนใจมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล พบว่า ท่านรักที่จะติดตามเกมการแข่งขันของทีมมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98

## 3.3 การวิเคราะห์ระดับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 10 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

(470)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	1	5	3.72	0.759	มาก
สะดวก					
ที่ตั้งสโมสรสามารถเดินทางสะดวก	1	5	3.79	0.975	มาก
สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง	1	5	3.78	0.978	มาก
ป้ายบอกสถานที่ต่างๆ	1	5	3.75	0.958	มาก
ห้องน้ำสะอาด	1	5	3.60	1.104	ปานกลาง
ความสะอาดของสนามการแข่งขัน	1	5	3.66	1.067	ปานกลาง
ที่นั่ง สะดวกสบาย	1	5	3.68	1.025	มาก
ที่นั่งมีการแยกโซนชัดเจน	1	5	3.80	1.059	มาก
อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพดี	1	5	3.72	0.999	มาก
แผนผังเข้าใจง่าย	1	5	3.73	0.974	มาก
พนักงานผู้ให้บริการ	1	5	3.63	0.782	ปานกลาง
แสดงความเป็นมิตร สุภาพ ยิ้มแย้ม	1	5	3.75	1.021	มาก
ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือเมื่อร้องขอ	1	5	3.60	1.017	ปานกลาง
แสดงความเข้าใจถึงความต้องการ	1	5	3.59	0.960	ปานกลาง
ตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็ว	1	5	3.64	0.949	ปานกลาง
ทำหน้าที่เหมาะสมกับหน้าที่	1	5	3.71	0.946	มาก
รับผิดชอบ					
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	1	5	3.70	0.696	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 10 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 และ

ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน อยู่ในระดับปานกลาง คือ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อ ของตัวแปรสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ที่นั่งมีการแยกโซนชัดเจนมีผลต่อตัวแปร ตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปร พนักงานผู้ให้บริการ พบว่า การแสดงความเป็นมิตร สุภาพ ยิ้มแย้ม มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชม การแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75

### 3.4 การวิเคราะห์ระดับปฏิสัมพันธ์

ตารางที่ 11 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์

(470)

ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย</b>	1	5	3.75	0.785	มาก
ควบคุมพฤติกรรมไม่ได้รวดเร็ว	1	5	3.74	0.965	มาก
ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ	1	5	3.70	0.973	มาก
พูดจาสุภาพกับแฟนคลับ	1	5	3.76	0.936	มาก
เคร่งครัดต่อระบบความปลอดภัย	1	5	3.79	0.952	มาก
<b>ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น</b>	1	5	3.85	0.863	มาก
ความเต็มใจที่พบแฟนคลับหลังจบการแข่งขัน	1	5	3.83	0.952	มาก
แสดงการขอบคุณแฟนคลับหลังจบการแข่งขัน	1	5	3.87	0.963	มาก
<b>ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน</b>	1	5	3.81	0.779	มาก
เชียร์อย่างสุภาพไม่ตำหนกด้วยคำหยาบ	1	5	3.93	0.957	มาก
ปฏิบัติตัวตามกฎการแข่งขัน	1	5	3.72	0.967	มาก
ไม่สร้างความเดือดร้อนคนใกล้ๆ	1	5	3.78	0.957	มาก
<b>ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์</b>	1	5	3.80	0.682	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 11 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาแต่ละข้อของตัวแปร ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น พบว่า การแสดงการขอบคุณแฟนคลับหลังจบการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ พบว่า เชียร์อย่างสุภาพไม่ด่าทอด้วยคำหยาบมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย พบว่า เครื่องคิดต่อระบบความปลอดภัยมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79

### 3.5 การวิเคราะห์ระดับกิจกรรมบันเทิง

ตารางที่ 12 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิง

(470)

ปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิง	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ปอมปอมเชียร์</b>	1	5	3.69	0.948	มาก
รูปแบบการเชียร์ ตื่นเต้นสนุกสนาน	1	5	3.74	1.043	มาก
ทำให้แฟนคลับรวมเป็นหนึ่งเดียว	1	5	3.64	1.031	ปานกลาง
<b>ผู้บรรยายในสนาม</b>	1	5	3.68	0.853	มาก
การพูดเร้าใจ ตื่นเต้น	1	5	3.69	0.978	มาก
พูดจาโน้มน้าว ชักจูงได้	1	5	3.68	1.014	มาก
เป็นกลาง	1	5	3.68	1.002	มาก
<b>การจัดกิจกรรม</b>	1	5	3.79	0.903	มาก
แจกรางวัลจากทางตัวเข้าชม	1	5	3.79	1.011	มาก
จัดกิจกรรมรอบๆสนามการแข่งขัน	1	5	3.80	1.000	มาก
<b>การประชาสัมพันธ์</b>	1	5	3.79	0.834	มาก
สื่อวิทยุของสโมสร	1	5	3.76	1.008	มาก
สื่อออนไลน์ของสโมสร	1	5	3.87	0.975	มาก
สื่อโทรทัศน์ของสโมสร	1	5	3.76	0.999	มาก
สื่อนิตยสารของสโมสร	1	5	3.80	0.969	มาก
ปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิง	1	5	3.74	0.742	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 12 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ตัวแปรการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ตัวแปรปอมปอมเชียร์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69 และตัวแปรผู้บรรยายในสนาม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ของสโมสรมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการจัดกิจกรรม พบว่า การจัดกิจกรรมรอบๆ สนามการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรเชียร์ลีดเดอร์หรือปอมปอมเชียร์ พบว่า รูปแบบการเชียร์ ตื่นเต้นสนุกสนานมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรผู้บรรยายในสนาม พบว่า การพูดเร้าใจ ตื่นเต้นมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69

### 3.6 การวิเคราะห์ระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

**ตารางที่ 13** ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

(470)

ปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>การกลับมาชมอีก</b>					
ท่านตั้งใจจะเข้าชม	1	5	3.95	0.769	มาก
ท่านวางแผนเพื่อจะเข้าชม	1	5	3.87	1.059	มาก
ท่านพยายามจะเข้าชม	1	5	3.90	0.893	มาก
ท่านจะเข้าชม	1	5	4.00	0.922	มาก
ความน่าจะเป็นที่ท่านจะเข้าชม	1	5	4.00	0.898	มาก
<b>การแนะนำและบอกต่อ</b>					
ท่านจะแนะนำเพื่อนของท่านเข้าชม	1	5	3.94	0.747	มาก
ท่านจะแนะนำคนอื่นๆเข้าชม	1	5	3.90	0.933	มาก
ท่านจะบอกสิ่งดีๆเกี่ยวกับทีม	1	5	3.95	0.929	มาก
ท่านจะโพสต์สิ่งดีๆของทีมบนเฟซบุ๊ก	1	5	3.97	0.919	มาก
ท่านจะโพสต์สิ่งดีๆของทีมบนทวิตเตอร์	1	5	3.93	0.961	มาก

## ตารางที่ 13 (ต่อ)

(470)

ปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
<b>การซื้อของที่ระลึก</b>	1	5	3.92	0.689	มาก
ท่านจะซื้อเสื้อของทีม	1	5	4.03	0.935	มาก
ท่านจะซื้อผ้าพันคอของทีม	1	5	3.91	0.944	มาก
ท่านจะสวมใส่เสื้อของทีมเข้าชม	1	5	4.07	0.889	มาก
ท่านจะสวมใส่เสื้อของทีม	1	5	3.72	0.950	มาก
ท่านจะเก็บสะสมสินค้าที่ระลึกของทีม	1	5	3.87	0.916	มาก
<b>การติดตามข่าวสารของสโมสร</b>	1	5	3.90	0.716	มาก
จะอ่านหนังสือพิมพ์	1	5	3.89	0.876	มาก
จะดูข่าวทางทีวี	1	5	3.93	0.935	มาก
จะฟังวิทยุ	1	5	3.84	0.981	มาก
จะใช้อินเทอร์เน็ต	1	5	3.94	0.934	มาก
<b>การเข้าร่วมกิจกรรม</b>	1	5	3.75	0.813	มาก
จะเข้าร่วมกิจกรรมของแฟนคลับ	1	5	3.79	0.945	มาก
จะเข้าร่วมกิจกรรมของสโมสร	1	5	3.82	0.937	มาก
จะเข้าร่วมกิจกรรมต่างสโมสร	1	5	3.65	1.025	ปานกลาง
<b>ปัจจัยความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน</b>	1	5	3.89	0.621	มาก

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 13 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมีแนวโน้มความตั้งใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน พบว่า การกลับมาชมอีก มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการกลับมาชมอีก พบว่า ความน่าจะเป็นที่ท่านจะเข้าชมการแข่งขัน มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการแนะนำและบอกต่อ พบว่า ท่านจะบอกสิ่งดีๆเกี่ยวกับทีม มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการซื้อของที่ระลึก พบว่า ท่านจะสวมใส่เสื้อของทีมเข้าชม มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการติดตามข่าวสารของทีม พบว่า ท่านจะใช้อินเทอร์เน็ต มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมของสโมสร มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82

#### 4. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นจะตอบคำถามของงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งมีกลุ่มตัวแปร 5 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มตัวแปรแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน กลุ่มตัวแปรแรงจูงใจจากแฟนคลับ กลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์ และกลุ่มตัวแปรกิจกรรมบันเทิง วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ถดถอยเชิงชั้นนี้จะสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการใส่กลุ่มตัวแปรอิสระที่ละชั้นในสมการบนพื้นฐานของการตัดสินใจของนักวิจัยที่ได้ทบทวนจากงานวิจัย และเทคนิคนี้จะใช้อิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม สำหรับการวิเคราะห์การถดถอยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใส่กลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ตัวแปรสเตเดียมและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ในชั้นที่ 1 กลุ่มตัวแปรปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ในชั้นที่ 2 กลุ่มตัวแปรกิจกรรมบันเทิง ได้แก่ ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรประชาสัมพันธ์ ในชั้นที่ 3 กลุ่มตัวแปรแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของผู้เล่น และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันในชั้นที่ 4 และกลุ่มตัวแปรแรงจูงใจของแฟนคลับ ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ในชั้นที่ 5 และทำการทำนายตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยใช้การถดถอยแบบเชิงชั้น สำรวจชุดตัวแปรอิสระ ดังนี้

##### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = a + b_1 \text{สนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก (x}_1\text{)} + b_2 \text{พนักงานผู้ให้บริการ (x}_2\text{)}$$

##### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & a + b_1 \text{สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก (x}_1\text{)} \\ & + b_2 \text{พนักงานผู้ให้บริการ (x}_2\text{)} + b_3 \text{ปฏิสัมพันธ์กับ} \\ & \text{พนักงานรักษาความปลอดภัย (x}_3\text{)} + b_4 \text{ปฏิสัมพันธ์กับ} \\ & \text{ผู้เล่น (x}_4\text{)} + b_5 \text{ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน (x}_5\text{)} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 3

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $a + b_1$  สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ( $x_1$ )  
 $+ b_2$  พนักงานผู้ให้บริการ ( $x_2$ ) +  $b_3$  ปฏิสัมพันธ์กับ  
 พนักงานรักษาความปลอดภัย ( $x_3$ ) +  $b_4$  ปฏิสัมพันธ์กับ  
 ผู้เล่น ( $x_4$ ) +  $b_5$  ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ( $x_5$ )  
 $+ b_6$  ปอมปอมเชียร์ ( $x_6$ ) +  $b_7$  ผู้บรรยายในสนาม ( $x_7$ )  
 $+ b_8$  การจัดกิจกรรม ( $x_8$ ) +  $b_9$  การประชาสัมพันธ์ ( $x_9$ )

## สมการพยากรณ์ที่ 4

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $a + b_1$  สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ( $x_1$ )  
 $+ b_2$  พนักงานผู้ให้บริการ ( $x_2$ ) +  $b_3$  ปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน  
 รักษาความปลอดภัย ( $x_3$ ) +  $b_4$  ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ( $x_4$ )  
 $+ b_5$  ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ( $x_5$ ) +  $b_6$  ปอม  
 ปอมเชียร์ ( $x_6$ ) +  $b_7$  ผู้บรรยายในสนาม ( $x_7$ ) +  $b_8$  การจัด  
 กิจกรรม ( $x_8$ ) +  $b_9$  การประชาสัมพันธ์ ( $x_9$ ) +  $b_{10}$  ลักษณะ  
 ทีมเยือน ( $x_{10}$ ) +  $b_{11}$  ความสามารถนักเตะ ( $x_{11}$ ) +  $b_{12}$   
 บรรยากาศเกมการแข่งขัน ( $x_{12}$ )

## สมการพยากรณ์ที่ 5

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $a + b_1$  สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ( $x_1$ )  
 $+ b_2$  พนักงานผู้ให้บริการ ( $x_2$ ) +  $b_3$  ปฏิสัมพันธ์กับ  
 พนักงานรักษาความปลอดภัย ( $x_3$ ) +  $b_4$  ปฏิสัมพันธ์กับ  
 ผู้เล่น ( $x_4$ ) +  $b_5$  ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ( $x_5$ ) +  $b_6$   
 ปอมปอมเชียร์ ( $x_6$ ) +  $b_7$  ผู้บรรยายในสนาม ( $x_7$ ) +  $b_8$   
 การจัดกิจกรรม ( $x_8$ ) +  $b_9$  การประชาสัมพันธ์ ( $x_9$ ) +  $b_{10}$   
 ลักษณะทีมเยือน ( $x_{10}$ ) +  $b_{11}$  ความสามารถนักเตะ ( $x_{11}$ )  
 $+ b_{12}$  บรรยากาศเกมการแข่งขัน ( $x_{12}$ ) +  $b_{13}$  ความบันเทิง  
 ( $x_{13}$ ) +  $b_{14}$  ความภูมิใจ ( $x_{14}$ ) +  $b_{15}$  ความชอบในกีฬา  
 ฟุตบอล ( $x_{15}$ )

ในการศึกษาครั้งนี้

- $X_1$  = สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก
- $X_2$  = พนักงานผู้ให้บริการ
- $X_3$  = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย
- $X_4$  = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น
- $X_5$  = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ
- $X_6$  = ปอมปอมเชียร์
- $X_7$  = ผู้บรรยายในสนาม
- $X_8$  = การจัดการกิจกรรม
- $X_9$  = การประชาสัมพันธ์
- $X_{10}$  = ลักษณะทีมเยือน
- $X_{11}$  = ความสามารถผู้เล่น
- $X_{12}$  = บรรยากาศของเกม
- $X_{13}$  = ความบันเทิง
- $X_{14}$  = ความภูมิใจ
- $X_{15}$  = ความชอบในกีฬาฟุตบอล

#### 4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

ภาพรวม

ตารางที่ 14 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกภาพรวม

(470)

ปัจจัย	x	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1	
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.50	0.875	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.82	0.667	0.450**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.82	0.785	0.380**	0.710**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.72	0.759	0.449**	0.609**	0.599**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.66	0.782	0.485**	0.556**	0.479**	0.635**	1											
ความบันเทิง	(SM)	3.95	0.782	0.275**	0.558**	0.572**	0.530**	0.518**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM)	4.01	0.762	0.307**	0.549**	0.555**	0.565**	0.483**	0.670**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM)	3.93	0.812	0.280**	.572**	0.543**	0.560**	0.491**	0.604**	0.695**	1								
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน																			
รักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.75	0.784	0.424**	0.565**	0.467**	0.586**	0.598**	0.465**	0.520**	0.546**	1							
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	(IQ2)	3.85	0.863	0.311**	0.547**	0.512**	0.532**	0.444**	0.511**	0.554**	0.515**	0.536**	1						
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ	(IQ3)	3.81	0.778	0.315**	0.546**	0.509**	0.605**	0.525**	0.513**	0.526**	0.513**	0.564**	0.603**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.69	0.948	0.425**	0.485**	0.409**	0.493**	0.495**	0.378**	0.372**	0.406**	0.484**	0.411**	0.568**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.68	0.853	0.421**	.580**	0.440**	0.548**	0.504**	0.467**	0.455**	0.476**	0.535**	0.527**	0.600**	0.649**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.79	0.903	0.344**	0.524**	0.389**	0.526**	0.490**	0.435**	0.465**	0.490**	0.549**	0.473**	0.529**	0.490**	0.668**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.79	0.834	0.272**	0.549**	0.473**	0.595**	0.515**	0.502**	0.507**	0.529**	0.557**	0.532**	0.607**	0.514**	0.623**	0.704**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	3.89	0.621	0.455**	0.727**	0.622**	0.616**	0.569**	0.627**	0.658**	0.686**	0.592**	0.616**	0.584**	0.485**	0.582**	0.553**	0.578**	1

หมายเหตุ: A1 = ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1 = ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับภาพรวม

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test	b	SE	t-test									
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทาง</b>															
<b>กายภาพ</b>															
สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.350	0.037	9.468**	0.163	0.037	4.388**	0.130	0.038	3.442*	0.037	0.036	1.036	0.001	0.033	0.037
พนักงานผู้ให้บริการ	0.237	0.036	6.607**	0.125	0.035	3.628**	0.103	0.034	2.998*	0.049	0.032	1.518	0.018	0.030	0.614
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย				0.129	0.035	3.741**	0.095	0.035	2.714*	0.054	0.032	1.700	0.019	0.030	0.620
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.202	0.030	6.758**	0.178	0.030	5.966**	0.126	0.028	4.548**	0.066	0.026	3.311*
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.096	0.035	2.716*	0.045	0.037	1.218	0.039	0.034	1.156	0.021	0.032	0.679
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							0.011	0.028	0.381	-0.009	0.026	-0.340	-0.002	0.024	-0.104
ผู้บรรยายในสนาม							0.076	0.036	2.101*	0.029	0.033	0.874	0.025	0.031	0.818
การจัดกิจกรรม							0.051	0.033	1.554	0.043	0.030	1.443	0.025	0.028	0.905
การประชาสัมพันธ์							0.043	0.036	1.189	0.039	0.034	1.150	0.018	0.031	0.590
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										0.054	0.024	2.214*	0.075	0.023	3.293
ความสามารถผู้เล่น										0.298	0.043	6.975**	0.257	0.040	6.448
บรรยากาศของเกม										0.061	0.033	2.430*	0.019	0.032	0.595

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test	b	SE	t-test									
ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ															
ความบันเทิง													0.073	0.030	2.392*
ความภูมิใจ													0.084	0.034	2.514*
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.162	0.030	5.385**
Multiple R	0.658			0.743			0.756			0.807			0.839		
R <sup>2</sup>	0.433			0.552			0.571			0.652			0.704		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.430			0.547			0.563			0.643			0.695		
SEE	0.469			0.418			0.411			0.371			0.343		
R <sup>2</sup> change	0.433			0.119			0.020			0.080			0.053		
F change	178.1			41.00			5.342			35.082			26.990		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	470			470			470			470			470		

หมายเหตุ: \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 15 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.727 + 0.350 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.237 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 1.203 + 0.136 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ & + 0.125 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ & + 0.129 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ & + 0.202 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.096 \\ & \text{ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 1.141 + 0.130 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ & + 0.103 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ & + 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ & + 0.178 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.076 \\ & \text{ผู้บรรยายในสนาม} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 0.721 + 0.126 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.054 \\ & \text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.298 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ & + 0.081 \text{ บรรยากาศเกมการแข่งขัน} \end{aligned}$$

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 0.511 + 0.086 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.075 \\ & \text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.257 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ & + 0.073 \text{ ความบันเทิง} + 0.084 \text{ ความภูมิใจ} \\ & + 0.162 \text{ ความชอบในกีฬาฟุตบอล} \end{aligned}$$

จากสมการทำนายทั้ง 5 สมการสามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 43.30 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 55.20 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.119 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปร

ตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.10 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.020 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 65.20 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.080 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

แข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 70.40 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.053 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย



ตารางที่ 16 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกเพศชาย

(329)

ปัจจัย		X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.53	0.840	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.80	0.643	0.504**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.78	0.740	0.473**	0.751**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.68	0.763	0.451**	0.551**	0.583**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.64	0.760	0.471**	0.513**	0.431**	0.603**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	3.93	0.779	0.323**	0.533**	0.522**	0.527**	0.514**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	3.96	0.777	0.350**	0.516**	0.541**	0.543**	0.453**	0.682**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM3)	3.90	0.775	0.297**	0.530**	0.487**	0.519**	0.462**	0.604**	0.666**	1								
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.73	0.752	0.398**	0.494**	0.425**	0.547**	0.567**	0.452**	0.408**	0.509**	1							
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	(IQ2)	3.79	0.873	0.374**	0.532**	0.505**	0.506**	0.418**	0.470**	0.532**	0.511**	0.526**	1						
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ	(IQ3)	3.79	0.765	0.347**	0.526**	0.491**	0.601**	0.536**	0.497**	0.533**	0.517**	0.584**	0.570**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.67	0.919	0.480**	0.458**	0.387**	0.466**	0.501**	0.390**	0.388**	0.422**	0.519**	0.411**	0.568**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.65	0.855	0.446**	0.541**	0.423**	0.502**	0.471**	0.461**	0.420**	0.447**	0.537**	0.541**	0.642**	0.655**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.74	0.938	0.345**	0.461**	0.360**	0.490**	0.464**	0.421**	0.413**	0.437**	0.520**	0.481**	0.559**	0.508**	0.650**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.72	0.847	0.318**	0.484**	0.384**	0.574**	0.513**	0.449**	0.455**	0.473**	0.555**	0.517**	0.638**	0.532**	0.648**	0.711**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	3.87	0.601	0.518**	0.698**	0.595**	0.592**	0.546**	0.616**	0.647**	0.642**	0.577**	0.629**	0.596**	0.518**	0.566**	0.517**	0.530**	1

หมายเหตุ: A1 = ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะของทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1= ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test	b	SE	t-test	b	SE	t-test	b	SE	t-test	b	SE	t-test
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>															
สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.325	0.140	7.721**	0.138	0.041	3.324**	0.132	0.042	3.171**	0.061	0.040	1.519	0.025	0.038	0.643
พนักงานผู้ให้บริการ	0.234	0.042	5.545**	0.116	0.040	2.909**	0.098	0.040	2.447*	0.039	0.038	1.023	0.008	0.036	0.220
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย			0.116	0.041	2.822**	0.092	0.042	2.198*	0.074	0.038	1.947	0.044	0.036	1.216	
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.220	0.033	6.667**	0.202	0.034	6.024**	0.147	0.031	4.665**	0.107	0.030	3.567**
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.114	0.042	2.741**	0.071	0.045	1.573	0.070	0.042	1.686	0.042	0.039	1.080
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							0.047	0.034	1.376	0.024	0.032	0.756	0.019	0.030	0.655
ผู้บรรยายในสนาม							0.057	0.042	1.339	0.000	0.039	0.007	0.004	0.037	0.106
การจัดกิจกรรม							0.042	0.036	1.158	0.035	0.033	1.063	0.026	0.031	0.847
การประชาสัมพันธ์							-0.029	0.043	-0.673	-0.010	0.040	-0.245	-0.016	0.037	-0.424
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										0.079	0.031	2.567*	0.097	0.029	3.318**
ความสามารถผู้เล่น										0.299	0.053	5.615**	0.259	0.050	5.163**
บรรยากาศของเกม										0.012	0.045	0.271	-0.036	0.042	-0.857
<b>ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>															
ความบันเทิง													0.077	0.037	2.113*
ความภูมิใจ													0.102	0.039	2.621**
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.115	0.036	3.208**
Multiple R	0.638			0.745			0.753			0.803			0.833		
R <sup>2</sup>	0.407			0.555			0.568			0.664			0.693		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.403			0.548			0.555			0.631			0.679		
SEE	0.464			0.404			0.400			0.365			0.340		
R <sup>2</sup> change	0.407			0.148			0.013			0.077			0.049		
F change	111.660			35.923			2.325			22.754			16.587		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	329			329			329			329			329		

หมายเหตุ : \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 17 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.819 + 0.325 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.234 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.243 + 0.138 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ &+ 0.116 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ &+ 0.116 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.220 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.114 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.218 + 0.132 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ &+ 0.098 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ &+ 0.092 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.202 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.757 + 0.147 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.079 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.299 \text{ ความสามารถนักเตะ} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.549 + 0.107 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.097 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.259 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ &+ 0.077 \text{ ความบันเทิง} + 0.102 \text{ ความภูมิใจ} \\ &+ 0.115 \text{ ความชอบในกีฬาฟุตบอล} \end{aligned}$$

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 55.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.148 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 56.80 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.013 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขัน

และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ ส่วนตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.40 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.077 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 69.30 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.049 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศหญิง

ตารางที่ 18 ประสิทธิภาพสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกหญิง

(จำนวน 141 คน)

ปัจจัย		X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.44	0.951	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.89	0.719	0.364**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.91	0.874	0.232**	0.635**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.82	0.742	0.467**	0.731**	0.631**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.70	0.832	0.521**	0.637**	0.562**	0.705**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	4.00	0.791	0.185**	0.609**	0.671**	0.535**	0.523**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	4.12	0.715	0.237**	0.625**	0.585**	0.610**	0.552**	0.641**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM3)	4.01	0.889	0.259**	0.644**	0.634**	0.645**	0.541**	0.604**	0.766**	1								
ปฏิสัมพันธ์พนักงานรักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.79	0.856	0.478**	0.694**	0.536**	0.671**	0.654**	0.491**	0.576**	0.611**	1							
ปฏิสัมพันธ์ผู้เล่น	(IQ2)	4.00	0.823	0.203**	0.576**	0.524**	0.583**	0.505**	0.609**	0.594**	0.523**	0.563**	1						
ปฏิสัมพันธ์แฟนคลับ	(IQ3)	3.86	0.808	0.259**	0.583**	0.542**	0.612**	0.500**	0.545**	0.507**	0.501**	0.523**	0.683**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.73	1.015	0.328**	0.534**	0.448**	0.552**	0.481**	0.353**	0.337**	0.372**	0.418**	0.345**	0.569**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.77	0.844	0.386**	0.659**	0.489**	0.654**	0.573**	0.478**	0.535**	0.534**	0.533**	0.482**	0.503**	0.637**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.91	0.808	0.372**	0.682**	0.456**	0.617**	0.563**	0.470**	0.604**	0.623**	0.631**	0.432**	0.456**	0.453**	0.716**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.96	0.781	0.202**	0.695**	0.658**	0.636**	0.523**	0.637**	0.630**	0.654**	0.572**	0.547**	0.537**	0.480**	0.553**	0.674**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	3.95	0.665	0.349**	0.780**	0.667**	0.666**	0.611**	0.650**	0.686**	0.765**	0.618**	0.586**	0.558**	0.420**	0.614**	0.646**	0.687**	1

หมายเหตุ: A1 = ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1 = ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศหญิง

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test												
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>															
สนามการแข่งขันและ สิ่งอำนวยความสะดวก	0.419	0.077	5.428**	0.236	0.085	2.768**	0.097	0.084	1.166	-0.017	0.079	-0.212	-0.063	0.074	-0.851
พนักงานผู้ให้บริการ	0.225	0.069	3.261**	0.136	0.070	1.954*	0.109	0.065	1.685	0.049	0.061	0.807	0.042	0.057	0.739
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษา ความปลอดภัย				0.138	0.067	2.071*	0.060	0.064	0.937	-0.024	0.061	-0.386	-0.060	0.057	-1.047
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.148	0.069	2.159*	0.084	0.066	1.273	0.067	0.060	1.106	0.047	0.058	0.818
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.077	0.070	1.102	0.076	0.070	1.087	0.044	0.063	0.702	0.032	0.058	0.546
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							-0.079	0.051	-1.556	-0.097	0.046	-2.097*	-0.068	0.043	-1.566
ผู้บรรยายในสนาม							0.133	0.073	1.829	0.092	0.066	1.392	0.077	0.061	1.266
การจัดกิจกรรม							0.085	0.076	1.127	0.074	0.070	1.059	0.016	0.066	0.244
การประชาสัมพันธ์							0.248	0.069	3.586**	0.117	0.070	1.683	0.065	0.066	0.984
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										0.043	0.042	1.026	0.060	0.039	1.522
ความสามารถผู้เล่น										0.357	0.081	4.396**	0.338	0.075	4.489**
บรรยากาศของเกม										0.158	0.055	2.877**	0.079	0.054	1.455
<b>ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>															
ความบันเทิง													0.045	0.059	0.765
ความภูมิใจ													0.005	0.072	0.076
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.256	0.058	4.384**

ตารางที่ 19 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test												
Multiple R	0.696			0.741			0.797			0.842			0.872		
R <sup>2</sup>	0.484			0.549			0.636			0.709			0.760		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.476			0.532			0.611			0.682			0.732		
SEE	0.481			0.455			0.415			0.375			0.344		
R <sup>2</sup> change	0.484			0.065			0.087			0.074			0.051		
F change	64.672			6.483			7.825			10.797			8.880		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	141			141			141			141			141		

หมายเหตุ: \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 19 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.518 + 0.419 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.225 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 1.136 + 0.236 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ & + 0.136 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ & + 0.138 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ & + 0.148 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.800 + 0.248 \text{ ประชาสัมพันธ์}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.588 - 0.097 \text{ ปอมปอมเชียร์} + 0.357 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.158 \text{ บรรยากาศเกมการแข่งขัน}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.536 + 0.338 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.256 \text{ ความชอบในกีฬาฟุตบอล}$$

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 48.40 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 54.90 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  chang) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.065 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 63.60 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  chang) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.087 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปร

ปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือนไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 70.90 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  chang) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.074 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง แต่ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอลไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 76.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  chang) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.051 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก จำแนกตามการถือบัตรของแฟนคลับ

ตารางที่ 20 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มที่ถือบัตรตัวปี และสมาชิก

(จำนวน 173 คน)

ปัจจัย	X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1	
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.44	0.864	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.74	0.709	0.363**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.75	0.780	0.383**	0.742**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.73	0.679	0.376**	0.717**	0.673**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.62	0.748	0.487**	0.603**	0.523**	0.708**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	3.88	0.807	0.201**	0.600**	0.602**	0.638**	0.586**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	3.95	0.750	0.239**	0.576**	0.561**	0.653**	0.535**	0.687**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM3)	3.95	0.762	0.148**	0.628**	0.558**	0.606**	0.489**	0.597**	0.679**	1								
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.71	0.756	0.400**	0.605**	0.492**	0.578**	0.632**	0.385**	0.428**	0.424**	1							
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	(IQ2)	3.78	0.846	0.186**	0.576**	0.475**	0.622**	0.502**	0.518**	0.537**	0.527**	0.520**	1						
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ	(IQ3)	3.84	0.709	0.245**	0.600**	0.486**	0.623**	0.559**	0.493**	0.533**	0.522**	0.503**	0.613**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.85	0.918	0.339**	0.514**	0.430**	0.483**	0.504**	0.426**	0.450**	0.428**	0.493**	0.464**	0.542**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.60	0.839	0.294**	0.609**	0.462**	0.561**	0.528**	0.498**	0.494**	0.419**	0.506**	0.537**	0.593**	0.696**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.80	0.818	0.168**	0.587**	0.396**	0.529**	0.441**	0.417**	0.412**	0.473**	0.429**	0.496**	0.500**	0.507**	0.646**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.74	0.776	0.085	0.603**	0.544**	0.648**	0.464**	0.550**	0.609**	0.624**	0.518**	0.578**	0.566**	0.438**	0.519**	0.656**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	3.86	0.604	0.304**	0.774**	0.665**	0.753**	0.643**	0.668**	0.683**	0.731**	0.523**	0.632**	0.607**	0.510**	0.559**	0.582**	0.667**	1

หมายเหตุ: AI = ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1=ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล

PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี และสมาชิก

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test												
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>															
สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.531	0.062	8.598**	0.385	0.068	5.694**	0.292	0.069	4.239**	0.157	0.068	2.299*	0.114	0.065	1.760
พนักงานผู้ให้บริการ	0.178	0.056	3.168**	0.134	0.059	2.288*	0.147	0.057	2.566*	0.137	0.054	2.553*	0.092	0.053	1.752
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย															
ปลอดภัย				0.001	0.051	0.029	-0.042	0.050	-0.830	-0.094	0.048	-1.973*	-0.062	0.046	-1.346
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.147	0.047	3.148**	0.105	0.046	2.295*	0.095	0.042	2.248*	0.069	0.040	1.743
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.100	0.056	1.794	0.042	0.057	0.739	0.016	0.052	0.302	0.003	0.049	0.065
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							0.041	0.043	0.949	0.036	0.040	0.909	0.013	0.037	0.340
ผู้บรรยายในสนาม							-0.010	0.053	-0.184	-0.042	0.049	-0.859	-0.028	0.047	-0.585
การจัดกิจกรรม							0.075	0.050	1.494	0.043	0.047	0.916	0.056	0.045	1.262
การประชาสัมพันธ์							0.154	0.055	2.817**	0.129	0.053	2.430*	0.053	0.052	1.022
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										-0.005	0.036	-0.141	0.016	0.034	0.454
ความสามารถผู้เล่น										0.295	0.066	4.489**	0.234	0.063	3.705**
บรรยากาศของเกม										0.062	0.052	1.211	0.026	0.050	0.526
<b>ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>															
ความบันเทิง													0.048	0.046	1.035
ความภูมิใจ													0.064	0.051	1.253
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.174	0.048	3.633**
Multiple R	0.769			0.797			0.821			0.856			0.878		
R <sup>2</sup>	0.591			0.635			0.675			0.733			0.770		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.586			0.624			0.657			0.713			0.748		
SEE	0.389			0.370			0.354			0.324			0.303		
R <sup>2</sup> change	0.591			0.044			0.039			0.059			0.037		
F change	112.942			6.727			4.913			11.728			8.480		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	173			173			173			173			173		

หมายเหตุ : \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 21 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถทำนายสมการได้ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.237 + 0.531 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.178 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.993 + 0.385 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.134 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.147 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.865 + 0.292 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.147 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.105 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.154 \text{ การประชาสัมพันธ์}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.769 + 0.157 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.137 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} - 0.094 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.129 \text{ การประชาสัมพันธ์} + 0.295 \text{ ความสามารถนักเตะ}$$

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.546 + 0.234 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.174 \\ \text{ความชอบในกีฬาฟุตบอล}$$

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 59.10 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ส่วนปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 63.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.044 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 67.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.039 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 73.30 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.059 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล แต่ตัวแปรความบันเทิงและตัวแปรความภูมิใจไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 77.00 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.037 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

#### 4.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

ภาพรวม

ตารางที่ 22 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับทั่วไป

(จำนวน 297 คน)

ปัจจัย		X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1
ลักษณะของทีม	(GA1)	3.53	0.881	1															
เยือน																			
ความสามารถของผู้	(GA2)	3.87	0.639	0.503**	1														
เล่น																			
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.85	0.786	0.375**	0.689**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.71	0.802	0.487**	0.564**	0.569**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.68	0.802	0.484**	0.530**	0.453**	0.603**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	4.00	0.765	0.315**	0.525**	0.551**	0.483**	0.478**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	4.04	0.768	0.342**	0.531**	0.548**	0.527**	0.453**	0.658**	1									
ความชอบกีฬา	(SM3)	3.93	0.840	0.349**	0.549**	0.538**	0.540**	0.493**	0.658**	0.706**	1								
ฟุตบอล																			
ปฏิสัมพันธ์กับ	(IQ1)	3.77	0.801	0.430**	0.542**	0.451**	0.592**	0.579**	0.614**	0.568**	0.608**	1							
พนักงานรักษาความ																			
ปลอดภัย																			
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	(IQ2)	3.89	0.872	0.378**	0.527**	0.530**	0.493**	0.413**	0.511**	0.560**	0.512**	0.543**	1						
ปฏิสัมพันธ์กับ	(IQ3)	3.80	0.817	0.353**	0.529**	0.525**	0.597**	0.511**	0.532**	0.527**	0.508**	0.596**	0.604**	1					
แฟนคลับ																			
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.72	0.966	0.470**	0.468**	0.397**	0.500**	0.489**	0.349**	0.328**	0.395**	0.478**	0.381**	0.584**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.73	0.858	0.488**	0.559**	0.423**	0.547**	0.489**	0.445**	0.430**	0.510**	0.549**	0.519**	0.610**	0.623**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.79	0.951	0.432**	0.499**	0.388**	0.525**	0.515**	0.449**	0.494**	0.498**	0.607**	0.464**	0.542**	0.483**	0.683**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.82	0.866	0.365**	0.520**	0.435**	0.573**	0.538**	0.475**	0.454**	0.486**	0.575**	0.508**	0.628**	0.550**	0.675**	0.727**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	3.91	0.631	0.535**	0.702**	0.597**	0.554**	0.530**	0.603**	0.643**	0.665**	0.627**	0.606**	0.576**	0.471**	0.593**	0.541**	0.533**	1

หมายเหตุ: A1 = ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง

SM1=ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์

กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม

EA4 =การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มแฟนคลับทั่วไป

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test												
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทาง</b>															
<b>กายภาพ</b>															
สนามการแข่งขันและ สิ่งอำนวยความสะดวก	0.290	0.046	6.349**	0.086	0.045	1.904	0.062	0.045	1.380	-0.026	0.042	-0.607	-0.047	0.040	-1.166
พนักงานผู้ให้บริการ	0.242	0.046	5.278**	0.108	0.042	2.558*	0.090	0.043	2.096*	0.023	0.039	0.577	0.000	0.037	0.007
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษา ความปลอดภัย				0.205	0.045	4.543**	0.175	0.046	3.791**	0.149	0.042	3.558**	0.084	0.041	2.061*
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.207	0.038	5.443**	0.189	0.038	4.955**	0.115	0.036	3.221**	0.078	0.034	2.277*
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.087	0.045	1.950	0.043	0.048	0.889	0.044	0.044	1.016	0.026	0.042	0.632
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							0.015	0.036	0.407	-0.020	0.033	-0.596	-0.005	0.031	-0.148
ผู้บรรยายในสนาม							0.134	0.047	2.845**	0.079	0.043	1.830	0.068	0.041	1.659
การจัดกิจกรรม							0.031	0.043	0.735	0.018	0.039	0.457	-0.006	0.037	-0.151
การประชาสัมพันธ์							-0.028	0.048	-0.592	-0.012	0.044	-0.271	-0.006	0.041	-0.151
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										0.104	0.033	3.156**	0.115	0.031	3.711**
ความสามารถผู้เล่น										0.282	0.056	5.060**	0.250	0.053	4.738**
บรรยากาศของเกม										0.093	0.042	2.179*	0.032	0.041	0.773

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test	b	SE	t-test									
ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ															
ความบันเทิง													0.071	0.040	1.758
ความภูมิใจ													0.096	0.045	2.142*
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.129	0.040	3.230**
Multiple R	0.606			0.731			0.746			0.804			0.831		
R <sup>2</sup>	0.367			0.535			0.557			0.647			0.690		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.363			0.527			0.543			0.632			0.674		
SEE	0.503			0.434			0.426			0.383			0.360		
R <sup>2</sup> change	0.367			0.168			0.022			0.090			0.043		
F change	85.364			34.990			3.579			24.075			13.062		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	297			297			297			297			297		

หมายเหตุ: \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 23 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.942 + 0.290 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.242 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.284 + 0.108 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.205 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.207 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.1228 + 0.090 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.175 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.189 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.134 \text{ ผู้บรรยายในสนาม}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.690 + 0.149 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.115 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.104 \text{ ลักษณะทีมเยือน} + 0.282 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.093 \text{ บรรยากาศเกมการแข่งขัน}$$

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 0.511 + 0.149 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความ} \\ & \text{ปลอดภัย} + 0.086 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.075 \\ & \text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.257 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ & + 0.084 \text{ ความภูมิใจ} + 0.162 \text{ ความชอบในกีฬา} \\ & \text{ฟุตบอล} \end{aligned}$$

จากสมการพยากรณ์ที่ 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 36.70 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 53.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.168 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตาม สมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปร

ตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้น เป็นร้อยละ 55.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.022 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.090 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปร

ความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล แต่ตัวแปรความบันเทิงไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 69.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.043 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามความถี่ในการเข้าชม 3- 12 นัดต่อฤดูกาล



ตารางที่ 24 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามความถี่การเข้าชม 3-12 นัดต่อฤดูกาล

(จำนวน 201 คน)

ปัจจัย	X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1	
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.52	0.783	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.72	0.599	0.495**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.65	0.747	0.360**	0.693**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.62	0.697	0.436**	0.640**	0.595**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.51	0.713	0.359**	0.583**	0.498**	0.583**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	3.78	0.738	0.226**	0.544**	0.503**	0.524**	0.521**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	3.86	0.731	0.225**	0.534**	0.513**	0.547**	0.473**	0.634**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM3)	3.78	0.753	0.209**	0.586**	0.584**	0.536**	0.552**	0.618**	0.665**	1								
ปฏิสัมพันธ์พนักงานรักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.69	0.703	0.356*	0.581**	0.501**	0.610**	0.538**	0.568**	0.616**	0.625**	1							
ปฏิสัมพันธ์ผู้เล่น	(IQ2)	3.70	0.808	0.281**	0.505**	0.444**	0.521**	0.452**	0.376**	0.477**	0.446**	0.490**	1						
ปฏิสัมพันธ์แฟนคลับ	(IQ3)	3.72	0.721	0.305**	0.581**	0.506**	0.702**	0.501**	0.481**	0.535**	0.526**	0.572**	0.524**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.57	0.818	0.416**	0.481**	0.405**	0.550**	0.441**	0.368**	0.334**	0.408**	0.464**	0.378**	0.479**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.56	0.721	0.365**	0.508**	0.371**	0.549**	0.434**	0.450**	0.388**	0.433**	0.471**	0.469**	0.457**	0.603**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.70	0.744	0.314**	0.509**	0.396**	0.537**	0.467**	0.519**	0.490**	0.552**	0.578**	0.462**	0.491**	0.459**	0.579**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.65	0.736	0.210**	0.525**	0.453**	0.581**	0.443**	0.564**	0.575**	0.598**	0.626**	0.519**	0.511**	0.456**	0.583**	0.615**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A)	3.76	0.595	0.466**	0.749**	0.622**	0.598**	0.531**	0.636**	0.644**	0.662**	0.636**	0.554**	0.568**	0.474**	0.548**	0.542**	0.618**	1

หมายเหตุ: AI = ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1 = ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามความถี่การเข้าชม 3- 12 นัดต่อฤดูกาล

ตัวแปร	ตัวแบบ 1			ตัวแบบ 2			ตัวแบบ 3			ตัวแบบ 4			ตัวแบบ 5		
	b	SE	t-test												
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>															
สแตเดียมและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.373	0.057	6.494**	0.123	0.066	1.856	0.050	0.067	0.743	-0.071	0.061	-1.171	-0.072	0.057	-1.266
พนักงานผู้ให้บริการ	0.231	0.056	4.115**	0.107	0.053	2.006*	0.092	0.052	1.763	0.004	0.046	0.092	-0.045	0.045	-1.001
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>															
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย				0.263	0.057	4.647**	0.186	0.060	3.116**	0.121	0.052	2.305*	0.045	0.051	0.870
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.153	0.045	3.404**	0.107	0.045	2.368*	0.070	0.038	1.785	0.075	0.037	2.012*
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.096	0.060	1.596	0.085	0.059	1.442	0.051	0.051	0.988	0.024	0.048	0.499
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>															
ปอมปอมเชียร์							0.017	0.046	0.366	-0.018	0.041	-0.450	-0.006	0.038	-0.168
ผู้บรรยายในสนาม							0.097	0.057	1.695*	0.069	0.050	1.378	0.067	0.047	1.426
การจัดกิจกรรม							0.024	0.054	0.444	0.009	0.047	0.186	-0.029	0.045	-0.662
การประชาสัมพันธ์							0.139	0.058	2.409*	0.146	0.051	2.857**	0.083	0.049	1.683
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>															
ลักษณะทีมเยือน										0.093	0.038	2.428*	0.125	0.036	3.430**
ความสามารถผู้เล่น										0.351	0.069	5.083**	0.308	0.065	4.733**
บรรยากาศของเกม										0.102	0.048	2.127*	0.042	0.046	0.916
<b>ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>															
ความบันเทิง													0.121	0.046	2.643**
ความภูมิใจ													0.103	0.049	2.110*
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.116	0.050	2.336*
Multiple R	0.639			0.730			0.755			0.827			0.853		
R <sup>2</sup>	0.408			0.533			0.570			0.684			0.728		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.402			0.521			0.550			0.664			0.705		
SEE	0.460			0.411			0.399			0.345			0.323		
R <sup>2</sup> change	0.408			0.125			0.037			0.114			0.043		
F change	68.325			17.393			4.133			22.567			9.831		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.003			0.000			0.000		
N	201			201			201			201			201		

หมายเหตุ: \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 25 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.593 + 0.373 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.231 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.041 + 0.107 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.263 \\ &\text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.153 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.850 + 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.178 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.076 \\ &\text{ผู้บรรยายในสนาม} + 0.139 \text{ การประชาสัมพันธ์} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.354 + 0.121 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.146 \text{ การประชาสัมพันธ์} + 0.093 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.351 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ &+ 0.102 \text{ บรรยากาศเกมการแข่งขัน} \end{aligned}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.197 + 0.075 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \\ &+ 0.125 \text{ ลักษณะทีมเยือน} + 0.308 \end{aligned}$$

ความสามารถนักเตะ + 0.121 ความบันเทิง  
 + 0.103 ความภูมิใจ + 0.116 ความชอบใน  
 กีฬาฟุตบอล

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.20 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 53.30 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.125 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตาม สมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.007 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 68.40 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.114 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 72.60 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.043 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก  
จำแนกตามความถี่ในการเข้าชม 13-17 นัดต่อฤดูกาล

ตารางที่ 26 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามความถี่ในการเข้าชม 13- 17 นัดต่อฤดูกาล

(จำนวน 165 คน)

ปัจจัย	X	S.D.	GA1	GA2	GA3	PE1	PE2	SM1	SM2	SM3	IQ1	IQ2	IQ3	EA1	EA2	EA3	EA4	A1	
ลักษณะของทีมเยือน	(GA1)	3.52	0.943	1															
ความสามารถของผู้เล่น	(GA2)	3.94	0.712	0.421**	1														
บรรยากาศเกม	(GA3)	3.99	0.760	0.447**	0.714**	1													
สนามการแข่งขัน	(PE1)	3.82	0.778	0.438**	0.579**	0.599**	1												
พนักงานผู้ให้บริการ	(PE2)	3.77	0.831	0.559**	0.537**	0.451**	0.631**	1											
ความบันเทิง	(SM1)	4.12	0.778	0.334**	0.606**	0.650**	0.590**	0.474**	1										
ความภาคภูมิใจ	(SM2)	4.19	0.758	0.356**	0.543**	0.583**	0.522**	0.418**	0.726**	1									
ความชอบกีฬาฟุตบอล	(SM3)	4.14	0.820	0.283**	0.594**	0.526**	0.502**	0.409**	0.680**	0.687**	1								
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	(IQ1)	3.79	0.858	0.511**	0.624**	0.533**	0.543**	0.657**	0.446**	0.429**	0.470**	1							
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น	(IQ2)	4.00	0.884	0.392**	0.570**	0.509**	0.532**	0.411**	0.575**	0.609**	0.572**	0.575**	1						
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ	(IQ3)	3.90	0.795	0.436**	0.546**	0.477**	0.592**	0.603**	0.552**	0.501**	0.541**	0.606**	0.585**	1					
ปอมปอมเชียร์	(EA1)	3.76	1.051	0.500**	0.492**	0.417**	0.440**	0.565**	0.379**	0.359**	0.408**	0.593**	0.417**	0.646**	1				
ผู้บรรยายในสนาม	(EA2)	3.79	0.915	0.488**	0.662**	0.530**	0.533**	0.582**	0.510**	0.463**	0.461**	0.675**	0.599**	0.745**	0.662**	1			
การจัดกิจกรรม	(EA3)	3.83	0.998	0.381**	0.551**	0.459**	0.495**	0.526**	0.450**	0.426**	0.445**	0.595**	0.542**	0.613**	0.500**	0.673**	1		
การประชาสัมพันธ์	(EA4)	3.85	0.902	0.358**	0.551**	0.537**	0.620**	0.558**	0.502**	0.437**	0.492**	0.538**	0.521**	0.649**	0.503**	0.602**	0.736**	1	
ความตั้งใจเข้าชม	(A1)	4.05	0.622	0.412**	0.691**	0.572**	0.584**	0.561**	0.645**	0.681**	0.714**	0.615**	0.658**	0.608**	0.479**	0.603**	0.609**	0.555**	1

หมายเหตุ: A1 = ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน GA1 = ลักษณะทีมเยือน GA2 = ความสามารถของผู้เล่น GA3 = บรรยากาศเกมการแข่งขันความบันเทิง SM1= ความภูมิใจ SM2 = ความสนใจในกีฬาฟุตบอล PE1 = พนักงานผู้ให้บริการ IQ = ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย IQ2 = ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น IQ3 = ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน EA1 = เชียร์ลีดเดอร์/ปอมปอมเชียร์ EA2 = ผู้บรรยายในสนาม EA3 = การจัดกิจกรรม EA4 = การประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามความถี่การเข้าชม 13- 17 นัดต่อฤดูกาล

ตัวแปร	โมเดล 1			โมเดล 2			โมเดล 3			โมเดล 4			โมเดล 5			
	b	SE	t-test													
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>																
สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	0.305	0.063	4.875**	0.111	0.059	1.880	0.114	0.061	1.862	0.056	0.061	0.920	0.030	0.055	0.544	
พนักงานผู้ให้บริการ	0.240	0.059	4.088**	0.104	0.059	1.763	0.090	0.060	1.511	0.089	0.059	1.500	0.075	0.053	1.398	
<b>ปัจจัยปฏิสัมพันธ์</b>																
ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย				0.118	0.056	2.091*	0.080	0.060	1.344	0.036	0.058	0.627	0.054	0.052	1.031	
ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น				0.248	0.049	5.020**	0.222	0.051	4.397**	0.188	0.049	3.840**	0.085	0.047	1.805	
ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ				0.107	0.059	1.803	0.061	0.070	0.877	0.092	0.067	1.371	0.017	0.061	0.276	
<b>ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง</b>																
ปอมปอมเชียร์							-0.002	0.044	-0.045	-0.002	0.043	-0.055	-0.013	0.038	-0.339	
ผู้บรรยายในสนาม							0.028	0.063	0.448	-0.042	0.063	-0.678	0.008	0.057	0.142	
การจัดกิจกรรม							0.121	0.053	2.275*	0.119	0.051	2.340*	0.112	0.045	2.465*	
การประชาสัมพันธ์							-0.029	0.060	-0.490	-0.053	0.058	-0.924	-0.050	0.052	-0.967	
<b>ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกม</b>																
ลักษณะทีมเยือน										-0.016	0.042	-0.385	-0.001	0.038	-0.029	
ความสามารถผู้เล่น										0.260	0.072	3.605**	0.173	0.066	2.598*	
บรรยากาศของเกม										0.037	0.062	0.590	-0.037	0.060	-0.625	
<b>ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ</b>																
ความบันเทิง													0.007	0.061	0.116	
ความภูมิใจ													0.156	0.059	2.637**	
ความชอบในกีฬาฟุตบอล													0.203	0.053	3.859**	

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	โมเดล 1			โมเดล 2			โมเดล 3			โมเดล 4			โมเดล 5		
	b	SE	t-test												
Multiple R	0.635			0.758			0.770			0.807			0.839		
R <sup>2</sup>	0.403			0.575			0.593			0.652			0.704		
R <sup>2</sup> (Adjusted)	0.395			0.561			0.570			0.643			0.695		
SEE	0.486			0.412			0.408			0.388			0.346		
R <sup>2</sup> change	0.403			0.172			0.019			0.046			0.079		
F change	54.592			21.426			1.775			6.517			13.904		
Sig. F Change	0.000			0.000			0.000			0.000			0.000		
N	165			165			165			165			165		

หมายเหตุ: \*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 \*\*ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 27 การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปร ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็น สมการพยากรณ์ ได้ ดังนี้

#### สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.982 + 0.305 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.240 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.379 + 0.118 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.248 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.394 + 0.222 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.121 \text{ การจัดกิจกรรม}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.063 + 0.188 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.119 \text{ การจัดกิจกรรม} + 0.260 \text{ ความสามารถนักเตะ}$$

#### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.777 + 0.112 \text{ การจัดกิจกรรม} + 0.173 \\ &\text{ความสามารถนักเตะ} + 0.156 \text{ ความภูมิใจ} + 0.203 \\ &\text{ความชอบในกีฬาฟุตบอล} \end{aligned}$$

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.30 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.172 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 59.30 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.019 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจ

เข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.046 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล แต่ตัวแปรความบันเทิงไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 71.80 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.079 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก โดยใช้กลุ่มตัวอย่างของแฟนคลับทั้งหมด 10 สโมสร จาก 18 สโมสร จำนวน 470 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติเอฟเทส การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับของสโมสรอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555
2. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างภาพรวม กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือบัตร และกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและการถือบัตร
3. การวิเคราะห์ระดับปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน แรงจูงใจของแฟนคลับ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปฏิสัมพันธ์ กิจกรรมบันเทิง และความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน
4. การวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้นของกลุ่มตัวอย่างภาพรวม กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการถือบัตร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่เข้าชมการแข่งขัน

## สรุป

## 1. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแฟนคลับของสโมสรอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555

### 1.1 การวัดระดับความตั้งใจเข้าชม การแข่งขันของแฟนคลับ

พบว่า การใส่เสื้อเป็นการสนับสนุนสโมสร ใส่เสื้อฟุตบอลไปเที่ยวเยอะขึ้น ใส่เสื้อทีมชมการแข่งขัน และในชีวิตประจำวัน คนที่มาสนามทุกครั้งเขามาทักทาย มาทักนัดบ๊ักที่สุด วัดตามความถี่ของตัว การติดตามข่าวสาร จากเว็บไซต์ วิทยู ทีวี นิตรสารของสโมสร การติดตามข่าวสารของเรา มีการเข้าร่วมกิจกรรมกับเรา ถือว่าเป็นแฟนที่เหนียวแน่นกับเรา และบอกปากต่อปากว่า สนุกมันส์ อยากดูอีก ติดตาม บันทึกลง บอกต่อทำให้คนมาดูมากขึ้น

### 1.2 ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน”

พบว่า ผลงานของทีม ทีมคู่แข่ง นักเตะแม่เหล็ก บรรยากาศของเกม คู่แข่งเกรด A ทีมหัวตาราง ความมันส์ 90 นาที ทีมคุณวิงไม่มีหมด ทีมที่บุก แพ้-ชนะ ไม่ว่าจะบุกอย่างเดียว เกมหรือ คุณภาพเกม โค้ช ผู้เล่น นักเตะ หน้าตาดี บุคลิกดี มีชื่อเสียงหรือดีดทีมชาติ รูปแบบของเกม การเป็นแชมป์มีอาชีพ เล่นกีฬาอย่างชาวสะอาดจริงๆ การทุ่มเทการเล่น 90 นาที

### 1.3 ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ

พบว่า แฟนต้องการแสดงความเป็นแฟนคลับ ความบันเทิง ความภาคภูมิใจในสโมสร ความภาคภูมิใจของเขา มีส่วนร่วมกับสโมสร การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนของเค้าว่าเป็นแฟนนะ ความประทับใจ การเป็นครอบครัวเดียวกัน เราคุ้นเคยฟุตบอล ชอบฟุตบอล ตื่นเต้น บันทึกลง

### 1.4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

พบว่า ฐานที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ สนามการแข่งขัน สิ่งอำนวยความสะดวก คนให้บริการ การ์ด แยกโซนที่นั่ง บุคลากร ความปลอดภัย สกอร์บอร์ด VTR เปิดเพลง แนะนำนักเตะ ประกาศรายชื่อนักเตะ บอร์ด AV ไฟเป็นตัววิ่งไฟฟ้าก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขันเปิด เพลง กระตุ้นอารมณ์ ความฮึกเหิม ความสะอาดของสนาม ความสะดวกสบาย มาตรฐานทุกอย่างที่อยู่ในกฎ เน้น

ความปลอดภัยเป็นอันดับหนึ่ง ระบบการ์ด แก้อิฐนั่ง ปริมาณห้องน้ำ คนให้บริการ คนเดินตัว คนขายตัว หน้าสนาม คนลงทะเลเปียน คนรับรองแขกวีไอพี คนจัดเตรียมอาหาร ที่จอดรถ การรักษาความสะอาดห้องน้ำ มาตรการฝึกที่เราได้การรับรองในมาตรฐานที่ทางเอเอฟซีแนะนำ

### 1.5 ปัจจัยปฏิสัมพันธ์

พบว่า การ์ด นักเตะระดับสตาร์มาแจก ลายเซ็น ถ่ายรูป คนให้บริการ คนเดินตัว คนขายตัว หน้าสนาม คนลงทะเลเปียน คนรับรองแขกวีไอพี คนจัดเตรียมอาหาร

### 1.6 ปัจจัยกิจกรรมความบันเทิง

พบว่า กิจกรรมการจับรางวัลหรือฉลาก โดยการจับทางบัตรที่เข้าชมการแข่งขัน เซียร์ ลีดเดอร์ มาสคอต การจัดกิจกรรมบันเทิง ก่อนการแข่งขัน และระหว่างการแข่งขัน การทำการตลาด การสื่อสาร และประชาสัมพันธ์

## 2. การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับ

### 2.1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.00 อายุอยู่ในระหว่าง 15 ถึง 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 สถานภาพเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 63.40 ระดับการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.70 เป็นประเภทแฟนคลับทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 63.2 จำนวนปีที่เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 70.40 ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

### 2.2 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามเพศ

พบว่า เพศชาย ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 25 ถึง 34 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ระหว่าง 1 ถึง 3 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศหญิง ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.3 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่มีการถือบัตรระหว่างบัตรตัวปี บัตรสมาชิก และแฟนคลับทั่วไป

พบว่า แฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล แฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่งงาน อายุมากกว่า 34 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ระหว่าง 4 ถึง 5 ปีที่เป็นแฟนคลับ คลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและแฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี คลับ ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.4 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่จำแนกตามจำนวนปีที่เป็นแฟนของแฟนคลับ

พบว่า แฟนคลับ 1-3 ปี ส่วนใหญ่เป็นชาย โสด อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและแฟนคลับ 4-5 ปี ส่วนใหญ่เป็นชาย แต่งงาน อายุมากกว่า 34 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับทั่วไป ความถี่ในการเข้าชม ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล

2.5 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกที่จำแนกตามเพศ และการถือบัตรของแฟนคลับ

พบว่า เพศชายที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสดการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศชายที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่อายุมากกว่า 34 ปี แต่งงาน การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาลและเพศชายที่แฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล ส่วนเพศหญิงที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี และ 25 ถึง 34 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล เพศหญิงที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 13 ถึง 17 นัดต่อฤดูกาล และเพศหญิงที่แฟน

คลับทั่วไป ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นแฟนคลับระหว่าง 1 ถึง 3 ปี ความถี่ระหว่าง 8 ถึง 12 นัดต่อฤดูกาล

### 3. การวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

#### 3.1 การวิเคราะห์ระดับแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรความสามารถของผู้เล่น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 ส่วนตัวแปรของปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง คือ ตัวแปรลักษณะของทีมเยือน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของตัวแปรความสามารถของผู้เล่น พบว่า ผู้เล่นที่เล่นเต็มที่ตลอดเวลา 90 นาที มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน พบว่า เกมที่เล่นตามกฎกติการายาทที่ดีมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรลักษณะของทีมเยือน พบว่า ทีมที่มีอันดับสูงกว่าในลีกมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.56

#### 3.2 การวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของแฟนคลับ

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า ตัวแปรของปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรความภูมิใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ตัวแปรความบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และตัวแปรความสนใจในกีฬาฟุตบอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความภูมิใจ พบว่า ท่านมีความรู้สึกดีเมื่อทีมชนะมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความบันเทิง พบว่า การพักผ่อนหย่อนใจมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล พบว่า ท่านรักที่จะติดตามเกมการแข่งขันของทีมมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98

### 3.3 การวิเคราะห์ระดับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 และตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง คือ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาแต่ละรายชื่อของตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ที่นั่งมีการแยกโซนชัดเจนมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาแต่ละรายชื่อของตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า การแสดงความเป็นมิตร สุภาพ ยิ้มแย้ม มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75

### 3.4 การวิเคราะห์ระดับปฏิสัมพันธ์

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาแต่ละรายชื่อของตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น พบว่า การแสดงการขอบคุณแฟนคลับหลังจบการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาแต่ละรายชื่อของตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ พบว่า เชียร์อย่างสุภาพไม่ด่าทอด้วยคำหยาบมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณาแต่ละรายชื่อของตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย พบว่า เครื่องครัดต่อระบบความปลอดภัยมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79

### 3.5 การวิเคราะห์ระดับกิจกรรมบันเทิง

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.79 ตัวแปรการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ตัวแปรปอมปอมเชียร์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69 และตัวแปรผู้บรรยายในสนาม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปร การประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางสื่อออนไลน์ของสโมสรมีผลต่อ ตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อ ของตัวแปรการจัดกิจกรรม พบว่า การจัดกิจกรรมรอบๆสนามการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความ ตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรปอม ปอมเชียร์ พบว่า รูปแบบการเชียร์ ตื่นเต้นสนุกสนานมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรผู้บรรยายในสนาม พบว่า การ พูดเร้าใจ ตื่นเต้นมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69

### 3.6 การวิเคราะห์ระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมีแนวโน้มความตั้งใจอยู่ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรของปัจจัยด้านความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน พบว่า การ กลับมาชมอีก มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการ กลับมาชมอีก พบว่า ความน่าจะเป็นที่ท่านจะเข้าชมการแข่งขัน มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการแนะนำและบอกต่อ พบว่า ท่านจะบอกสิ่งดีเกี่ยวกับ ทีม มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการซื้อของที่ระลึก พบว่า ท่านจะสวมใส่เสื้อของทีมเข้าชม มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาแต่ละ รายข้อของตัวแปรการติดตามข่าวสารของทีม พบว่า ท่านจะใช้อินเทอร์เน็ต มีค่ามากที่สุดโดยมี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาแต่ละรายข้อของตัวแปรการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ท่านจะเข้า ร่วมกิจกรรมของสโมสร มีค่ามากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82

## 4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

### 4.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

ภาพรวม

การวิเคราะห์หัดถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปร ตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกภาพรวม สามารถเขียนเป็นสมการ พยากรณ์ได้ ดังนี้

## สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.727 + 0.350 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ &+ 0.237 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.203 + 0.136 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ &+ 0.125 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ &+ 0.129 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.202 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.096 \text{ ปฏิสัมพันธ์} \\ &\text{กับแฟนคลับด้วยกัน} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.141 + 0.130 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ &+ 0.103 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} \\ &+ 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.178 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.076 \text{ ผู้บรรยาย} \\ &\text{ในสนาม} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.721 + 0.126 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.054 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.298 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ &+ 0.081 \text{ บรรยากาศเกมการแข่งขัน} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.511 + 0.086 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.075 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.257 \text{ ความสามารถนักเตะ} \end{aligned}$$

+ 0.073 ความบันเทิง + 0.084 ความภูมิใจ  
+ 0.162 ความชอบในกีฬาฟุตบอล

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการสามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 43.30 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 55.20 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.119 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.10 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.020 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 65.20 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.080 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 70.40 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.053 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศชาย สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.819 + 0.325 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.234 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 1.243 + 0.138 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ & + 0.116 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.116 \\ & \text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.220 \\ & \text{ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.114 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับ} \\ & \text{ด้วยกัน} \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 1.218 + 0.132 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} \\ & + 0.098 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.092 \\ & \text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.202 \\ & \text{ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = & 0.757 + 0.147 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.079 \text{ ลักษณะ} \\ & \text{ทีมเยือน} + 0.299 \text{ ความสามารถนักเตะ} \end{aligned}$$

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.549 + 0.107 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.097 \\ &\text{ลักษณะทีมเยือน} + 0.259 \text{ ความสามารถนักเตะ} \\ &+ 0.077 \text{ ความบันเทิง} + 0.102 \text{ ความภูมิใจ} \\ &+ 0.115 \text{ ความชอบในกีฬาฟุตบอล} \end{aligned}$$

จากสมการพยากรณ์ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 55.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.148 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ตัว

แปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 56.80 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.013 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ ส่วนตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.40 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.077 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบาย

ความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 69.30  
 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.049 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของ  
 เพศหญิง

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตาม  
 ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของเพศหญิง สามารถทำนายสมการได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน = 1.518 + 0.419 สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก + 0.225 พนักงานผู้ให้บริการ

สมการพยากรณ์ที่ 2

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน = 1.136 + 0.236 สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก + 0.136 พนักงานผู้ให้บริการ  
 + 0.138 ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย  
 + 0.148 ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น

สมการพยากรณ์ที่ 3

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน = 0.800 + 0.248 ประชาสัมพันธ์

สมการพยากรณ์ที่ 4

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน = 0.588 - 0.097 ปอมปอมเชียร์ + 0.357 ความสามารถ  
 นักเตะ + 0.158 บรรยากาศเกมการแข่งขัน

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.536 + 0.338 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.256 \\ \text{ความชอบในกีฬาฟุตบอล}$$

จากสมการพยากรณ์ที่ 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 48.40 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 54.90 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.065 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรผู้บรรยายในสนามไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชม

แข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 63.60 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.087 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือนไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 70.90 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.074 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง แต่ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอลไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 76.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.051 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก  
จำแนกตามการถือบัตรสมาชิก และตัวปีของแฟนคลับ

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตาม  
ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน} = 1.237 + 0.531 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.178 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\text{ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน} = 0.993 + 0.385 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.134 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.147 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น}$$

สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน} = 0.865 + 0.292 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.147 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.105 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.154 \text{ การประชาสัมพันธ์}$$

สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\text{ความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน} = 0.769 + 0.157 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.137 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} - 0.094 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.129 \text{ การประชาสัมพันธ์} + 0.295 \text{ ความสามารถนักเตะ}$$

### สมการพยากรณ์ที่ 5

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 0.546 + 0.234 \text{ ความสามารถนักเตะ} + 0.174 \\ \text{ความชอบในกีฬาฟุตบอล}$$

จากสมการพยากรณ์ที่ 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 59.10 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 63.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.044 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความ

ตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 67.50 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.039 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วย ตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อ ตัวแปรความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจาก เกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 73.30 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.059 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตาม สมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปร ตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่ง อำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มี ผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกม การแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ส่วนตัวแปรความบันเทิง และตัวแปรความ ภูมิใจไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร

(R<sup>2</sup>) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 77.00 อำนาจจากการอธิบาย (R<sup>2</sup> change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.037 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำนวนตามแฟนคลับทั่วไป (ไม่ได้ถือบัตร)

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกตามของแฟนคลับที่ถือบัตร สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.942 + 0.290 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.242 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.284 + 0.108 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.205 \\ &\text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.207 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.1228 + 0.090 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.175 \\ &\text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.189 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.134 \text{ ผู้บรรยาย} \\ &\text{ในสนาม} \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ที่ 4

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.690 + 0.149 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความ} \\ &\text{ปลอดภัย} + 0.115 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.104 \end{aligned}$$

ลักษณะทีมเยือน +0.282 ความสามารถนักเตะ  
+ 0.093 บรรยากาศเกมการแข่งขัน

#### สมการพยากรณ์ที่ 5

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $0.511 + 0.149$  ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย +  $0.086$  ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น +  $0.075$  ลักษณะทีมเยือน +  $0.257$  ความสามารถนักเตะ +  $0.084$  ความภูมิใจ +  $0.162$  ความชอบในกีฬาฟุตบอล

จากสมการพยากรณ์ที่ ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 36.70 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มารวมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 53.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.168 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาวิเคราะห์ด้วยตาม สมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดกไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 55.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.022 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.70 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.090 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการ

ประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล แต่ตัวแปรความบันเทิงไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 69.00 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.043 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ตามความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน 3-12 นัดต่อฤดูกาล

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถทำนายสมการได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.593 + 0.373 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.231 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 1.041 + 0.107 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ} + 0.263 \\ &\text{ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.153 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} \end{aligned}$$

สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\begin{aligned} \text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} &= 0.850 + 0.095 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} \\ &+ 0.178 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.076 \\ &\text{ผู้บรรยายในสนาม} + 0.139 \text{ การประชาสัมพันธ์} \end{aligned}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 4

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $0.354 + 0.121$  ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย +  $0.146$  การประชาสัมพันธ์ +  $0.093$  ลักษณะทีมเยือน +  $0.351$  ความสามารถนักเตะ +  $0.102$  บรรยากาศเกมการแข่งขัน

## สมการพยากรณ์ที่ 5

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $0.197 + 0.075$  ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น +  $0.125$  ลักษณะทีมเยือน +  $0.308$  ความสามารถนักเตะ +  $0.121$  ความบันเทิง +  $0.103$  ความภูมิใจ +  $0.116$  ความชอบในกีฬาฟุตบอล

จากสมการทำนายทั้ง 5 โมเดล สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.20 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ แต่ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 53.30 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.125 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตาม สมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรปอมปอมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.007 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการประชาสัมพันธ์ แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการจัดกิจกรรมไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน ตัวแปรความสามารถของนักเตะ และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 68.40 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.114 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรป้อมป้อมเชียร์ ตัวแปรการจัดกิจกรรม และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความบันเทิง ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 72.60 อันมาจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.043 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

4.7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ตามความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันของแฟนคลับ 13 – 17 นัดต่อฤดูกาล

การวิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น ทำนายตัวแปรอิสระ 15 ตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ที่ 1

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.982 + 0.305 \text{ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก} + 0.240 \text{ พนักงานผู้ให้บริการ}$$

สมการพยากรณ์ที่ 2

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.379 + 0.118 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย} + 0.248 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น}$$

สมการพยากรณ์ที่ 3

$$\text{ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน} = 1.394 + 0.222 \text{ ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น} + 0.121 \text{ การจัดกิจกรรม}$$

## สมการพยากรณ์ที่ 4

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $1.063 + 0.188$  ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น +  $0.119$  การจัดกิจกรรม +  $0.260$  ความสามารถนักเตะ

## สมการพยากรณ์ที่ 5

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน =  $0.777 + 0.112$  การจัดกิจกรรม +  $0.173$  ความสามารถนักเตะ +  $0.156$  ความภูมิใจ +  $0.203$  ความชอบในกีฬาฟุตบอล

จากสมการพยากรณ์ที่ ทั้ง 5 สมการ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

จากสมการพยากรณ์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 40.30 อำนาจจากการอธิบายเพิ่มขึ้น มากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์มาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 57.50 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.172 เป็นการเพิ่มจากเดิมมากพอควร

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรสเตเดียมและสิ่งอำนวยความสะดวก และตัวแปร

พนักงานผู้ให้บริการ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 59.30 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.019 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ และตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 64.00 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.046 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

เมื่อนำตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับเข้ามาร่วมวิเคราะห์ด้วยตามสมการพยากรณ์ที่ 5 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรพนักงานผู้ให้บริการ ตัวแปรสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และตัวแปรปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกันๆ ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านกิจกรรมบันเทิงที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรการจัดกิจกรรม แต่ตัวแปรผู้บรรยายในสนาม ตัวแปรปอมปอมเชียร์ และตัวแปรการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชม

การแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความสามารถของนักเตะ แต่ตัวแปรลักษณะทีมเยือน และตัวแปรบรรยากาศเกมการแข่งขันไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ส่วนตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ได้แก่ ตัวแปรความภูมิใจ และตัวแปรความชอบในกีฬาฟุตบอล แต่ตัวแปรความบันเทิงไม่มีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายความผันแปร ( $R^2$ ) ของตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันได้เพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 71.80 อำนาจจากการอธิบาย ( $R^2$  change) เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.079 เป็นการเพิ่มจากเดิมเล็กน้อย

### การอธิบายผล

1. การวัดระดับแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยิ่งดึงดูดมาก ยิ่งมีผู้ชมมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Schofield (1983), Hensen and Gautheir (1989); Zhang, Pease, Hui, and Michaud (1995); Ferrcirra and Armstorig (1994); Lee and Bang (2003); Greenwell et al., (2002); Shank (2009) ทั้งนี้เนื่องมาจากเกมการแข่งขันถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้ชมมีความต้องการในการเข้าชมการแข่งขัน อันได้แก่ เกมการแข่งขัน กฎกติกา นักกีฬา เสื้อผ้ากีฬา อุปกรณ์ สถานที่ และสนามแข่งขัน (Mullin et al., 2007; Buhler and Nufer, 2010) การวัดตัวแปรของเกมการแข่งขัน หรือผลิตภัณฑ์หลักอยู่ในระดับมาก คือ ความสามารถของผู้เล่น อันเกิดจากผู้เล่นที่เล่นเต็มที่ตลอดเวลา 90 นาที และบรรยากาศเกมการแข่งขันที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี ส่วนระดับลักษณะทีมเยือนอยู่ในระดับปานกลางอันเกิดจากเป็นทีมที่มีอันดับสูงกว่าในลีก เนื่องจากเป็นที่เยือน หรือคู่แข่ง แฟนคลับจึงไม่ให้ความสนใจ หรือส่งผลต่อความตั้งใจเข้าชมของแฟนคลับมากนัก เท่ากับทีมของตัวเอง หรือทีมเหย้าซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ Yoshida and James, (2010) ที่ใช้ตัวแปรลักษณะของทีมเยือน ความสามารถผู้เล่น และบรรยากาศเกมการแข่งขัน สำหรับผู้ชมกีฬาบาสเกตบอล ประเทศญี่ปุ่น พบว่า มีผลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมาก

2. การวัดระดับแรงจูงใจของแฟนคลับโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wann et al. (1995, 1999); Funk et al. (2001) ทั้งนี้เนื่องจากแรงกระตุ้นให้แฟนคลับเกิดความ ต้องการเข้ามาชมการแข่งขัน มีประสบการณ์ที่ดีในการชมจนเกิดความพึงพอใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสโมสรกับแฟนคลับ ทำให้แฟนคลับกลับมาชมการแข่งขัน หรือซื้อสินค้าของสโมสรอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นจนกลายเป็นความภักดีต่อสโมสรตลอดไป ซึ่งได้แก่ ความบันเทิง อันเกิดจากการพักผ่อนหย่อนใจของแฟนคลับ การแข่งขันฟุตบอลอาชีพจัดเป็นความบันเทิงที่ไม่เหมือนกับความบันเทิงอื่นเนื่องจากไม่สามารถทราบผลการแข่งขันจนกว่าจะจบการแข่งขัน

ทำให้ผู้ชมอาจจะดีใจ หรือเสียใจ เมื่อทีมที่ตัวเองชื่นชอบชนะ หรือแพ้ และความภาคภูมิใจอันเกิดจากความรู้สึกดีเมื่อทีมชนะ แฟนคลับจะได้รับรางวัลจากความรู้สึกของความสำเร็จ เมื่อผู้เล่นหรือทีมชอบของพวกเขากำลังชนะ การเชื่อมโยงของพวกเขากับทีมน่าจะสูงขึ้นเมื่อทีมกำลังชนะ และลดลงเมื่อทีมกำลังแพ้ และความชอบในกีฬาฟุตบอลทำให้เกิดความรักและผูกพันกับทีม ติดตามการแข่งขัน

3. การวัดระดับสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wakefield and Sloan (1995); Parasuraman, Seithaml, and Berry (1985); Greenwell and Pastore (2002); Yoshida and James (2010) ทั้งนี้เนื่องจากแฟนคลับใช้เวลาอยู่ในสนามการแข่งขัน ตลอดเวลาการแข่งขัน สเตเดียมและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าชมการแข่งขัน อันเกิดจากที่นั่งมีการแยกโซนชัดเจน ยิ่งชอบมากเท่าไรก็ยิ่งเข้าชมการแข่งขันมากขึ้น และพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากประสบการณ์ความคุ้นเคยในสถานที่ และจำนวนผู้ชมยังไม่แน่นทุกนัด ทำให้ไม่มีปัญหาที่ต้องพึ่งการบริการจากพนักงาน และการแสดงความเป็นมิตร สุภาพ ยิ้มแย้ม ของพนักงานผู้ให้บริการส่งผลถึงความพอใจของแฟนคลับ

4. การวัดระดับปฏิสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทั้งนี้เนื่องจากแฟนคลับใช้เวลาอยู่ในสเตเดียมมีโอกาสที่จะพบปะ ติดต่อสอบถาม หรือใช้บริการต่างๆกับพนักงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนนั้นๆ การที่แฟนคลับปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นมีผลต่อการเข้าชมมาก เพราะนักเตะเป็นผู้ที่แฟนคลับชื่นชอบ การได้มาใกล้ชิด ถ่ายรูป หรือขอลายเซ็นจึงเป็นการกระตุ้นที่ดี ดังนั้น การแสดงความขอบคุณแฟนคลับหลังจบการแข่งขันมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด ส่วนปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน การเชียร์อย่างสุภาพไม่ด่าทอด้วยคำหยาบมีผลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย พบว่า เครื่องครัดต่อระบบความปลอดภัยมีผลต่อตัวแปรตามความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด

5. การระดับกิจกรรมบันเทิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Mullin et al. (2007); Buhler and Nufer (2010) ทั้งนี้เนื่องจากการแข่งขันที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักแล้ว การจัดกิจกรรมความบันเทิงจึงเป็นส่วนขยายของเกมการแข่งขัน ในการลดความเครียดของแฟนคลับ ตั้งแต่ก่อนการแข่งขัน จนถึงหลังการแข่งขัน เช่น เชียร์ลีดเดอร์ ตัวมาสคอต ตัว สถิติการแข่งขัน ดนตรี วีดีโอ ซีวีดี ดีวีดี ห้องวีไอพี โปรแกรม สินค้าที่ระลึก การแจกรางวัล ประชาสัมพันธ์ ผู้บรรยายการแข่งขัน หรือโค้ช เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางสื่อออนไลน์ของสโมสร การจัดกิจกรรมรอบๆ สเตเดียม ปอมปอมเชียร์มีรูปแบบการเชียร์ ตื่นเต้นสนุกสนาน และผู้บรรยายในสนามมีการพูดเร้าใจ ตื่นเต้นมีผลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันมาก

6. การวัดระดับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeithaml, Barry and Parasuraman (1996) ทั้งนี้เนื่องจากแฟนคลับเป็นผู้ที่มีความรัก ความผูกพันกับสโมสร แนวโน้มที่แฟนคลับจะแสดงพฤติกรรม ความน่าจะเป็นที่แฟนคลับจะเข้าชมการแข่งขัน จะบอกสิ่งดีๆเกี่ยวกับทีม จะสวมใส่เสื้อของทีมเข้าชม จะใช้อินเทอร์เน็ต และจะเข้าร่วมกิจกรรมของสโมสร

#### 7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกภาพรวม

ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหารจัดการร่วมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่น รวมถึงการจัดกิจกรรมบันเทิง จากผู้บรรยายในสนาม เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการจัดการ เรื่อง บรรยากาศของเกมการแข่งขัน ความสามารถของนักเตะ และลักษณะทีมเยือนเพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้แฟนคลับไม่ให้ความสำคัญกับสนามการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย และปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน แต่แฟนคลับยังคงต้องการปฏิสัมพันธ์กับนักเตะอยู่ และเมื่อสโมสรสร้างสถานการณ์ หรือประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันให้แฟนคลับเพิ่มขึ้น ในด้านความบันเทิง ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอลจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักเตะ การจัดการความสามารถนักเตะ และลักษณะทีมเยือนด้วย แต่แฟนคลับก็จะไม่ให้ความสำคัญต่อสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ และบรรยากาศของเกมการแข่งขัน

#### 8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามเพศของแฟนคลับ

ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับเพศชายในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหารจัดการร่วมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับเพศชาย ถึงแม้สโมสรทีมเหย้าจะจัดกิจกรรมบันเทิง เช่น ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ก็ไม่ส่งผลต่อแฟนคลับเพศชายทีมเหย้าแต่อย่างไร เมื่อสโมสรทีมเหย้าเพิ่มการบริการจัดการเรื่องเกมการแข่งขัน ส่งผลทำให้

ความสามารถของนักเตะ และลักษณะของทีมเยือนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน ทำให้แฟนคลับเพศชายไม่ให้ความสำคัญของสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน ปอมปอมเชียร์ ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ และบรรยากาศของเกมการแข่งขัน แต่แฟนคลับเพศชายยังคงต้องการที่จะปฏิสัมพันธ์กับนักเตะอยู่ และเมื่อสโมสรสร้างสถานการณ์ หรือ ประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันให้แฟนคลับเพิ่มขึ้น ในด้านความบันเทิง ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอลจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับเพศชาย ยังคงให้ความสำคัญต่อความสามารถของนักเตะ ลักษณะทีมเยือน และปฏิสัมพันธ์กับนักเตะที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

ในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับเพศหญิงในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหารจัดการร่วมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับเพศหญิง เมื่อสโมสรทีมเหย้าจะจัดกิจกรรมบันเทิง ทำให้การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับเพศหญิงไม่ให้ความสำคัญต่อสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่น ปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับด้วยกัน เมื่อสโมสรทีมเหย้าเพิ่มการบริหารจัดการเรื่องเกมการแข่งขัน ทำให้ความสามารถของนักเตะ และบรรยากาศของเกมการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน และเพิ่มกิจกรรมบันเทิง ในด้านปอมปอมเชียร์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันอีกด้วย ทำให้แฟนคลับเพศหญิงไม่ให้ความสำคัญของสนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย ปฏิสัมพันธ์แฟนคลับด้วยกัน ผู้บรรยายในสนาม การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ และลักษณะทีมเยือน และเมื่อสโมสรสร้างสถานการณ์ หรือ ประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันให้แฟนคลับเพิ่มขึ้น ในด้านความชอบในกีฬาฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับเพศหญิงยังคงให้ความสำคัญต่อความสามารถของนักเตะที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามการถือบัตรของแฟนคลับ

ในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับเพศที่ถือบัตรสมาชิก และตัวปีในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ

ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหารจัดการร่วมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก และตัวปี เมื่อสโมสรจัดกิจกรรมความบันเทิงเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานให้บริการ และปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นยังคงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรจัดการด้านเกมการแข่งขันเพิ่มขึ้น ความสามารถของนักเตะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรสร้างสถานการณ์ หรือประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันให้แฟนคลับเพิ่มขึ้น ในด้านความชอบในกีฬาฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับเพศที่ถือบัตรสมาชิก และตัวปียังคงให้ความสำคัญต่อความสามารถของนักเตะที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

ในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับทั่วไปในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหารจัดการสร้างปฏิสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับทั่วไปมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน แต่พนักงานผู้ให้บริการยังคงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรจัดกิจกรรมความบันเทิงเพิ่มขึ้น ผู้บรรยายในสนามมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่พนักงานให้บริการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับทั่วไปยังคงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรจัดการด้านเกมการแข่งขันเพิ่มขึ้น ความสามารถของนักเตะลักษณะทีมเยือน และบรรยายเกมการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน แต่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับทั่วไปยังคงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรสร้างสถานการณ์ หรือประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันให้แฟนคลับเพิ่มขึ้น ในด้านความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน โดยที่แฟนคลับทั่วไปยังคงให้ความสำคัญต่อความสามารถของนักเตะ ลักษณะทีมเยือน แต่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัย และผู้เล่นกับแฟนคลับทั่วไปยังคงความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน

10. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกจำแนกตามความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน

ในการเข้าชมแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนคลับที่มีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน 3-12 นัดต่อฤดูกาลในสนามเหย้า สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก และพนักงานผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเข้าชมการแข่งขัน เมื่อสโมสรทีมเหย้ามีการบริหาร



## ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ไม่มีการจัดเก็บฐานข้อมูลของแฟนคลับ
2. ความยากในการรวบรวมข้อมูล เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามในช่วงพักครึ่งการแข่งขัน แฟนคลับจะเข้าห้องน้ำ ซื้ออาหารและเครื่องดื่ม ทำให้ไม่มีเวลาที่จะตอบแบบสอบถาม
3. ความยากในการเก็บซ้ำ เนื่องจากการแข่งขันจบแล้ว หากมีการแข่งขันกับทีมเยือนใหม่ สถานการณ์อาจจะเปลี่ยนแปลงไปไม่เหมือนเดิม หรือ ฤดูกาลแข่งขัน ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงสโมสรใหม่จากตกชั้น และเลื่อนชั้นขึ้นมา

## ข้อเสนอแนะ

### คำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. สำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้นำส่วนที่เป็นราคาตั๋วเข้ามารวมด้วย เนื่องจากจะทำให้กรอบแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันใหญ่เกินไป และราคาตั๋วของแต่ละสนามไม่เท่ากันทำให้การวัดไม่ชัดเจน
2. ในอนาคตงานวิจัยควรมีการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาอาชีพประเภททีมทุกกีฬา เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และกว้างขวางมากขึ้นเป็นแบบมาตรฐานที่ใช้ร่วมกันได้
3. ในอนาคตงานวิจัยควรมีการแบ่งกลุ่มแฟนคลับให้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น เพื่อให้ให้นักการตลาดเข้าใจกลุ่มแฟนคลับในแต่ละกลุ่มจะได้วางแผนการตลาดให้สอดคล้องในแต่ละกลุ่ม
4. ในอนาคตงานวิจัยควรมีการปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในลีกที่ต่ำกว่า เพื่อเพิ่มกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลทุกระดับ

## คำแนะนำสำหรับสโมสรฟุตบอลอาชีพ

1. สโมสรฟุตบอลควรวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ คือ กลุ่มเพศชาย อายุอยู่ในระหว่าง 15 ถึง 24 ปี สถานภาพเป็น ระดับการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี เป็นประเภทแฟนคลับทั่วไป หรือแบ่งตามการถือบัตร อันได้แก่ แฟนคลับที่ถือบัตรตัวปี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี โสด การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี แฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย แต่งงาน อายุมากกว่า 34 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี และแฟนคลับทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โสด อายุระหว่าง 15 ถึง 24 ปี การศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ควรมีการเลื่อนการบริโภคของแฟนคลับให้มากขึ้น ตามทฤษฎีบันไดเลื่อนของ Mullin (2007) จากแฟนคลับทั่วไป เป็นแฟนคลับที่สมัครบัตรสมาชิก ส่วนแฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิกเลื่อนเป็นผู้บริโภคชั้นสูงสุด หรือแฟนคลับที่ถือตัวปี หรือแฟนพันธุ์แท้ ดังนั้นการสร้างฐานข้อมูลแฟนคลับจะช่วยให้ทีมการตลาดเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของแฟนคลับ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกภาพรวม สโมสรฟุตบอลสามารถบริหารจัดการความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขัน ตามความสำคัญ ได้ดังนี้

2.1 ความสามารถของนักเตะ สโมสรฟุตบอลควรมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักเตะ ในด้าน ผู้เล่นที่เล่นเต็มทีตลอดเวลา 90 นาที พยายามเล่นอย่างเต็มที่ที่สุด และเล่นเต็มที 100 เปอร์เซ็นต์ ทุกเกม สโมสรฟุตบอลควรสร้างสปิริตของนักเตะให้มุ่งมั่นทุ่มเทในการเล่นทุกนัด ทุกเกม เพื่อสโมสรฟุตบอล และแฟนคลับ

2.2 ความชอบในกีฬาฟุตบอล เนื่องจากแฟนคลับชื่นชอบ ติดตาม และเป็นแฟนพันธุ์แท้ สโมสรฟุตบอลควรมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างแฟนคลับในสโมสรด้วยกัน และแฟนคลับต่างสโมสร เนื่องจากแฟนคลับอาจจะเป็นคนที่รักสุขภาพชอบออกกำลังกาย ชอบเล่นฟุตบอล หรือชอบพบปะรู้จักเพื่อนกลุ่มใหม่ๆ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับฟุตบอลจึงเป็นแรงกระตุ้นภายในของแฟนคลับให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสโมสรฟุตบอล การสร้างสถานที่ออกกำลังกายในสโมสรฟุตบอลให้แฟนคลับสมัครสมาชิกและมาออกกำลังกายในสโมสรฟุตบอล เพื่อเกิดความใกล้ชิด และผูกพัน รวมทั้งทำให้แฟนคลับมีสุขภาพที่ดี

2.3 การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับผู้เล่น โดยสโมสรฟุตบอลจัดพื้นที่ให้แฟนคลับได้พบกับผู้เล่น รวมถึงการแสดงความขอบคุณแฟนคลับหลังการแข่งขันของผู้เล่น สโมสรฟุตบอลควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสโมสรกับแฟนคลับ โดยการให้นักเตะมาถ่ายรูป หรือแจกลายเซ็นให้กับ

แฟนคลับ และการแสดงความรู้สึกร่วมกันไม่ว่าแพ้ หรือชนะ นักเตะจะต้องไม่ลืมแฟนคลับ การแสดงความขอบคุณของนักเตะจะทำให้แฟนคลับพร้อมจะอยู่เคียงข้างกันตลอดไป

2.4 ความภูมิใจ โดยสโมสรฟุตบอลสร้างความรู้สึกภูมิใจและการเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ หรือล้มเหลวด้วยกัน ดังนั้นสโมสรควรมีสร้างความสำเร็จ จากการแข่งขัน ตำนานประวัติ สโมสร โค้ช ผู้จัดการ นักเตะที่ยิ่งใหญ่ สนามการแข่งขันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ หรือ ความผูกพันในชุมชน การมีส่วนร่วมในเส้นทางที่สโมสรประสบความสำเร็จคือความภาคภูมิใจของแฟนคลับ ความเป็นเจ้าของสโมสร การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของแฟนคลับจึงเป็นเรื่องที่สโมสรไม่ควรมองข้าม

2.5 ความบันเทิง สโมสรฟุตบอลควรมีการจัดการแข่งขันให้มีบรรยากาศ แสง สี เสียง ที่เร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน เพื่อลดความเครียดของแฟนคลับที่อาจมุ่งเน้นผลการแข่งขันมากเกินไป การมีป้ายโฆษณาไฟฟ้ารอบๆสนาม สกอร์บอร์ดไฟฟ้าขนาดใหญ่ ระบบไฟส่องสว่างและระบบเสียงที่ชัดเจน ไม่ว่าจะอยู่ที่ตำแหน่งไหนของสนาม เพื่อให้แฟนคลับรู้สึกผ่อนคลาย สนุกสนาน ลืมเรื่องวุ่นๆ ในชีวิตประจำวัน และการอยู่ในสนามการแข่งขันคือช่วงเวลาที่ดีที่สุดช่วงหนึ่ง นอกจากควรมีเทศกาลต่างๆ ให้แฟนคลับได้มาร่วมกิจกรรม เช่น ฟุตบอลเพื่อการกุศล ฟุตบอลในชุมชน

### 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก

3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายกับหญิง สโมสรฟุตบอลสามารถบริหารจัดการที่ส่งผลทั้งเพศชาย และเพศหญิง คือความสามารถของนักเตะ และความชอบในกีฬาฟุตบอล

3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกระหว่างแฟนคลับที่ถือบัตรสมาชิก และตัวปีกับแฟนคลับทั่วไป สโมสรฟุตบอลสามารถบริหารจัดการที่ส่งผลทั้งถือบัตรสมาชิก และตัวปีกับแฟนคลับทั่วไป คือ ในด้านความสามารถนักเตะ และความชอบในกีฬาฟุตบอล

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกระหว่างแฟนคลับที่มีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน 3-12 นัดต่อฤดูกาล กับแฟนคลับที่มีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน 13-17 นัดต่อฤดูกาล หรือแฟนพันธ์แท้ สโมสรฟุตบอลสามารถบริหารจัดการที่ส่งผลทั้งแฟนคลับที่มีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขัน 3-12 นัดต่อฤดูกาล กับแฟนคลับที่มีความถี่ในการ

เข้าชมการแข่งขัน 13-17 นัดต่อฤดูกาล หรือแฟนพันธ์แท้ คือ ในด้านความสามารถนักเตะ ความภูมิใจ และความชอบในกีฬาฟุตบอล

4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกของแฟนพันธ์แท้ หรือแฟนคลับที่มีความถึในการเข้าชมการแข่งขัน 13-17 นัดต่อฤดูกาล ดังนี้ คือ

4.1 ความชอบในกีฬาฟุตบอล เนื่องจากแฟนคลับชื่นชอบ ติดตาม และเป็นแฟนพันธ์แท้สโมสรฟุตบอลควรมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างแฟนคลับในสโมสรด้วยกัน และแฟนคลับต่างสโมสร เนื่องจากแฟนคลับอาจจะเป็นคนทีรักสุขภาพชอบออกกำลังกาย ชอบเล่นฟุตบอล หรือชอบพบปะรู้จักเพื่อนกลุ่มใหม่ๆ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับฟุตบอลจึงเป็นแรงกระตุ้นภายในของแฟนคลับให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสโมสรฟุตบอล การสร้างสถานที่ออกกำลังกายในสโมสรฟุตบอลให้แฟนคลับสมัครสมาชิกและมาออกกำลังกายในสโมสรฟุตบอล เพื่อเกิดความใกล้ชิด และผูกพัน รวมทั้งทำให้แฟนคลับมีความสุขที่ดี

4.2 ความสามารถของนักเตะ สโมสรฟุตบอลควรมีการบริหารจัดการเกี่ยวกับนักเตะ ในด้าน ผู้เล่นที่เล่นเต็มที่ตลอดเวลา 90 นาที พยายามเล่นอย่างเต็มที่ที่สุด และเล่นเต็มที่ 100 เปอร์เซ็นต์ทุกเกม สโมสรฟุตบอลควรสร้างสปิริตของนักเตะให้มุ่งมั่นทุ่มเทในการเล่นทุกนัด ทุกเกม เพื่อสโมสรฟุตบอล และแฟนคลับ

4.3 ความภูมิใจ โดยสโมสรฟุตบอลสร้างความรู้สึภูมิใจ และการเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ หรือล้มเหลวด้วยกัน ดังนั้นสโมสรควรมีสร้างความสำเร็จ จากการแข่งขัน ตำนานประวัติสโมสร โค้ช ผู้จัดการ นักเตะที่ยิ่งใหญ่ สนามการแข่งขันที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ หรือ ความผูกพันในชุมชน การมีส่วนร่วมในเส้นทางที่สโมสรประสบความสำเร็จคือความภาคภูมิใจของแฟนคลับ ความเป็นเจ้าของสโมสร การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของแฟนคลับจึงเป็นเรื่องที่สโมสรไม่ควรมองข้าม

4.4 การจัดกิจกรรม สโมสรฟุตบอลควรมีการแจกรางวัลจากทางตัวเข้าชมการแข่งขัน และการจัดกิจกรรมรอบๆ สนามการแข่งขัน การจัดการส่งเสริมการขายด้วยการแจกรางวัลเป็นสิ่งที่สโมสรควรทำเป็นประจำ สม่าเสมอ รวมถึงการจัดกิจกรรมรอบๆ สนามการแข่งขัน เพราะทำให้แฟนคลับมีความใกล้ชิด ผูกพัน และรู้จักสโมสรฟุตบอลมากขึ้น

5. การรักษาแฟนคลับจากแฟนคลับทั่วไปเป็นแฟนพันธุ์แท้ สโมสรควรจะสร้างประสบการณ์ การเข้าชมที่ทำให้แฟนคลับประทับใจ หรือมีความสุขหลังจากจบการแข่งขัน โดยสโมสรควรมีการจัดการ สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นการจัดการพื้นฐานแรกที่มีความสำคัญต่อ แฟนคลับอย่างน้อยตามมาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลเอเชีย ปัจจุบันจำนวนแฟนคลับยังไม่เต็มสนาม ทุกนัด ทำให้การบริการทั่วถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกยังพอเพียงแก่แฟนคลับ แต่เมื่อไรที่สถานการณ์ เปลี่ยนไปแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันเต็มทุกนัดจะทำให้สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการไม่ สามารถตอบสนองความต้องการของแฟนคลับได้ทั่วถึง การเตรียมความพร้อมของพนักงานผู้ให้บริการ การจัดหา และคัดเลือกพนักงานที่มีส่วนที่ต้องพบปะให้บริการแฟนคลับโดยตรงที่มีลักษณะเหมาะสมกับ งานบริการ และการจัดการฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการให้มีจิตใจให้บริการ (Service Mind) มีการ เตรียมการแก้ไขปัญหาต่างๆโดยมีการจำลองสถานการณ์ให้พนักงานมีขั้นตอนในการแก้ไขปัญหาต่างๆ การจัดกิจกรรมบันเทิง การมีปอมปอมเชียร์ สร้างสีสัน ความสนุกสนาน การบรรยายที่ตื่นเต้น ไร้ใจ การจัดกิจกรรมของสโมสร และผู้ให้การสนับสนุน ทั้งใน และนอกสนามการแข่งขัน รวมถึงการ ประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ถูกต้อง และทั่วถึง สิ่งเหล่านี้จะเป็นความบันเทิง สนุกสนาน สนับสนุนเกม การแข่งขันที่ตื่นเต้น จากความสามารถของนักเตะ คู่แข่งขัน และบรรยากาศเกมแข่งขันที่มีการ แข่งขัน และสร้างประสบการณ์ หรือความประทับใจ จะทำให้ความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันทุกนัดที่ สโมสรเป็นเจ้าบ้าน หรือ ทีมเหย้า การรักษาคุณภาพจากเกมการแข่งขัน และคุณภาพการบริการ ให้ดี ที่สุดจะทำให้แฟนคลับกลับมาชมอีก แนะนำ และบอกต่อคนอื่น ในเรื่องที่ดีๆของสโมสร การซื้อสินค้า ที่ระลึก การติดตามข่าวสารของสโมสร และการเข้าร่วมกิจกรรม สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้สโมสรฟุตบอล สามารถบริหารธุรกิจให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

## เอกสารและสิ่งอ้างอิง

- ชูชัย สมितिไกร. 2554. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยพรีเมียร์ลีก. 2555. **ระเบียบและข้อบังคับว่าด้วยการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย 2555** (Online). [www.thaipremierleague.co.th](http://www.thaipremierleague.co.th), 18 มกราคม 2555.
- \_\_\_\_\_. 2555. **สรุปสถิติการแข่งขันฤดูกาล** (Online). [www.thaipremierleague.co.th/stats2011.php](http://www.thaipremierleague.co.th/stats2011.php), 15 มกราคม 2555.
- ปณิศา มีจินดา. 2553. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: Diamont in Business World.
- ศูนย์สารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน. 2542. **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542** (online). [www.rtafa.ac.th](http://www.rtafa.ac.th), 24 มกราคม 2555.
- วิกิพีเดีย. **แฟนคลับ** (Online). <http://th.wikipedia.org/wiki>, 15 มกราคม 2555.
- \_\_\_\_\_. **ไทยพรีเมียร์ลีก**. 2555. (Online). <http://th.wikipedia.org/wiki>, 15 มกราคม 2555.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. 2546. **จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สุชาติ ประสิทธิ์. 2551. **เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- มติชน. 2554. **สรุปรายได้และตัวเลขผู้ชมของทีมในไทยพรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2010** (Online). [www.matichon.co.th/sport-thai.php](http://www.matichon.co.th/sport-thai.php), 25 มกราคม 2555.
- Ajzen, I. 2005. **Attitudes, Personality, and Behavior** 2<sup>rd</sup> ed. Milton – Keynes: McGraw - Hill.

- AL-Thibiti, Y. 2004. A Scale Development for Sport Fan Motivation. Electronic Theses, **Treatises and Dissertations**. 23.
- Buhler, A. and G. Nufer. 2010. **Relationship Marketing in Sports**. Burlington: Elsevier.
- Carroll, M. S. 2009. Development of a Scale to Measure Perceived Risk in Collegiate Spectator Sport and Assess Its Impact on Sport Consumption Intentions. **Pro Quest Dissertations and Theses**.
- Cronin, J. J., M. K. Brady, and G. T.M. Hult. 2000. Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Enviroment. **Journal of Retailing** 75(2): 193-218.
- Ferreira, M. and K. L. Armstrong. 1994. An Exploratory Examination of Attributes Influencing Students' Decisions to Attend College Sport Events. **Sport Marketing Quarterly** 13: 194-208.
- Fishbein, M. and I. Ajzen. 1975. **Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research**. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Funk, D. C., C. P. Haugtvedt, and D. R. Howard. 2000. Contemporary Attitude Theory in Sport: Theoretical Considerations and Implications. **Sport Management Review** 3, 125-144.
- Funk, D. C., D. F. Mahony, M. Nakazawa, and S. Hirakawa. 2001. Development of the Sport Interest Inventory (SII): Implications for Measuring Unique Consumer Motives at Team Sporting Events. **International Journal of Sports Marketing & Sponsorship** 3: 291-316.
- Funk, D. C. 2008. **Consumer Behaviour in Sport and Events: Marketing Action**. Burlington: Elsevier.

- Greenwell, T. C., J. S. Fink, and D. L. Pastore. 2002. Assessing the Influence of the Physical Sports Facility on Customer Satisfaction within the Context of the Service Experience. **Sport Management Review** 5: 129-148.
- Hall, J., B. O. Mahony, and J. Vieceli. 2010. An Empirical Model of Attendance Factors at Major Sporting Events. **International Journal of Hospitality Management** 29: 328-334.
- Hansen, H. and R. Gauthier. 1989. Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events. **Journal of Sport Management** 3(1): 15 - 32.
- Hellier, P. K., G. M. Geursen, R. A. Carr, and J. K. Rickard. 2003. Customer Repurchase Intention: A General Structural Equation Model. **European Journal of Marketing** 37(11/12): 1762.
- Kotler, P. 1997. **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control** 9<sup>th</sup> ed. New Jersey.
- \_\_\_\_\_. 2000. **Marketing Management–The Millennium** Edition 10<sup>th</sup> ed. Prentice Hall.
- \_\_\_\_\_. 2003. **Marketing Management** 11<sup>th</sup> ed. Prentice Hall.
- Longman Dictionary of Contemporary. 2011. **Fan** (online). [www.ldoceonline.com](http://www.ldoceonline.com), January 27, 2012.
- Masterlexis, L. P., C. A. Barr, and M. A. Hums. 2005. **Principles and Practice of Sport Management** 2<sup>nd</sup> ed., Jones and Bartlett Publishers. Inc.
- Menefee, W. C. 2009. Globalization in Professional Sport: A Comparison of Chinese and American Basketball Spectators. **ProQuest Dissertations and Theses**.

Mullin, B., S. Hardy, and W. Sutton. 2007. **Sport Marketing** 3<sup>rd</sup> ed. Human Kinetic.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications. **Journal of Marketing** 49 (Fall): 41-50.

\_\_\_\_\_, 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing** 64(1): 23.

Positioning Magazine. 2009. **Thai Premier League The Success Start** (Online). [www.positioningmag.com](http://www.positioningmag.com), January 10, 2012.

Schofield, J. A. 1983. Performance and Attendance at Professional Team Sports. **Journal of Sport Behavior** 6(4): 196-206.

Schwarz, E. and J. Hunter. 2008. **Advanced Theory and Practice in Sport Marketing** 1<sup>st</sup> ed. Elsevier.

Shank, M. D. 2009. **Sports Marketing: A Strategic Perspective** 4<sup>th</sup> ed. Pearson International Edition. Prentice-Hall.

Smith, C. T. 2008. **Introduction to Sport Marketing**. Burlington. USA.: Elsevier.

Solomon, M. P. 1996. **Consumer behavior** 3<sup>rd</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall Englewood Cliffs.

\_\_\_\_\_. 2009. **Consumer Behaviour: a European Perspective**. Prentice Hall.

Tabachnick, B. G. and L. S. Fidell. 2007. **Using Multivariate Statistics** 5<sup>th</sup> ed. US.: Pearson.

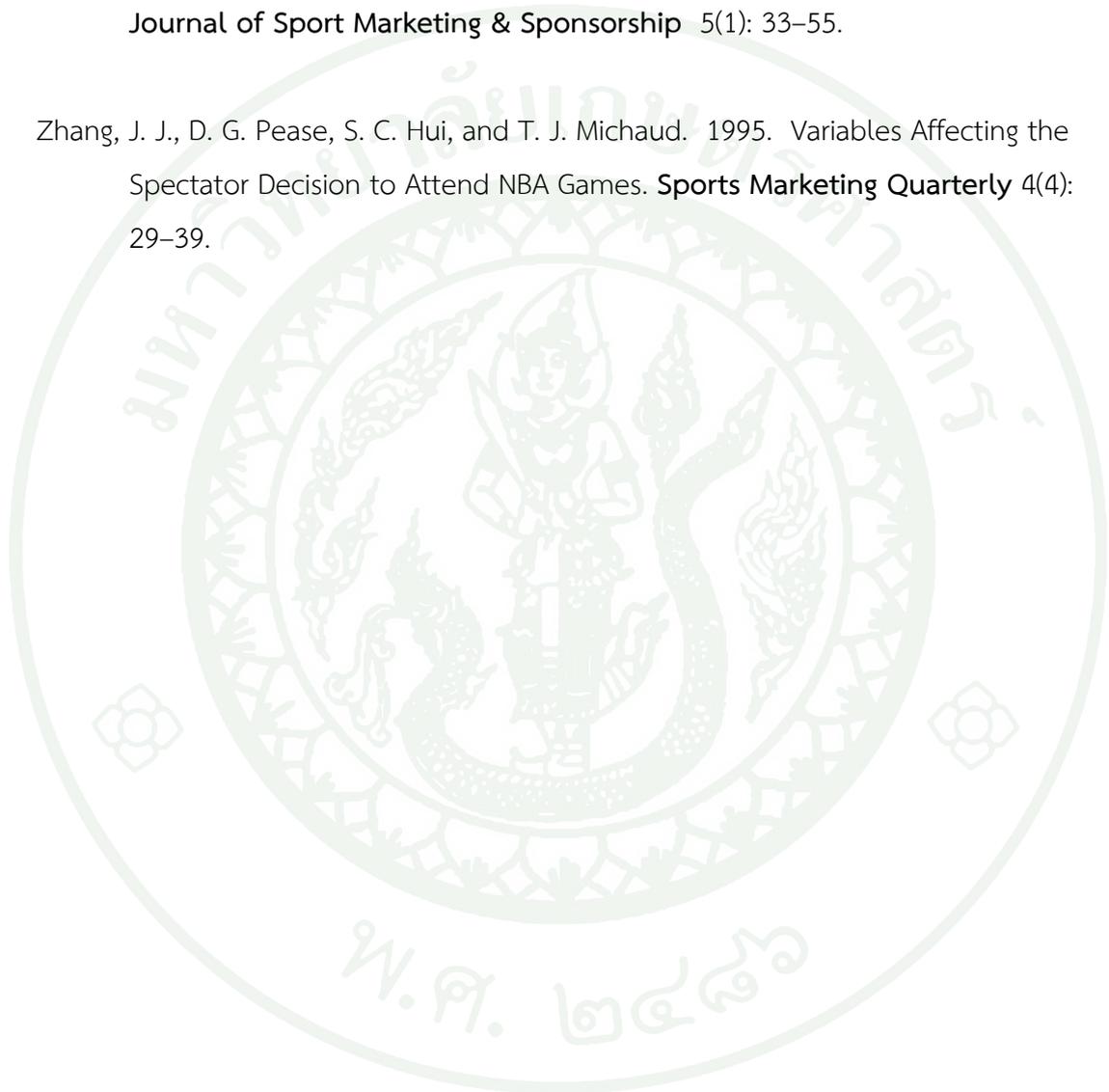
The Asian Football Confederation. 2012. **AFC Vision Asia Club Licensing 2010** (Online). [www.the-afc.com](http://www.the-afc.com), January 15, 2012.

- The Asian Football Confederation. 2012. **Criteria for Participation in AFC Champions League** (Online). [www.the-afc.com/en/tournaments/clubs/afc-cup.html](http://www.the-afc.com/en/tournaments/clubs/afc-cup.html), January 15, 2012.
- Trail, G. T., D. F. Anderson, and J. S. Fink. 2000. A Theoretical Model of Sport Spectator Consumption Behavior. **International Journal of Sport Management** 1(3): 154-180.
- Wakefield, K. L., J. G. Blodgett, and H. J. Sloan. 1996. Measurement and Management of Sportscape. **Journal of Sport Management** 10: 15-31.
- Wann, D. L., M. Melnick, G. W. Russell, and D. G. Pease. 2001. **Sport Fans: The Psychology and Social Impact of Spectators**. New York: Routledge Press.
- Wann, D. L., M. P. Schrader, and A. M. Wilson. 1999. Sport Fan Motivation: Questionnaire Validation, Comparisons by Sport, and Relationship to Athletic Motivation. **Journal of Sport Behavior** 22: 114-139.
- Wann, D. L. 1995. Preliminary validation of the Sport Fan Motivation Scale. **Journal of Sport and Social Issues (JSSI)** 19(4): 377-396.
- Worldfootball.net. 2013. **Attendance** (online) [www.worldfootball.net](http://www.worldfootball.net), January 10, 2012.
- Yoshida, M. and J. D. James. 2010. Customer Satisfaction with Game and Service Experiences: Antecedents and Consequences. **Journal of Sport Management** 24: 338-361.
- Zeithaml, V. A., L. L. Berry, and A. Parasuraman. 1996. The Behavior Consequences of Service Quality. **Journal of Marketing** 60: 31-46.

Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and L. L. Berry. 1990. **Delivering Quality Service**. New York: Free Press.

Zhang, J. J., E. T. C. Lam, and D. P. Connaughton. 2003. General Market Demand Variables Associated With Professional Sport Consumption. **International Journal of Sport Marketing & Sponsorship** 5(1): 33–55.

Zhang, J. J., D. G. Pease, S. C. Hui, and T. J. Michaud. 1995. Variables Affecting the Spectator Decision to Attend NBA Games. **Sports Marketing Quarterly** 4(4): 29–39.







ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำการสร้างเครื่องมือและดำเนินการวิจัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือและดำเนินการวิจัย

1. คุณฉัญญะ วงศ์นาค ผจก.ทีม บีอีซี เทโรศาสนเอพีซี
2. คุณภัณฑิตา วิทยภาเลิศ ผจก.ประชาสัมพันธ์และการพาณิชย์ บางกอกกลาสเอพีซี
3. คุณจีระศักดิ์ โจมทอง ผอ.ประชาสัมพันธ์ ชลบุรีเอพีซี





**แบบสอบถามการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2555**  
**เฉพาะสนามเหย้าเท่านั้น**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน โดยข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงมาตรฐานการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก เท่านั้น ให้ท่านอ่านคำถามแล้วนึกถึงประสบการณ์เหตุการณ์ต่างๆ ที่เป็นแนวโน้มที่ท่านน่าจะกระทำในฤดูกาลหน้า แล้วลงระดับแนวโน้มของท่านของท่านโดยให้คะแนนจากคะแนน 1 ถึง คะแนน 5 โดยทำเครื่องหมายลงในช่องคำตอบท้ายข้อความนั้นๆ

การแปลความหมาย ระดับความเห็น "1" เป็นไปได้น้อยที่สุด ระดับความเห็น "2" เป็นไปได้ น้อย ระดับความเห็น "3" ลังเลไม่แน่ใจ ระดับความเห็น "4" เป็นไปได้มาก ระดับความเห็น "5" เป็นไป ได้มากที่สุด

**ส่วนที่ 1 ความตั้งใจที่จะเข้าชมการแข่งขัน**

ข้อ ที่	ข้อความ-การกลับมาชมการแข่งขันอีก	1	2	3	4	5
1	ท่านตั้งใจจะเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านแฟนคลับใน ฤดูกาลหน้าบ่อยมากกว่าเดิม					
2	ท่านวางแผนจะเพื่อเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟน คลับในฤดูกาลหน้าบ่อยมากกว่าเดิม					
3	ท่านพยายามจะเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ ในฤดูกาลหน้าบ่อยมากกว่าเดิม					
4	ถ้ามีโอกาสท่านจะเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านแฟนใน ฤดูกาลหน้าบ่อยมากกว่าเดิม					
5	ความน่าจะเป็นที่ท่านจะเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านเป็น แฟนคลับในฤดูกาลหน้าบ่อยมากกว่าเดิม					

ข้อ ที่	ข้อความคำถาม-แนะนำและบอกต่อ	1	2	3	4	5
6	ถ้ามีโอกาสท่านจะแนะนำเพื่อนของท่านเข้าชมการแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับในฤดูกาลหน้า					
7	ถ้ามีโอกาสท่านจะพูดถึงที่เป็นบวกกับคนอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับในฤดูกาลหน้า					
8	ท่านจะพูดคุยเกี่ยวกับทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับกับคนอื่น ๆ ในฤดูกาลหน้า					
9	ท่านจะซื้อสินค้าที่ระลึกของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
10	ท่านจะเก็บสะสมสินค้าที่ระลึกของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
11	ท่านจะสวมใส่ชุดแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
12	ท่านจะสวมใส่สินค้าที่ระลึก แม้ในขณะที่ท่านไม่ได้เข้าชมการแข่งขัน					
13	ถ้ามีโอกาสท่านจะซื้อชุดแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
14	ท่านตั้งใจที่จะอ่านหนังสือพิมพ์เพื่อหาข้อมูลของทีมฟุตบอลที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
15	ท่านตั้งใจที่จะดูข่าวทางทีวีเพื่อหาข้อมูลของทีมฟุตบอลที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
16	ท่านตั้งใจที่จะฟังวิทยุเพื่อหาข้อมูลของทีมฟุตบอลที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
17	ท่านตั้งใจจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลและข่าวสารของทีมฟุตบอลที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
18	ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างแฟนคลับด้วยกัน					
19	ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างแฟนคลับกับสโมสร					
20	ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะเข้าร่วมกิจกรรมระหว่างแฟนคลับต่างสโมสร					
21	ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะแสดงความคิดเห็นด้านบวกของท่านต่อทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
22	ถ้าท่านมีโอกาสท่านจะร้องเรียนปัญหาของท่านต่อทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					

## ส่วนที่ 2 แรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน

ข้อ ที่	ข้อความถาม-ลักษณะของทีมเยือน	1	2	3	4	5
23	ทีมเยือนเป็นทีมที่มีความสามารถและฝีเท้าเยี่ยม					
24	ทีมเยือนมีผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์					
25	ทีมเยือนมีสถิติการแข่งขันดีกว่าทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
26	ทีมเยือนมีอันดับสูงกว่าในลีก					
27	ทีมเยือนมีผลงานและประสบความสำเร็จมากกว่า					
28	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับมีฝีเท้าระดับซูเปอร์สตาร์					
29	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับเล่นตามกฎกติกาตามารยาทที่ดี					
30	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับมีบุคลิกภาพหน้าตาดี					
31	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับมีทักษะการเล่นที่ยอดเยี่ยม					
32	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับเล่นเต็มที่ 100% ทุกเกมการแข่งขัน					
33	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับเล่นเต็มที่ตลอดเวลาการแข่งขัน 90 นาที					
34	ผู้เล่นของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับมีพยายามที่จะเล่นให้ดีที่สุด					
35	ความสามารถของนักเตะทำให้บรรยากาศของเกมตื่นเต้น					
36	จำนวนผู้ชมเต็มสนามทำให้บรรยากาศสนุกสนาน					
37	การเชียร์ของแฟนคลับทำให้เกิดบรรยากาศมิตรภาพของแฟนคลับด้วยกัน					
38	กลอง เคียวักษ์ ธงผืนใหญ่ สายรุ้งหรืออุปกรณ์การเชียร์อื่นๆ ทำให้บรรยากาศสนุกสนาน					

## ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ

ข้อ ที่	ข้อคำถาม-สนามการแข่งขันและสิ่งอำนวยความสะดวก	1	2	3	4	5
39	ที่ตั้งสโมสรสามารถเดินทางสะดวกทั้งรถส่วนตัวหรือขนส่งมวลชน					
40	สกอร์บอร์ดคุณภาพสูงที่สร้างความบันเทิง เพิ่มความตื่นเต้น					
41	ป้ายบอกสถานที่ต่างๆทำให้ท่านไปยังสถานที่ที่ท่านต้องการได้อย่าง ง่ายและรวดเร็ว					
42	ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะและมีปริมาณเพียงพอ					
43	ความสะอาดทั้งภายในและภายนอกสนามการแข่งขัน					
44	ที่นั่ง สะดวกสบาย					
45	ที่นั่งมีการแยกโซนระหว่างทีมเหย้ากับทีมเยือนชัดเจน					
46	อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพดีและมีปริมาณเพียงพอ					
47	ระบบความปลอดภัยก่อน ระหว่างและ หลังการแข่งขัน					
48	อาหารและเครื่องดื่มคุณภาพดีและมีปริมาณเพียงพอ					
49	พนักงานผู้ให้บริการแสดงความเป็นมิตร สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสต่อ ท่าน					
50	ทัศนคติของพนักงานผู้ให้บริการมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือท่านเมื่อ ร้องขอ					
51	ทัศนคติของพนักงานผู้ให้บริการแสดงถึงความเข้าใจความต้องการ ของท่าน					
52	พนักงานผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของท่านอย่าง รวดเร็ว					
53	พนักงานผู้ให้บริการรู้ว่าท่านพึงพาทักษะความรู้ทางวิชาชีพของเขาได้					

#### ส่วนที่ 4 แรงจูงใจของแฟนคลับ

ข้อ ที่	ข้อความ-ความบันเทิง	1	2	3	4	5
54	คุณค่าจากการชมการแข่งขันฟุตบอลคือความสนุกสนานของท่าน					
55	ความสนุกสนานจากการชมการแข่งขันฟุตบอลคือช่วงเวลาที่ดีที่สุดของท่าน					
56	ความสนุกสนานจากการชมการแข่งขันฟุตบอลคือการพักผ่อนหย่อนใจของท่าน					
57	ท่านรู้สึกดีเมื่อทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับชนะ					
58	ท่านสนุกกับการชมการแข่งขันฟุตบอลเพราะจะเพิ่มความภาคภูมิใจของท่าน					
59	ความสำเร็จและพ่ายแพ้ของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับคือความสำเร็จและความพ่ายแพ้ของท่านเช่นกัน					
60	สิ่งแรกและสำคัญที่สุดคือท่านได้เป็นแฟนคลับของทีมที่ท่านชื่นชอบที่สุด					
61	ท่านรักที่จะติดตามเกมการแข่งขันของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					
62	ท่านเป็นแฟนพันธ์แท้ของทีมที่ท่านเป็นแฟนคลับ					

#### ส่วนที่ 5 ปฏิสัมพันธ์

ข้อ ที่	ข้อความ-ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	1	2	3	4	5
63	พนักงานรักษาความปลอดภัยควบคุมพฤติกรรมไม่ดีของแฟนคลับได้อย่างรวดเร็ว					
64	พนักงานรักษาความปลอดภัยมีความเต็มใจที่จะช่วยให้ท่าน					
65	พนักงานรักษาความปลอดภัยพูดจาสุภาพกับแฟนคลับ					
66	พนักงานรักษาความปลอดภัยเคร่งครัดต่อระบบความปลอดภัย					
67	ผู้เล่นมีความเต็มใจที่พบปะกับแฟนคลับหลังจบการแข่งขัน					

ข้อ ที่	ข้อความ-ปฏิสัมพันธ์กับพนักงานรักษาความปลอดภัย	1	2	3	4	5
68	ผู้เล่นแสดงการขอบคุณแฟนคลับหลังจบการแข่งขัน					
69	แฟนคลับให้กำลังใจผู้เล่นหลังจบการแข่งขัน					
70	แฟนคลับร่วมกันเชียร์อย่างสุภาพไม่ด่าทอด้วยคำหยาบ					
71	แฟนคลับปฏิบัติตามกฎการชมการแข่งขันอย่างเคร่งครัดไม่สร้างความเดือดร้อนคนใกล้ๆ					

### ส่วนที่ 6 กิจกรรมความบันเทิง

ข้อ ที่	ข้อความ-ปอมปอมเชียร์	1	2	3	4	5
72	ปอมปอมเชียร์มีรูปแบบการเชียร์ ตื่นเต้นสนุกสนาน					
73	ปอมปอมเชียร์ทำให้แฟนคลับรวมเป็นหนึ่งเดียว					
74	ผู้บรรยายในสนามมีลีลาการพูดเร้าใจ ทำให้แฟนคลับตื่นเต้น					
75	ผู้บรรยายในสนามสามารถพูดจาโน้มน้าว ชักจูงหรือควบคุมแฟนคลับได้					
76	ผู้บรรยายในสนามบรรยายไม่เอียงเออนไปฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง					
77	การจัดกิจกรรมแจกรางวัลจากทางตัวเข้าชมสร้างความสนุกสนานและตื่นเต้น					
78	การจัดกิจกรรมรอบๆสนามการแข่งขันทำให้แฟนคลับคุ้นเคยและใกล้ชิดสโมสรมากขึ้น					
79	การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางวิทยุของสโมสรทำให้ทราบข้อมูลการแข่งขัน					
80	การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางสื่อออนไลน์ของสโมสรทำให้ทราบข้อมูลการแข่งขัน					
81	การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางโทรทัศน์ของสโมสรทำให้ทราบข้อมูลการแข่งขัน					
82	การประชาสัมพันธ์ก่อนการแข่งขันผ่านทางนิตยสารของสโมสรทำให้ทราบข้อมูลการแข่งขัน					

## ส่วนที่ 6 ภูมิหลัง

โปรดทำเครื่องหมายกากบาทลงใน  ที่ตรงกับท่านมากที่สุดข้อเดียว

83. เพศ  1. ชาย  2. หญิง

84. อายุ ..... ปี

85. สถานภาพ  1. โสด  2. สมรส  3. อื่นๆ

86. ระดับการศึกษา  1. ไม่เกินปริญญาตรี  2. สูงกว่าปริญญาตรี

87. แฟนทีม  1. เอสซีจีเมืองทอง  2. บางกอกกลาสเอพซี  
 3. บุรีรัมย์เอพซี  4. บีอีทีโรตาสน  
 5. ชลบุรีเอพซี  6. อื่นๆ \_\_\_\_\_

88. ท่านเป็นแฟนคลับประเภท  1. บัตรตัวปี  2. บัตรสมาชิก  3. ทั่วไป

89. จำนวนปีที่ เป็นแฟนคลับในทีมข้อ 6  
 1. 1 ปี  2. 2 ปี  3. 3 ปี  
 4. 4 ปี  5. 5 ปี

90. ประสบการณ์ชมในการเป็นเจ้าบ้านฤดูกาล 2554 (ทั้งหมด 17 นัดต่อฤดูกาล) \_\_\_\_\_ นัดต่อฤดูกาล

## ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นายณัฐวุฒิ พลศรี
เกิดวันที่	15 มกราคม 2509
สถานที่เกิด	จังหวัดอุบลราชธานี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สัตวบาล) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

