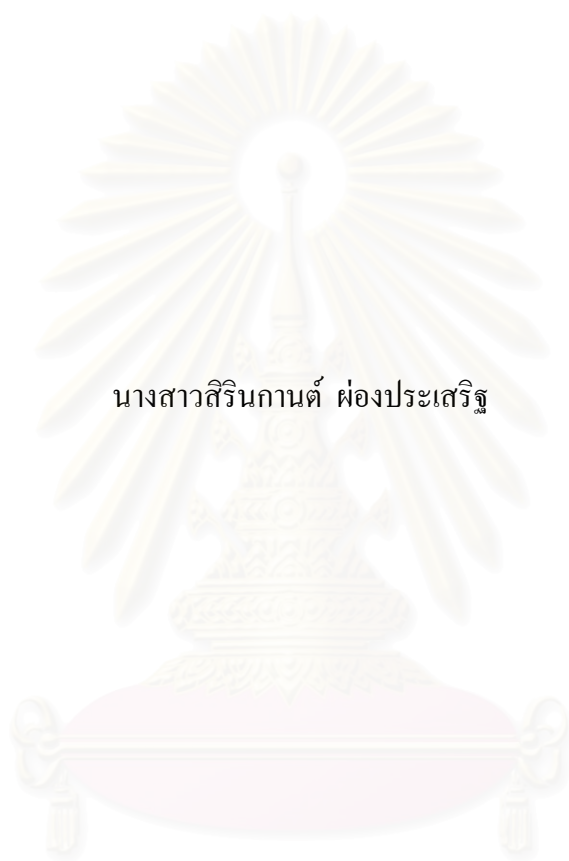


ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก



นางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

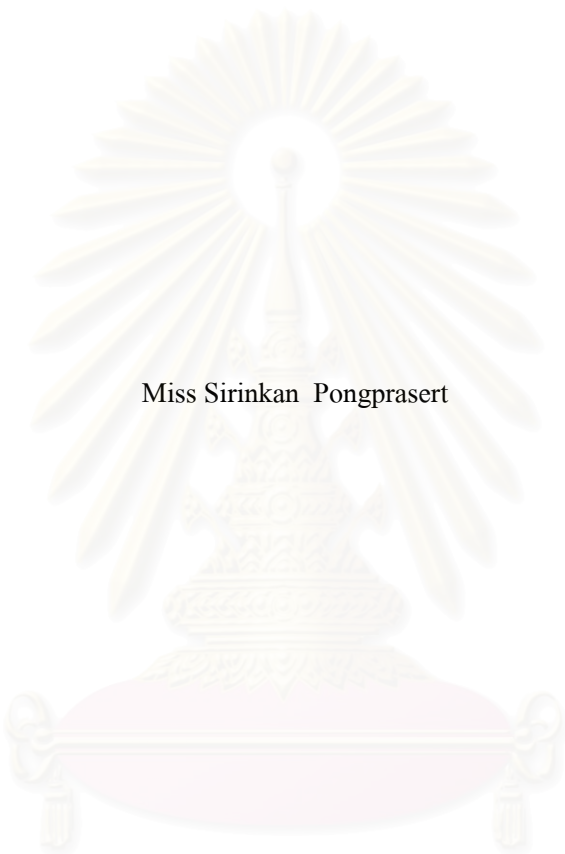
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

NEEDS FOR MARKETING MIX OF THAILAND PREMIER LEAGUE SPECTATORS



Miss Sirinkan Pongprasert

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

School of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ : ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก. (NEEDS FOR MARKETING MIX OF THAILAND PREMIER LEAGUE SPECTATORS) อ. ที่ปรึกษา : อาจารย์ดร.จุฬา ดิงศภัทย์, 95หน้า.

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลจำนวน 480 คน จากสนามสโมสรทีมเหย้า 16 สโมสร ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่า “ที” ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า

1. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องมีร้านอาหารของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย
2. การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่องจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคาร สถานที่สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา.....
ปีการศึกษา...2550.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....*จ. - ผ่องประเสริฐ*

4878616439 : MAJOR SPORTS MANAGEMENT

KEY WORD: NEED / MARKETING MIX / THAILAND PREMIER LEAGUE SPECTATORS/
SIRINKAN PONGPRASERT : NEEDS FOR MARKETING MIX OF THAILAND
PREMIER LEAGUE SPECTATORS .THESIS ADVISOR : JUTA TINGSABHAT ,
P.E.D. 95pp.

The purposes of this research were to study needs for marketing mix of Thailand premier league spectators and compare the needs for marketing mix of between male and female spectators. Samples were 480 spectators from 16 home team clubs. Questionnaires based on the needs for marketing mix were constructed and used as the research tool. The collected data were analyzed in terms of percentages , means , standard deviations and t-test by means of SPSS programs.

The results were as follows

1. The needs for marketing mix of Thailand premier league spectators , as overall , were at the high level excepts the needs for service places aspect in souvenir selling were at the low level.
2. In comparing the needs for marketing mix between male and female spectators , as overall , there were not significantly different excepts the service process aspect in short circuit television for replaying goal shooting and important plays and the physical evidence and presentation aspect in providing spectator rest areas and improving building and environment were significantly different at the .05 level.

Field of studySports Science....

Academic year....2007.....

Student's signature.....

Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาจากบุคคลต่างๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ

คุณสมศักดิ์และคุณรัตนา ผ่องประเสริฐ บิคมารดาของผู้วิจัย ที่ท่านคอยดูแลเอาใจใส่ช่วยเหลือและให้การสนับสนุนด้านการศึกษามาตลอดชีวิต

อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงสภักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำและชี้แนวทางที่มีประโยชน์มาโดยตลอด ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิม ชัยวัชรภรณ์ ที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำช่วงสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์และเสียสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุศลวิชิตชัย ที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำมาโดยตลอดและชี้แนวทางพิจารณาเครื่องมือการวิจัยและเสียสละเวลาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม ที่ท่านเสียสละเวลาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.รัชณี ขวัญบุญจันทร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิพนธ์ กิติกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐไชย สุขสะอาด และดร.พราม อินพรม ที่ท่านให้คำแนะนำและเสียสละเวลาพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

คุณสัมพันธ์ คำคม เจ้าหน้าที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ที่ได้ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือติดต่อประสานงานในการเก็บข้อมูล

คุณนิจธร สังข์ศิริรินทร์ คุณทศพล สังข์ศิริรินทร์ คุณรัชชชัย โชติวัฒนานนท์ คุณประยูร เป้าหนองบัว คุณเดชาวิทย์ พัววิไล คุณสรวิศ ผ่องประเสริฐ และคุณมเทศ ทาปาที่เป็นกำลังใจและคอยช่วยเหลือทำให้การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผ่านอุปสรรคต่างๆมาได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตงานวิจัย.....	4
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	5
คำจำกัดความของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินการสโมสรฟุตบอล	
การจัดการแข่งขันฟุตบอล และฟุตบอลอาชีพ.....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	18
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	18
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	21

บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
	การวิเคราะห์ทางสถิติ.....	22
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามเพศ อายุ และ สถานภาพครอบครัว.....	26
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	27
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามแฟนคลับ สโมสรฟุตบอล.....	28
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามการมา เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และความถี่ในการเข้าชม การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	29
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตาม อยากจะทำให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูกาล วันที่สะดวกในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เวลาที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล และราคาบัตรในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	30
	จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตาม เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกกับใคร และการทราบข้อมูล การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	31
	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสม ทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	37
	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสม ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์.....	38
	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสม ทางการตลาดด้านราคา.....	40
	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสม ทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ.....	41
	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสม ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด.....	42

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร.....	44
จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ.....	45
จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	47
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในรายด้าน.....	48
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง..	53
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	54
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	55
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	56
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	57
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	58
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	59

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)	
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกีระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	60
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกีระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในรายด้าน.....	61
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย ข้อเสนอแนะ.....	62
สรุปผลการวิจัย.....	62
อภิปรายผลการวิจัย.....	64
ข้อเสนอแนะ.....	68
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	69
รายการอ้างอิง.....	70
ภาคผนวก.....	73
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	95

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนตัวอย่างประชากร จำแนกตามสนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้า.....	19
2 จำนวนผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามสนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้าของสโมสรฟุตบอล	25
3 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามเพศ อายุ และสถานภาพครอบครัว.....	26
4 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	27
5 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามแฟนคลับสโมสรฟุตบอล.....	28
6 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามการมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	29
7 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตาม อยากจะให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูกาล วันที่สะดวกในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เวลาที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล และราคาบัตรในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	30
8 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตาม เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกกับใคร และการทราบข้อมูล การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	31
9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ความต้องการส่วนผสมทาง การตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก.....	32
10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ความต้องการส่วนผสมทาง การตลาดด้านผลิตภัณฑ์.....	38
11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ความต้องการส่วนผสมทาง การตลาดด้านราคา.....	40
12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ความต้องการส่วนผสมทาง การตลาดด้านสถานที่ให้บริการ.....	41

ตารางที่	หน้า
13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด.....	42
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร.....	44
15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ.....	45
16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ.....	46
17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในรายด้าน.....	48
18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง..	49
19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	54
20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	55
21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	56
22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	57
23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	58
24 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	59

ตารางที่		หน้า
25	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	60
26	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง ในรายด้าน.....	61



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ

หน้า

รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....

17



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ฟุตบอลในประเทศอังกฤษนั้น ได้ถือว่าเป็นต้นกำเนิดของกีฬาฟุตบอล ในแง่ของการพัฒนาที่ต่อเนื่องและสามารถจัดวางกฎเกณฑ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จนกระทั่งเข้าสู่ฟุตบอลอาชีพที่ประสบความสำเร็จ และมีชื่อเสียงทั่วโลก โดยได้มีการรับรองจากสมาคมฟุตบอลอังกฤษ ใน ค.ศ. 1885 (พ.ศ.2428) (นพดล เวชสวัสดิ์, 2537) ระบบลีกก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1888 (พ.ศ. 2431) โดยวิลเลียม แม็กเกรเกอร์ ซึ่งเป็นผู้อำนวยการสโมสรแอสตันวิลลา (ต่อมาเขาได้รับยกย่อง เป็น Father of The League หรือบิดาแห่งลีก) ได้เขียนจดหมายแนะนำสโมสรฟุตบอลอาชีพจัดตั้งลีกขึ้น เพื่อจัดการแข่งขันในแบบเหย้าและเยือน (Home and Away match) เนื่องจากสโมสรต้องรับภาระเสียค่าจ้างนักฟุตบอลและค่าใช้จ่ายอื่น (สุรพล คงลาภ, 2547)

ส่วนกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยนั้น เป็นที่รู้จักครั้งแรกโดยชาวยุโรปที่เข้ามาอาศัยในประเทศไทย และได้นำเอากีฬานี้มาเล่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนานในระยะเริ่มแรกทำให้ชาวไทยเกิดความสนใจตั้งแต่ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 ต่อมาสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระองค์ทรงส่งพระเจ้าลูกยาเธอ พระเจ้าหลานยาเธอ และข้าราชการไปศึกษาวิชาการด้านต่างๆ ในยุโรปที่ซึ่งมีความนิยมกีฬาฟุตบอล จึงได้นำกีฬาฟุตบอลกลับมาเผยแพร่ในประเทศไทย (พระยาศรีวิสารวาจา อ้างถึงใน สิทธิรัตนารักษ์, 2540)

พ.ศ. 2527 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดและดำเนินการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ชอกเกอร์ลีกเป็นครั้งแรก เพื่อชิงถ้วยพร้อมเงินรางวัล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะพัฒนาการจัดการแข่งขันในรูปแบบลีก และพัฒนามาตรฐานกีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ซึ่งการแข่งขันฟุตบอลรายการนี้ มีรูปแบบการจัดการแข่งขันเหมือนกับฟุตบอลอาชีพในประเทศอังกฤษ คือจัดการแข่งขันในลักษณะเหย้าเยือน และเก็บคะแนนสะสม แต่ละทีมใช้สนามของตนเองจัดการแข่งขันเมื่อเป็นทีมเหย้า แต่ในประเทศไทยได้มีการปรับรูปแบบการแข่งขัน คือสำหรับทีมที่อยู่ในกรุงเทพฯ จะใช้สนามกลางในการแข่งขัน อีกทั้งเมื่อแข่งขันจนครบแล้วให้นำทีมที่ได้คะแนนสูงสุด 1-4 มาแข่งขันในรอบรองเพื่อหาผู้ชิงชนะเลิศ ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ได้จัดการแข่งขันอีกครั้ง แต่หลังจากปีนี้ก็ไม่ได้จัดอีกเนื่องจากประสบปัญหาต่างๆ อย่างมาก ดังเช่นเกี่ยวกับงบประมาณในการจัดดำเนินการ การขอเลื่อนการแข่งขันอีกทั้งบางทีมไม่ยอมเป็นทีมเหย้าในการแข่งขันต่อเนื่องจาก

ทีมของตนเอง ไม่สามารถที่จะเข้ารอบไปแข่งขันในรอบรองชนะเลิศได้ เป็นต้น (สิทธิ รัตนราษี, 2540)

พ.ศ. 2534 นับเป็นก้าวสำคัญที่ทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ พยายามจัดฟุตบอลอาชีพครั้งแรก โดยการจัดการแข่งขันฟุตบอลครั้งนี้ มีลักษณะที่เรียกว่าเป็น “กึ่งอาชีพ” ก่อนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่ฟุตบอลอาชีพต่อไป และได้เรียกการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์แชมเปียนชิพ” ซึ่งการแข่งขันรายการนี้ นักฟุตบอลแต่ละทีมจะต้องจดทะเบียนเป็นนักฟุตบอลอาชีพกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ทีมละ 3 คน อีกทั้งสามารถนำนักฟุตบอลชาวต่างชาติมาร่วมทีมด้วยได้ มีเงินรางวัลให้กับทีมฟุตบอลที่ชนะในแต่ละนัดถึงประมาณ 100,000 บาท และทีมแพ้ 50,000 บาท เพื่อให้ให้นักฟุตบอลเล่นกันให้สมกับฟุตบอลอาชีพจริง (ประ โยค สุทธิสง่า, 2538)

พ.ศ. 2539 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยร่วมกับภาคเอกชนได้จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นอีกครั้ง โดยเรียกโครงการแข่งขันนี้ว่า “การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีก พ.ศ. 2539” (จอห์นนี่วอล์กเกอร์ไทยแลนด์ลีก) หรือการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย, 2539) การแข่งขันครั้งนี้ มีทีมสมาชิกสโมสรในประเทศไทยร่วมการแข่งขันจำนวน 18 สโมสร ได้แก่ สโมสรทหารอากาศ สโมสรสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ สโมสรสินธนา สโมสรการทำเรือแห่งประเทศไทย สโมสรโอสถสภา สิงห์เทโร – ศาสนะเอฟซี สโมสรธนาคารกรุงเทพ สโมสรองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ราชนาวิสโมสร สโมสรธนาคารกรุงเทพ พาณิชยกรรม สโมสรยูคอมราชประชา สโมสรตำรวจ สโมสรธนาคารกสิกรไทย สโมสรฟุตบอลราชวิถี (อัลฟาเทค) สโมสรทหารบก สโมสรธนาคารกรุงไทย สโมสรพนักงานยาสูบ และสิงห์ธำรงไทยสโมสร

สรุปได้ว่า นับตั้งแต่ พ.ศ. 2527- 2528 ได้มีการจัดแข่งขันฟุตบอลในรูปแบบลีก เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ พ.ศ. 2534-2535 ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลกึ่งอาชีพขึ้น นอกจากนั้นในแต่ละปีก็มีการจัดรายการแข่งขันต่างๆอีก ทำให้นักฟุตบอลได้มีโอกาสในการเล่นและพัฒนาความสามารถมาโดยตลอด จนกระทั่งได้มีการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีกที่นับเป็นฟุตบอลอาชีพขึ้นเป็นครั้งแรก ซึ่งประสบปัญหาด้านการจัดดำเนินการ ด้านสนาม อุปกรณ์ และเครื่องอำนวยความสะดวกในการแข่งขันและด้านงบประมาณและสวัสดิการ (สิทธิ รัตนราษี, 2540)

ในปี พ.ศ. 2542 กีฬาฟุตบอลซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมจากประชาชนทั่วประเทศมากที่สุด ได้รับการพิจารณาให้เป็นกีฬานำร่อง เพื่อพัฒนาไปสู่กีฬาอาชีพอย่างมีมาตรฐานได้ จากการสำรวจความพร้อมเบื้องต้นการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเป็นกีฬานำร่อง จาก 16 จังหวัดในส่วภูมิภาค และจาก 12 สโมสรในส่วนกลาง ปรากฏว่าผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการฯ จำนวน 12 ทีม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม สุพรรณบุรี นครสวรรค์ เชียงใหม่ นครราชสีมา อุตรธานี ศรีสะเกษ สุราษฎร์ธานี สงขลา สตูล และปัตตานี ซึ่งดำเนินการจัดการแข่งขันโดยการ

กีฬาแห่งประเทศไทยร่วมกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ได้กำหนดใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์ โปรวินเชียล ฟุตบอล ลีก” ซึ่งเป็นการแข่งขันฟุตบอลไปสู่อาชีพ ของประเทศไทย

ต่อมาการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกหรือการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์โปรวินเชียลฟุตบอลลีกหรือการแข่งขันฟุตบอลอาชีพโปรเฟสชันแนลลีกก็ยังคงดำเนินการแข่งขันควบคู่กัน ซึ่งก็เต็มไปด้วยเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชน เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2549 นายประชา มาลินนท์ รักษาการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นายดิรัชช วุฒิชธรรม ประธานจัดการแข่งขันฟุตบอลโปรเฟสชันแนลลีก หรือ โปรลีก และนายเฉลิมชัย บุญฤกษ์ รักษาการผู้ว่าการการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) พร้อมด้วยคณะกรรมการจัดการแข่งขันฟุตบอลโปรลีก ร่วมกันหารือถึงความเป็นไปได้ในการรวมลีกฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือไทยลีก ของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ กับฟุตบอลโปรลีก ของ กกท. ให้เป็นลีกสูงสุดลีกเดียวของประเทศ ที่ห้องประชุมกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ปัจจุบันการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นลีกสูงสุด จะยึดในรูปแบบของเหย้าเยือนเป็นสำคัญ มีสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมด 16 ทีม ซึ่งเป็นการรวมกันระหว่างไทยลีกเดิม 12 ทีม โปรลีก 1 อีก 2 ทีม และดิวิชั่น 1 อีก 2 ทีม ซึ่งประกอบไปด้วยสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันดังนี้ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลไอศตภาเอ็ม-150 สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน สโมสรฟุตบอลพนักงานยาสูบ สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลทหารบก สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงไทย สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาไทยฮอนด้า สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สโมสรฟุตบอลตำรวจ สโมสรฟุตบอลราชนาวีสโมสร สโมสรฟุตบอลองค์การโทรศัพท์ ทีไอที และ สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม

จากความเป็นมาทั้งหมดของฟุตบอลลีกในประเทศไทยจนถึงปัจจุบันนี้ก็ยังไม่เป็นฟุตบอลอาชีพเท่าที่ควร และยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่เสมอ เนื่องจากผู้วิจัยมีความเห็นว่า ฟุตบอลลีกต่างประเทศมีความเป็นอาชีพและประชาชนที่สนใจฟุตบอลในประเทศไทยต่างก็ชื่นชอบและคลั่งไคล้ลีกต่างประเทศมากกว่า ซึ่งฟุตบอลอาชีพจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่น มีการจัดการที่ดี และมีการตลาดที่ดี ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดนั้น บิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่าไว้ว่า มีปัจจัยที่สำคัญอยู่ 7 ประการ (7P's) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)

6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical: Evidence & Presentation)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาเรื่องความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เพื่อจะได้รับทราบและเป็นแนวทางในการที่จะเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ขอบเขตงานวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ
ผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในรอบแรกซึ่งจัดการแข่งขันในปี พ.ศ.2550 โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
2. การวิจัยมุ่งสำรวจความต้องการส่วนผสมทางการตลาด(7P's)ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกซึ่งมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้
 - 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
 - 2.2 ด้านราคา (Price)
 - 2.3 ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)
 - 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
 - 2.5 ด้านบุคลากร (People)
 - 2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

2.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical: Evidence & Presentation)

ข้อตกลงเบื้องต้น

ผู้วิจัยถือว่าข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ และตรงกับความเป็นจริง

คำจำกัดความของการวิจัย

ความต้องการ หมายถึง ความรู้สึกอยากจะได้ อยากจะให้ดีขึ้น ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ผู้ชม หมายถึง บุคคลที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดูการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนผสมที่ประกอบขึ้นจากปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการสร้างการตลาดฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม ซึ่งส่วนผสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ความรู้สึกอยากได้ อยากให้ดีขึ้นทางส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก สโมสรฟุตบอล นักฟุตบอล

ราคา หมายถึง การกำหนดราคาบัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

สถานที่ให้บริการ หมายถึง สนามเหย้า หรือสนามฟุตบอลที่ใช้ในการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก รวมถึง สถานที่อันอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าชม

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และการจัดกิจกรรมต่างๆ

บุคลากร หมายถึง ผู้ปฏิบัติกิจกรรมหรือบุคลากรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการดำเนินการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

กระบวนการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การสร้างคุณภาพสนามฟุตบอล การให้รูปแบบการบริการในสนามฟุตบอล

กีฬาฟุตบอล หมายถึง กีฬาที่มีการนำลูกบอลไปยังประตูฝ่ายตรงข้าม โดยใช้อวัยวะทุกส่วนของร่างกาย ยกเว้นมือ มีกฎ กติกา โดยแบ่งผู้เล่นออกเป็น 2 ฝ่ายๆละ 11 คน

ระบบลีก หมายถึง แข่งขันแบบพบกันหมด ระบบเหย้า - เยือน เพื่อเก็บสะสม คะแนนจัดอันดับ

การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หมายถึง การจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย ซึ่งจัดและดำเนินการโดยสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับภาคเอกชนซึ่งจะทำการแข่งขันแบ่งเป็น 2 รอบ มี 16 สโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขัน ซึ่งประกอบ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลโอสถสภา เอ็ม-150 สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน สโมสรฟุตบอลพนักงานยาสูบ สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลทหารบก สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงไทย สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาไทยฮอนด้า สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สโมสรฟุตบอลตำรวจ สโมสรฟุตบอลราชनावีสโมสร สโมสรฟุตบอลองค์การโทรศัพท์ ทีโอที และสโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม

สโมสรฟุตบอล หมายถึง กลุ่มขององค์กรหรือสมาคมกีฬาจังหวัดได้จัดตั้งชมรมฟุตบอลโดยขึ้นอยู่กับการบริหารขององค์กรหรือสมาคมกีฬาจังหวัดนั้น

นักฟุตบอล หมายถึง นักกีฬาฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

สนามเหย้า หมายถึง สนามของสโมสรฟุตบอลทีมเจ้าบ้านที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ในนัดเหย้า

แฟนคลับ หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความสนใจและชื่นชอบในสโมสรฟุตบอลนั้นๆ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการวางแผน และปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกให้มีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของประชาชนมากขึ้น

2. เพื่อให้ผู้บริหารสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ได้ทราบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เพื่อจะได้ปรับปรุงฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกให้มีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบและเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งได้เรียบเรียงไว้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์
2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินการสโมสรฟุตบอล การจัดการแข่งขันฟุตบอลและฟุตบอลอาชีพ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

ความต้องการเป็นสภาวะของความรู้สึกลึกซึ้ง หรือความอยากได้ในบางสิ่งบางอย่าง หรือความต้องการกระทำในบางอย่าง หรือกำลังขาดในสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จำเป็นสำหรับชีวิต (Drever, 1952) ซึ่งความต้องการเป็นมูลเหตุจูงใจอันสำคัญของบุคคลที่เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์ต้องต่อสู้ดิ้นรน โดยมีความทะเยอทะยาน มีอารมณ์ ความนึกคิด ความหวัง และความภูมิใจ ซึ่งขนาดแห่งความต้องการของมนุษย์แต่ละคนมีไม่เท่ากันเพราะแต่ละคนมีความต้องการต่างกัน (สมพงษ์ เกษมสิน, 2521) ซึ่งความแตกต่างกันระหว่างบุคคล (Individual difference) คือบุคคลมีความแตกต่างกันจะทำให้มีความสนใจ ความต้องการ ความชำนาญ ทักษะ และความสามารถที่แตกต่างกันออกไป ความแตกต่างกันของบุคคลจำแนกออกได้เป็นลักษณะต่างๆ ดังนี้ (นิภา แก้วศรีงาม, 2527)

1. ความแตกต่างกันในสรีระทางร่างกาย ซึ่งสามารถจะเห็นได้ชัดเจน เช่น ผิวขาว ผิวดำ อ้วน ผอม สูง ฯลฯ
2. ความแตกต่างกันในด้านสติปัญญาและความสามารถพิเศษ ความแตกต่างกันในด้านนี้ส่วนใหญ่มาจากพันธุกรรม และมีปัจจัยเสริมทางด้านสิ่งแวดล้อมและการอบรมเลี้ยงดูที่คนเราได้รับการส่งเสริมที่แตกต่างกัน

3. ความแตกต่างกันในเรื่องของอารมณ์ ความมั่นคงทางอารมณ์ของบุคคลจะอยู่ในระดับที่ต่างกันตามการอบรมเลี้ยงดูที่แต่ละคนได้รับมา

4. ความแตกต่างกันทางสังคม ซึ่งรวมถึงความแตกต่างด้านเชื้อชาติ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และภาษา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้บุคคลมีคุณลักษณะที่ต่างกัน มีการรับรู้และการมองโลกที่ต่างกันออกไปตามวัฒนธรรม เชื้อชาติ เศรษฐกิจ และภาษาของตน

5. ความแตกต่างกันในด้านเพศ ชายและหญิงมีความแตกต่างกันในหลายด้านตั้งแต่โครงสร้างสรีระ ความต้องการ ความคิดเห็น ทักษะคติ ความเชื่อ ฯลฯ

6. ความแตกต่างกันในด้านความรู้และประสบการณ์ ความแตกต่างกันในด้านนี้ขึ้นอยู่กับโอกาสของบุคคลที่ได้รับการศึกษา การเรียนรู้ การฝึกประสบการณ์มากน้อยเพียงใด

ความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow, 1987 อ้างถึง มาลี ใหญ่สูงเนิน, 2535) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นไว้ 5 ขั้น เรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1. ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ ความต้องการพื้นฐานนี้ต้องได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงจะพัฒนาความต้องการในระดับต่อไป

อันดับที่ 2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) คือ มนุษย์ต้องการที่จะรักษาชีวิตและทรัพย์สินของตนเองให้ปลอดภัย ถ้าความต้องการนี้ไม่ได้รับการตอบสนองมนุษย์จะเกิดความกลัว

อันดับที่ 3. ความต้องการด้านความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) คือ ความรู้สึกที่ตนเองเป็นเจ้าของ เช่น มีครอบครัว มีสถาบัน และต้องการความรักความห่วงใยจากผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการที่จะรักและห่วงใยผู้อื่น

อันดับที่ 4. ความต้องการที่จะเห็นคุณค่าของตนเอง (Esteem Needs) คือ ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยอมรับนับถือจากคนอื่น การยอมรับนับถือตนเอง มองเห็นคุณค่าของตนเอง

อันดับที่ 5. ความต้องการที่จะเป็นคนโดยสมบูรณ์ (Self actualization Needs) คือ ความต้องการที่จะปฏิบัติตนเอง หรือพัฒนาตนเองให้เป็นคนได้อย่างถึงที่สุด

มาสโลว์ได้กล่าวเน้นว่า ความต้องการต่าง ๆ เหล่านี้ต้องเกิดเป็นลำดับขั้น และจะไม่มีการข้ามขั้น ถ้าขั้นที่ 1 ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการในลำดับขั้นที่ 2-5 ก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ การตอบสนองที่ได้รับในแต่ละขั้นไม่จำเป็นต้องได้รับทั้ง 100% แต่ต้องได้รับบ้างเพื่อจะได้เป็นบันไดนำไปสู่การพัฒนาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นในลำดับขั้นต่อไป

ในปี ค.ศ.1997 คอทเลอร์ (Kotler, 1997 อ้างถึงใน ต้อมจิต วรพุทธพร, 2543) ได้จัดระดับความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. Need คือ ความต้องการที่เป็นการแสวงหาความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ความปลอดภัย ศักดิ์ศรี ความต้องการระดับสังคมและนักการตลาดไม่ได้เป็นผู้สร้าง กล่าวคือเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนมีเหมือนกัน

2. Want คือ ความปรารถนาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่เฉพาะเจาะจงจากความต้องการขั้นพื้นฐานของเรา เช่น เมื่อเราหิวเราระบุว่าอยากทานแฮมเบอร์เกอร์ อยากทานข้าว อยากทานกล้วยเดี่ยว

3. Demand คือ ความต้องการที่ระบุเป็นสินค้าที่ชัดเจนลงไปเพื่อตอบสนองความต้องการ (want) โดยมีปัจจัยที่นำมาประกอบเพิ่มเติมคือความสามารถที่จะซื้อและเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness to Buy) เช่น เราอยากได้และระบุว่าจะต้องเป็นรถเบนซ์ เราหิวและระบุว่าจะอยากไปทานพิซซ่าที่พิซซ่าฮัท หรือเราอยากได้กระเป๋าก็ต้องเป็นกระเป๋าของหลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) หรือ กุชชี (Gucci) เท่านั้น และเพื่อบรรลุความต้องการในระดับนี้ เราก็ต้องมีเงินพอที่จะหาซื้อสินค้าเหล่านี้ได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

ในปี ค.ศ.1981 บิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) สร้างรูปแบบของส่วนผสมทางการตลาด “7P’s” ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจ และความต้องการของมนุษย์ซึ่งมี 2 ประเภทคือ สิ่งที่มีตัวตนได้ (Tangible) และสิ่งที่มีตัวตนไม่ได้ (Intangible) เมื่อการบริการได้เข้ามามีบทบาททางการตลาดจึงทำให้สิ่งที่มีตัวตนไม่ได้ (Intangible) กลายเป็นส่วนสำคัญสำหรับการเสนอทางการตลาด ประกอบด้วย สินค้า คุณภาพ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า บริการ การสนับสนุน การรับประกัน ฯลฯ

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปแบบของเงินตรา ประกอบด้วย ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมให้ การบัญชี ฯลฯ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง การจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ฯลฯ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่าย และตลาดเป้าหมาย เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายตรง การขาย สื่อ ฯลฯ

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน หมายถึง บุคลากรหรือพนักงานที่จำเป็นต้องสร้างค่านิยมและการยอมรับให้กับการตลาดหรือบริษัท ประกอบด้วย บุคลากรที่มีความรู้ ลูกจ้าง ผู้จัดการ ฯลฯ

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการบริการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ประกอบด้วย ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ กลไก กิจกรรม(กระบวนการในการจัดการกลุ่มลูกค้า) ฯลฯ

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง ความสามารถและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของการบริการอันส่งผลให้เกิดศักยภาพด้านความพึงพอใจแก่ลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7P's เพื่อสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรคือบุคคลด้านความบันเทิงจะมีดนตรีได้แก่แนวเพลง ดนตรี

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในแบบของตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจากผลิตภัณฑ์ (Product) ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากองค์กรไปยังตลาด

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal Selling)

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน ที่ต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันี่คู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาและความสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management , TQM) ตัวอย่างเช่น ภายในโรงพยาบาลยนตร์ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการในการชมภาพยนตร์ เพื่อสร้าง

คุณค่าให้กับลูกค้า (Customer Value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดหรือผลประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ (Customer satisfaction)

ซึ่งในการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องปฏิบัติโดยการเพิ่มข่าวสาร การทำให้เกิดความสนใจ การกระทำอันทำให้เกิดความอยากที่จะชม และการเริ่มมีส่วนร่วม (Mullin, B.J., Hardy, S. and Sutton, W.A., 2000)

วัตต์ (Watt, 2006) กล่าวว่า ส่วนผสมการตลาดแบบดั้งเดิมประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนแนวความคิดสมัยใหม่ก็จะมี的增加 “ P ” s ซึ่งในรูปแบบใหม่ก็จะเป็นบุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการให้บริการ (Process) โดยมีความหมายดังนี้

1. บุคลากร (People) คือ ภูเขาทางการตลาดที่สำคัญในการติดต่อทางการตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้

2. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ พื้นที่ในลักษณะนี้จะเป็นขนาดใหญ่ที่ลูกค้าได้เห็นและเกิดทัศนคติที่อยากจะทำให้กลับมาอีกในอนาคต

3. กระบวนการให้บริการ (Process) คือ จะเป็นการให้บริการอย่างมีคุณภาพ การบริการที่ดีจะช่วยเพิ่มผลกำไรในการตลาดและยังให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า

3. แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินการสโมสรฟุตบอล การจัดการแข่งขันฟุตบอล และฟุตบอลอาชีพ

ความเจริญก้าวหน้าของฟุตบอลนานาชาติได้แผ่ขยายไปอย่างกว้างขวางมากทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาใต้ มีกีฬาฟุตบอลอาชีพควบคู่ไปกับการแข่งขันฟุตบอลสมัครเล่น ฟุตบอลอาชีพได้มีกันอย่างจริงจังในอังกฤษ มีการซื้อ ขาย แลก เปลี่ยนตัวนักฟุตบอลกันเป็นประจำ ทำให้ค่าตัวของนักฟุตบอลอังกฤษสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังถ่ายทอดโทรทัศน์การแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศให้ชาวโลกได้ชมด้วย ยิ่งทำให้ฟุตบอลของอังกฤษรู้จักกันไปทั่วโลก ค่าตัวนักฟุตบอลขยับสูงขึ้นเป็นเงาตามตัวนอกจากจะสูงแล้ว อังกฤษยังมีตำแหน่งทางฟุตบอลให้เป็นท่านเซอร์อีกด้วย เช่น ท่านเซอร์ แสตนด์เลย์ แมททิว ปีกขวาตัวกลางของอังกฤษ และอีกท่านหนึ่งก็คือ ท่านเซอร์ บ็อบบี้ ชาร์ลตัน ศูนย์หน้าตัวดังของอังกฤษเช่นกัน ผู้เล่นในดิวิชั่นของอังกฤษจะมีรายได้ปีหนึ่งประมาณ 200,000 บาท ในอเมริกาใต้ นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง ที่ขุดทองด้วยลำแข้ง เปลี่ยนฐานะจากหน้ามือเป็นหลังมืออย่างรวดเร็ว เช่น เปเล่

ราชาไข่มุกดำของบราซิล นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลก จากเด็กเลี้ยงแกะกลับกลายเป็นมหาเศรษฐีและเป็นบุคคลสำคัญของประเทศ จากการยกย่องของประชาชนชาวบราซิล เมื่อครั้งต่างชาติมาซื้อตัวเปเล่ แต่เปเล่ไม่ยอมไปซึ่งผิดกับนักฟุตบอลคนอื่นๆ เช่น เปเป่ การ์รินฮา วาว่า ดีดี ฯลฯ ทำให้ประชาชนชาวบราซิลรักใคร่เขามากถึงกับซื้อรถยนต์แบบประธานาธิบดีให้เปเล่ด้วย (ประโยค สุทธิสง่า, 2538)

ปัจจัยในการจัดการทีมกีฬาให้ประสบความสำเร็จ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆดังนี้ (Lewis, 1985)

1. การจัดการด้านบุคลากร เช่น การคัดเลือกและการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น
2. การจัดการโปรแกรม เช่น การกำหนดตารางแข่งขันและฝึกซ้อม การจัดงบประมาณ และการบริหารการเงิน เป็นต้น
3. การจัดการด้านการตลาด เช่น การแนะนำสโมสร การบริการ การเพิ่มเงินทุน การส่งเสริมการขายตัวชมการแข่งขัน เป็นต้น
4. การจัดการเกี่ยวกับสื่อและข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ การสมัครสมาชิกทางคอมพิวเตอร์ หรือทางโทรทัศน์ เป็นต้น
5. การจัดการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การทำสัญญาหรือตกลงกับผู้สนับสนุน สโมสรหรือเจ้าของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

ปรีชา เพ็ชรวงศ์ (2534 อ้างถึงใน สิทธิ รัตนราชิ, 2540) กล่าวว่า ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลให้เกิดผลสำเร็จจุล่งนั้นคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลควรปฏิบัติ ดังนี้

1. กรรมการอำนวยการ
 - 1.1 เป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการจัดการแข่งขัน
 - 1.2 ให้ข้อเสนอแนะวิธีการจัดการแข่งขัน
 - 1.3 หาทางสนับสนุนการจัดการแข่งขันสำเร็จจุล่งตามวัตถุประสงค์
2. กรรมการจัดการแข่งขัน
 - 2.1 จัดทำระเบียบแข่งขัน
 - 2.2 กำหนดวันประชุมผู้จัดการทีม
 - 2.3 จัดเตรียมเอกสารการประชุม
 - 2.4 ทำหนังสือเชิญประชุมผู้จัดการทีม วันเปิด – วันปิด
 - 2.5 จัดเด็กเก็บบอลข้างสนาม
3. ฝ่ายแพทย์และพยาบาล
 - 3.1 จัดแพทย์และพยาบาลประจำสนามแข่งขัน
 - 3.2 จัดโรงพยาบาลเพื่อรักษา กรณีเกิดการบาดเจ็บ

- 1.3 จัดหารถพยาบาลประจำสนามแข่งขัน
- 1.4 จัดเปลสนามและคนเปล
- 1.5 จัดหา ยา เวชภัณฑ์ ประจำสนามแข่งขัน
2. ฝ่ายพิธีการ
 - 2.1 กำหนดการแสดงวันเปิด – วันปิด การแข่งขัน
 - 2.2 จัดหาและเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในพิธีเปิด – ปิด
3. ฝ่ายเลขาธิการ
 - 3.1 จัดเอกสารด้านเตรียมงานต่างๆ
 - 3.2 จัดถ้วยรางวัล เหรียญรางวัล โล่รางวัล และของที่ระลึกต่างๆ
 - 3.3 จัดพิมพ์บัตรผ่านประตูและบัตรเชิญ
 - 3.4 ติดต่อประสานงานทุกฝ่าย
 - 3.5 ออกหนังสือเชิญประชุม จัดห้องประชุม
4. ฝ่ายสนามแข่งขัน
 - 4.1 จัดหาสนามแข่งขัน พร้อมอุปกรณ์การแข่งขัน
 - 4.2 จัดหาชุดแข่งขันสำรอง 2 ชุด ชุดผู้ตัดสินสำรอง 4 ชุด (ไม่ใช่สีดำ)
5. ฝ่ายรักษาความปลอดภัย
 - 5.1 จัดกำลังตำรวจ ทหาร รักษาการณ์ในสนามแข่งขัน
 - 5.2 จัดกำลังตำรวจอารักขาผู้ตัดสินในสนามแข่งขันและห้องพัก
 - 5.3 จัดให้ความสะดวกในด้านจราจร การจอดรถ ทั้งภายในและภายนอกสนามแข่งขัน
6. ฝ่ายผู้ตัดสิน
 - 6.1 จัดผู้ตัดสินทำหน้าที่ในวันแข่งขัน
 - 6.2 จัดทำบันทึกการเล่น ออกหนังสือการถูกคาดโทษ ไล่ออก ไปให้ทีมทราบ
 - 6.3 จัดทำสรุปผลการแข่งขัน ให้ฝ่ายเลขานุการการจัดการแข่งขันทราบ
 - 6.4 จัดทำสรุปสถิติการตัดสินของผู้ตัดสินของผู้ตัดสินทุกคนให้ฝ่ายเลขานุการ
 - 6.5 แจ้งชื่อผู้ตัดสินประจำวันให้ฝ่ายเลขานุการทราบล่วงหน้า
7. ฝ่ายพิจารณามารยาท – วินัย
 - 7.1 เป็นประธานในการประชุมพิจารณาโทษผู้เล่น
 - 7.2 ต้องเข้าใจระเบียบการแข่งขันเป็นอย่างดี
 - 7.3 ติดตามการแข่งขันว่าผู้เล่นคนใดถูกไล่ออก แล้วออกหนังสือถึงผู้จัดการทีม
 - 7.4 กำหนดวันประชุม สถานที่ เวลา
 - 7.5 รวบรวมรายชื่อผู้เล่นที่ถูกใบเหลือง – ใบแดง

- 7.6 เมื่อประชุมพิจารณาโทษแล้วต้องออกหนังสือแจ้งให้ทุกทีมทราบ
8. พิธีกรรมการแข่งขัน
- 8.1 ประกาศกำหนดการแข่งขันให้ผู้ชมได้รับทราบในแต่ละวัน
- 8.2 ประกาศสรุปผลการแข่งขันให้ผู้ชมได้รับทราบ
- 8.3 ประกาศรายชื่อผู้ลงแข่งขันของทีมต่างๆ
9. กรรมการพิจารณารางวัล “นักฟุตบอลยอดเยี่ยม”
- 9.1 เป็นประธานในการประชุมพิจารณานักฟุตบอลยอดเยี่ยม
- 9.2 ติดตามผลการแข่งขันทุกครั้ง ทุกทีม คู่ผู้เล่นเด่น
- 9.3 รวบรวมคะแนนความสามารถของแต่ละคนจากกรรมการพิจารณา
- 9.4 พิจารณาผู้เล่นยอดเยี่ยมแล้วแจ้งให้พิธีกรทราบเพื่อประกาศ

ในการดำเนินการจัดรูปแบบทีมควรคำนึงถึงผู้เล่นที่มีศักยภาพและมีผู้สมัครเพียงพอที่สามารถดูแลสโมสร ซึ่งการดำเนินการสโมสรฟุตบอลควรประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ (Howie, 2004)

1. เริ่มต้นโดยการเข้าร่วม ทุกสโมสรสามารถเข้าร่วมของแต่ละสมาคมฟุตบอลจังหวัด (County Football Association : County FA) ซึ่งจะได้รับการมาตรฐานและกฎระเบียบที่ถูกต้อง อีกทั้งยังมีการประกันอย่างมีคุณภาพและระบบเครือข่ายการรักษาความปลอดภัยเพื่อช่วยเหลือนักกีฬาฟุตบอล สโมสร สำนักงาน และการบริหาร ทั้งตลอดการแข่งขัน ดังจะเห็นได้จากผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมสมาคมฟุตบอลจังหวัดดังนี้

- 1.1 เป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างของการแข่งขันระดับชาติจากระดับรากหญ้าขึ้นไป
- 1.2 การมีสิทธิเข้าร่วมแข่งขันในสมาคมฟุตบอลจังหวัด
- 1.3 การฝึกฝนให้มีระเบียบวินัยและความยุติธรรม
- 1.4 โอกาสการขอสมัครเพื่อเข้ารับความช่วยเหลือและกองทุนจากสมาคมฟุตบอลอังกฤษ
- 1.5 เข้าถึงข้อมูลและคำแนะนำจาก
- 1.5.1 บุคลากรสมาคมฟุตบอลจังหวัด
- 1.5.2 ผู้จัดการเขตฝ่ายพัฒนาของสมาคมฟุตบอลอังกฤษ
- 1.5.3 ผู้จัดการเขตฝ่ายสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสมาคมฟุตบอลอังกฤษ
- 1.6 โอกาสที่จะได้แนวโน้มการยอมรับตามความเหมาะสมและมีการประกันภัยอุบัติเหตุส่วนบุคคลโดยครอบคลุมถึงสโมสร ทีม นักฟุตบอล

1.7 ได้รับข้อมูล สิ่งตีพิมพ์และเงินทุนจากสมาคมฟุตบอลอังกฤษและสมาคมฟุตบอล จังหวัด

1.8 โอกาสที่จะเข้าร่วม โครงการการพัฒนาฟุตบอลของสมาคมฟุตบอลอังกฤษ

1.9 โอกาสที่จะสร้างภาพลักษณ์สโมสรในการพัฒนาในอนาคตของการแข่งขันที่เป็นที่รู้จักทั้งสมาคมฟุตบอลจังหวัดและสมาคมฟุตบอลอังกฤษ

2. การติดต่อบุคลากรเพื่อขอรับความช่วยเหลือในการพัฒนาสโมสร และพัฒนาทีม
3. การบริหารสโมสร
4. การจัดการด้านการเงิน
5. ผู้สนับสนุน และการตลาด
6. การแก้ปัญหา
7. การสนับสนุนอาสาสมัคร
8. การพัฒนาและความก้าวหน้าในอนาคต
9. สุขภาพและความปลอดภัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เพชรรัตน์ หิรัญชาติ (2530) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการการจัดบริการด้านออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสมรรถภาพของบุคลากรในหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร มีความต้องการการจัดบริการด้านการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพและสมรรถภาพทางกายด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านผู้ให้บริการออกกำลังกาย ได้แก่ ความต้องการบุคลากรที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีทุกฝ่าย ความต้องการบุคลากรที่มีมารยาทเรียบร้อย มีน้ำใจนักกีฬา มีศีลธรรมจรรยาบรรณสูง อารมณ์มั่นคงประพฤติดี ความต้องการบุคลากรเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ

2. ด้านสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ความต้องการด้านสถานที่สำหรับห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย ห้องทำความสะอาดร่างกายอย่างเพียงพอ และต้องการสถานที่ออกกำลังกายที่แยกเป็นสัดส่วน

3. ด้านการทดสอบสมรรถภาพ ได้แก่ ความต้องการตรวจด้วยการเอกซ์-เรย์ เป็นประจำทุกปี

4. ด้านวิชาการ ได้แก่ ความต้องการรู้ด้านโภชนาการ หลักการพยาบาล และความปลอดภัย และความต้องการความรู้เกี่ยวกับเทคนิคและทักษะการออกกำลังกาย

5. ด้านกิจกรรมการออกกำลังกาย ได้แก่ ว่ายน้ำ แบดมินตัน ศิลปะป้องกันตัว

6. ด้านช่วงเวลาในการออกกำลังกาย ได้แก่ ความต้องการออกกำลังกายวันเสาร์-อาทิตย์ และต้องการออกกำลังกายช่วงเวลา 16.00-18.00 น. และ 18.00-20.00 น. ของทุกวัน

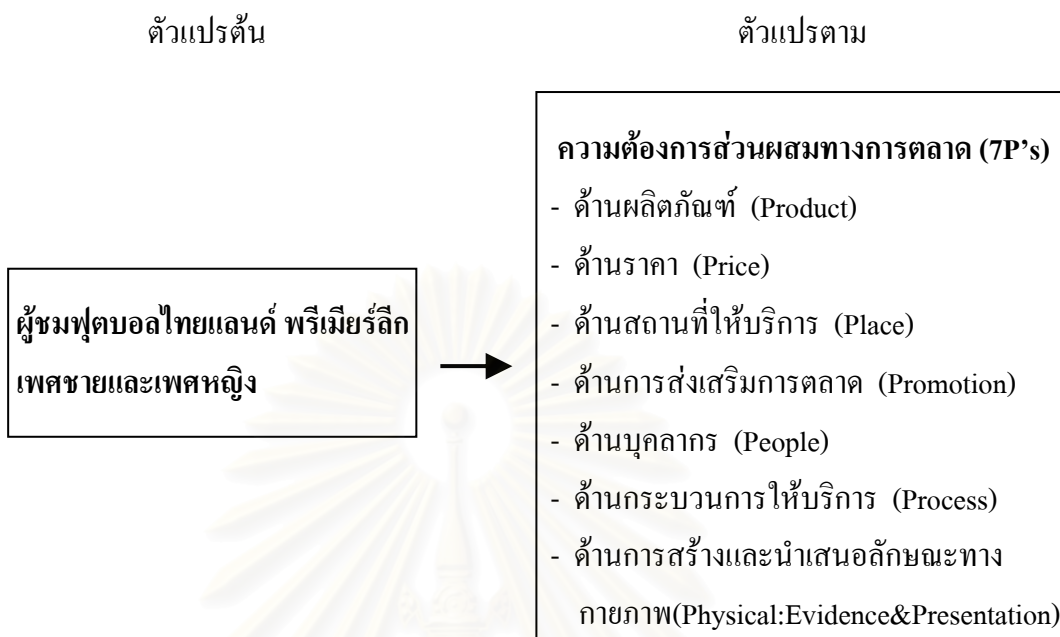
การเปรียบเทียบความต้องการการจัดบริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสมรรถภาพทางกายระหว่างบุคลากรชายและหญิง ปรากฏว่าไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกิจกรรมการออกกำลังกายพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนปรากฏว่า บุคลากรของหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานครมีความต้องการการบริการการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสมรรถภาพทางกายทั้ง 6 ด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วาสนา โจนต์ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ พร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเกือบทุกด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด ยกเว้น ด้านประชาสัมพันธ์ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย โดยรวมพบว่าผู้รับบริการในศูนย์ฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทผู้ใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research design) เกี่ยวกับการสอบถามความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ทางสถิติ
6. เสนอแนะระดับความต้องการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ซึ่งฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2007 มีสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมด 16 ทีมได้จัดการแข่งขันแบ่งเป็น 2 รอบ คือเลือกมาเฉพาะรอบแรกและเลือกนัดแข่งขันของทีมเหย้าจนครบ 16 ทีม ประมาณการผู้ชมฟุตบอลโดยเฉลี่ย 2,000-5,000 คน ต่อ แมตช์ ในนัดสำคัญ และประมาณ 200-500 ต่อ แมตช์ในนัดปกติ (สัมพันธ์ คำคม, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2007 ในรอบแรกจำนวน 480 คน ซึ่งคำนวณได้จากสูตรของ คอชราน(W.G. Cochran, 1953 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2544) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสุ่มตัวอย่างจากสนามเหย้าของแต่ละสโมสรฟุตบอลรวมทั้งหมด 16 สนาม สนามละ 30 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้ (W.G. Cochran, 1953 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2544)

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

โดยที่ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ในรอบแรก

P คือ สัดส่วนของประชากรซึ่งคำนวณจากการหาค่าร้อยละของผู้ชมฟุตบอลในนัดปกติหรือประมาณการผู้ชมฟุตบอลทั่วไป ในกรณีนี้คือ 12.5% หรือ ($P=0.125$)

Z คือ จำนวนผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกในกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการใช้ศึกษาเพื่ออนุมานประชากร โดยให้ผลที่ศึกษาเชื่อมั่นได้ 95% จะมีการคลาดเคลื่อนจากค่าจริงไม่เกิน 5%

d คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ขึ้นในกรณีนี้คือ .03

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนตัวอย่างประชากร จำแนกตามสนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้า

ลำดับที่	สนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้าของสโมสรฟุตบอล	จำนวนตัวอย่างประชากร หรือผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ในรอบแรก		รวม
		ชาย	หญิง	
1.	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	15	15	30
2.	โอสถสภา เอ็ม-150	15	15	30
3.	บีอีซี เทโรศาสน	15	15	30
4.	พนักงานยาสูบ	15	15	30
5.	ธนาคารกรุงเทพ	15	15	30
6.	ทหารบก	15	15	30
7.	การทำเรือแห่งประเทศไทย	15	15	30
8.	สมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี	15	15	30
9.	ธนาคารกรุงไทย	15	15	30
10.	การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	15	15	30
11.	สมาคมกีฬาไทยฮอนด้า	15	15	30
12.	สมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี	15	15	30
13.	ตำรวจ	15	15	30
14.	ราชนาวิสโมสร	15	15	30
15.	องค์กรโทรศัพท์ ทีโอที	15	15	30
16.	สมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม	15	15	30
รวม		240	240	480

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ลักษณะเป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสำรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1. ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์
2. ความต้องการด้านราคา
3. ความต้องการด้านสถานที่ให้บริการ
4. ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ความต้องการด้านบุคลากร
6. ความต้องการด้านกระบวนการให้บริการ
7. ความต้องการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาด และความเป็นมาของฟุตบอลลีกในประเทศอังกฤษและในประเทศไทย

2. ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามโดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงความต้องการส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ในด้านต่างๆดังต่อไปนี้

2.1 ส่วนผสมทางการตลาดมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้ (7P's) (Bitner, J. and Booms, B ,1981)

- 2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 2.1.2 ด้านราคา (Price)
- 2.1.3 ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)
- 2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 2.1.5 ด้านบุคลากร (People)
- 2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

2.1.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical: Evidence & Presentation)

3. สร้างแบบสอบถามและนำมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อแก้ไขและปรับปรุงจนสามารถครอบคลุมงานวิจัยที่ศึกษา
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบแก้ไข
5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลที่ไม่ใช่ตัวอย่างประชากร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัก (Cronbach Alpha Coefficient) (Cronbach, 1951 อ้างถึงใน ประคอง วรรณสุด, 2542)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right\}$$

n = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนของผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมดหรือกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของผู้ทำแบบสอบถามทั้งหมด

และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ .98

6. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือแนะนำตัวเพื่อขอความร่วมมือในการทำวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ที่จะเข้าไปทำการเก็บข้อมูล
2. จัดเตรียมแบบสอบถามให้พร้อมที่จะทำการเก็บข้อมูล โดยมีเลขแบบสอบถามทุกชุดเพื่อทราบว่าเป็นข้อมูลที่ใด

3. นำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยผู้ทำการวิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองส่วนหนึ่ง และมีผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง พร้อมกับรับคืนด้วยตนเอง

การเก็บข้อมูลกระทำในระหว่างวันที่ 24 มีนาคม – 26 พฤษภาคม 2550 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามทั้งหมด 480 ชุด โดยแบ่งแยกตามสนามเหย้าของแต่ละสโมสรฟุตบอลรวมทั้งหมด 16 สนาม สนามละ 30 ชุด ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนและนำมาวิเคราะห์จำนวน 480 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

การวิเคราะห์ทางสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC⁺ : Statistical Package for Social Sciences/Personal Computer Plus) ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 นำมาวิเคราะห์หาค่าเป็นร้อยละ และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย(\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยการนำมาทดสอบค่า “ที” (t-test) โดยทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เกณฑ์เทียบระดับความต้องการ

ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ โดยกำหนดความหมายของคะแนนแต่ละอันดับ ดังนี้

- | | | |
|---|-------------|-------------------------|
| 4 | หมายความว่า | มีความต้องการมากที่สุด |
| 3 | หมายความว่า | มีความต้องการมาก |
| 2 | หมายความว่า | มีความต้องการน้อย |
| 1 | หมายความว่า | มีความต้องการน้อยที่สุด |

ในการกำหนดระดับความต้องการนี้ ไม่ได้กำหนดช่วงกลางให้เลือกตอบ เนื่องจากต้องการทราบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในทิศทางที่ชัดเจน หากกำหนดคำตอบที่มีช่วงกลางอาจทำให้ไม่ทราบความต้องการที่แท้จริง ดังที่

ศิรินาถ สิงหาแก้ว (2536) วิจัยพบว่า “ในกรณีที่คำตอบมีช่วงตรงกลางให้เลือก ผู้ประเมินมักจะประเมินที่ช่วงตรงกลาง เพราะเป็นความรู้สึกทางจิตใจที่จะไม่ทำความกระทบกระเทือนให้กับสิ่งที่ประเมิน หรือในกรณีที่ไม่มี ความมั่นใจในสิ่งที่ประเมิน ด้วยเหตุนี้คำตอบที่มีช่วงตรงกลางอาจทำให้ไม่ได้ผลการประเมินที่แท้จริง”

คะแนนเฉลี่ยจะนำมาแปลความหมายดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51 – 4.00	หมายถึง	มีความต้องการมากที่สุด
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความต้องการมาก
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความต้องการน้อย
คะแนนค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความต้องการน้อยที่สุด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง “ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก” ผู้วิจัยได้แยกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน และนำเสนอตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ส่วนที่ 3 ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามทั้งหมด 480 ชุด โดยแบ่งแยกตามสนามเหย้าของแต่ละสโมสรฟุตบอลรวมทั้งหมด 16 สนาม สนามละ 30 ชุด ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนและนำมาวิเคราะห์จำนวน 480 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด ดังตารางที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามสนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้าของสโมสรฟุตบอล

สนามเหย้าหรือการแข่งขันในนัดเหย้า ของสโมสรฟุตบอล	จำนวนผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ในรอบแรก		จำนวน	ร้อยละ
	ชาย	หญิง		
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	15	15	30	6.3
ไอศดสภา เอ็ม-150	15	15	30	6.3
บีอีซี เทโรศาสน	15	15	30	6.3
พนักงานยาสูบ	15	15	30	6.3
ธนาคารกรุงเทพ	15	15	30	6.3
ทหารบก	15	15	30	6.3
การทำเรือแห่งประเทศไทย	15	15	30	6.3
สมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี	15	15	30	6.3
ธนาคารกรุงไทย	15	15	30	6.3
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	15	15	30	6.3
สมาคมกีฬาไทยฮอนด้า	15	15	30	6.3
สมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี	15	15	30	6.3
ตำรวจ	15	15	30	6.3
ราชนาวีสโมสร	15	15	30	6.3
องค์การโทรศัพท์ ทีไอที	15	15	30	6.3
สมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม	15	15	30	6.3
รวม	240	240	480	100.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามเพศ อายุ และสถานภาพครอบครัว

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	240	50
หญิง	240	50
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	212	44.2
26 - 30 ปี	96	20
31 - 35 ปี	66	13.8
36 - 40 ปี	48	10
41 - 45 ปี	27	5.6
มากกว่า 45 ปี	31	6.5
สถานภาพครอบครัว		
โสด	303	63.1
สมรส	172	35.8
หย่าร้าง	4	0.8
อื่นๆ	1	0.2

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 44.2 และมีสถานภาพโสดร้อยละ 63.1

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ป.6 หรือต่ำกว่า	17	3.5
ม.3 หรือเทียบเท่า	51	10.6
ม.6 หรือเทียบเท่า	117	24.4
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	59	12.3
ปริญญาตรี	204	42.5
สูงกว่าปริญญาตรี	31	6.5
อาชีพในปัจจุบัน		
นักเรียน/นักศึกษา	155	32.3
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	106	22.1
พนักงานบริษัทเอกชน	122	25.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	61	12.7
รับจ้าง	12	2.5
แม่บ้าน	23	4.8
อื่นๆ	1	0.2
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	56	11.7
5,000 - 10,000 บาท	135	28.1
10,001 - 20,000 บาท	122	25.4
มากกว่า 20,000 บาท	73	15.2
ยังไม่มีรายได้	94	19.6

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 42.5 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 32.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 28.1

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามแฟนคลับสโมสรฟุตบอล

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
แฟนคลับสโมสรฟุตบอล*		
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	40	6.2
โอสถสภา เอ็ม-150	72	11.1
บีอีซี เทโรศาสน	83	12.8
พนักงานยาสูบ	31	4.8
ธนาคารกรุงเทพ	18	2.8
ทหารบก	16	2.5
การทำเรือแห่งประเทศไทย	20	3.1
สมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี	63	9.8
ธนาคารกรุงไทย	27	4.2
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	35	5.4
สมาคมกีฬาไทยฮอนด้า	17	2.6
สมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี	37	5.7
ตำรวจ	24	3.7
ราชนาวิศโมสร	37	5.7
องค์กรโทรศัพท์ ทีโอที	30	4.6
สมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม	55	8.5
อื่นๆ	41	6.3

* กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 480 คน

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เป็นแฟนคลับสโมสรฟุตบอลสโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน ร้อยละ 12.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามการมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก*		
เป็นแฟนคลับของสโมสรนั้นๆ	206	27
ชื่นชอบกีฬาของนักฟุตบอล	116	15.2
ชอบดูการแข่งขันฟุตบอล	294	38.5
ไม่เสียเงิน	43	5.6
ใกล้บ้าน	75	9.8
อื่นๆ	29	3.8
ความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก		
ทุกนัด	169	35.2
เฉพาะนัดสำคัญๆ	231	48.1
อื่นๆ	79	16.5

* กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 480 คน

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก มาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพราะชอบดูการแข่งขันฟุตบอล ร้อยละ 38.5 และมีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเฉพาะนัดสำคัญๆ ร้อยละ 48.1

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามอยากจะให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูกาล วันที่สะดวกในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เวลาที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล และราคาบัตรในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อยากจะให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูกาล		
ฤดูร้อน(ตั้งแต่เดือนมี.ค.- พ.ค.)	142	29.6
ฤดูฝน(ตั้งแต่เดือนมิ.ย.- ต.ค.)	11	2.3
ฤดูหนาว(ตั้งแต่เดือนพ.ย.- ก.พ.)	327	68.1
วันที่สะดวกในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก		
วันเสาร์	87	18.1
วันอาทิตย์	70	14.6
ทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์	309	64.4
อื่นๆ	14	2.9
เวลาที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล		
16.00 น.	158	32.9
16.30 น.	77	16.0
17.00 น.	132	27.5
18.00 น.	111	23.1
อื่นๆ	2	0.4
ราคาบัตรในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก		
ต่ำกว่า 30 บาท	153	31.9
30-50 บาท	246	51.3
60-100 บาท	51	10.6
อื่นๆ	30	6.3

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก อยากจะให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูหนาว(ตั้งแต่เดือน พ.ย.- ก.พ.) ร้อยละ 68.1 ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ ร้อยละ 64.4 เวลาที่เข้าชมการแข่งขัน 16.00 น. ร้อยละ 32.9 และราคาบัตรเข้าชมการแข่งขันในราคา 30-50 บาท ร้อยละ 51.3

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละ ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจำแนกตามเข้าชมการ
แข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกกับใคร และการทราบข้อมูลการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์
พรีเมียร์ลีก

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกกับใคร		
มาตามลำพัง	54	11.3
มากับเพื่อน	242	50.4
มากับครอบครัว	129	26.9
มากับคู่รัก	35	7.3
อื่นๆ	20	4.2
การทราบข้อมูลการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก		
โทรทัศน์	206	25.3
วิทยุ	72	8.8
หนังสือพิมพ์	298	36.6
อินเทอร์เน็ต	57	7.0
ญาติพี่น้อง/เพื่อน	150	18.4
อื่นๆ	32	3.8

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เข้าชมการแข่งขัน
ฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยมากับเพื่อน ร้อยละ 50.4 และทราบข้อมูลการแข่งขันจาก
หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 36.6

ศูนย์วิจัยและบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย(\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

เกณฑ์การตัดสินค่าเฉลี่ยของคะแนนความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.00 หมายถึง มีความต้องการมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความต้องการมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความต้องการน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความต้องการน้อยที่สุด

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ด้านผลิตภัณฑ์							
นักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี	92 (19.2)	317 (66)	67 (14)	4 (0.8)	3.04	0.60	มาก
นักฟุตบอลมีน้ำใจนักกีฬา	99 (20.6)	258 (53.8)	110 (22.9)	13 (2.7)	2.92	0.73	มาก
จัดหานักเตะยอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล	126 (26.3)	252 (52.5)	98 (20.4)	4 (0.8)	3.04	0.71	มาก
ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการโค้ช	117 (24.4)	254 (52.9)	104 (21.7)	5 (1)	3.01	0.71	มาก
สโมสรฟุตบอลทุ่มทุนการสร้างทีมฟุตบอลอย่างจริงจัง	153 (31.9)	196 (40.8)	113 (23.5)	18 (3.8)	3.01	0.84	มาก
จัดตารางการแข่งขันมีช่วงฤดูกาลที่ชัดเจนและแน่นอน	118 (24.6)	242 (50.4)	101 (21)	19 (4)	2.96	0.78	มาก
สโมสรจัดทำประวัตินักฟุตบอลยอดเยี่ยม	103 (21.5)	190 (39.6)	155 (32.3)	32 (6.7)	2.76	0.86	มาก
สโมสรจัดทำของที่ระลึก	86 (17.9)	167 (34.8)	171 (35.6)	56 (11.7)	2.59	0.91	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ด้านผลิตภัณฑ์							
สโมสรมีการจัดทำนิตยสาร เป็นประจำ	84 (17.5)	178 (37.1)	158 (32.9)	60 (12.5)	2.60	0.92	มาก
สโมสรมีเพลงเชียร์ประจำทีม	99 (20.6)	166 (34.6)	156 (32.5)	59 (12.3)	2.63	0.94	มาก
สโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค (Mascot)ให้เป็นที่ประจักษ์	89 (18.5)	179 (37.3)	137 (28.5)	75 (15.6)	2.59	0.96	มาก
ด้านราคา							
ราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการ แข่งขันมีความเหมาะสม	117 (24.4)	276 (57.5)	66 (13.8)	21 (4.4)	3.02	0.75	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาทั้ง ครอบครัว	113 (23.5)	209 (43.5)	127 (26.5)	31 (6.5)	2.84	0.86	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็น สมาชิกของสโมสรฟุตบอล	132 (27.5)	233 (48.5)	90 (18.8)	25 (5.2)	2.98	0.82	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มากับ สมาชิกของสโมสรฟุตบอล	123 (25.6)	231 (48.1)	101 (21)	25 (5.2)	2.94	0.82	มาก
ให้เข้าชมการแข่งขันฟรี	170 (35.4)	142 (29.6)	89 (18.5)	79 (16.5)	2.83	1.08	มาก
ด้านสถานที่ให้บริการ							
สโมสรฟุตบอลควรมีสนาม ประจำของสโมสรที่ได้ มาตรฐาน	212 (44.2)	207 (43.1)	53 (11)	8 (1.7)	3.30	0.73	มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	179 (37.3)	199 (41.5)	95 (19.8)	7 (1.5)	3.15	0.78	มาก
ทางเข้า – ออก สนาม มีหลาย ทาง	152 (31.7)	233 (48.5)	80 (16.7)	15 (3.1)	3.09	0.76	มาก
จัดรถบริการรับส่งผู้ชมเข้าสู่ สนาม	109 (22.7)	199 (41.5)	127 (26.5)	45 (9.4)	2.78	0.90	มาก
มีห้องน้ำบริการเพียงพอและ สะอาด	164 (34.2)	176 (36.7)	112 (23.3)	28 (5.8)	2.99	0.90	มาก
สนามมีภาชนะใส่ขยะที่ เพียงพอ	128 (26.7)	197 (41)	125 (26)	30 (6.3)	2.88	0.87	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ด้านสถานที่ให้บริการ บริเวณที่นั่งชมฟุตบอลมีความ สะอาด	165 (34.4)	182 (37.9)	100 (20.8)	33 (6.9)	3.00	0.91	มาก
มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก	76 (15.8)	158 (32.9)	177 (36.9)	69 (14.4)	2.50	0.93	น้อย
มีร้านจำหน่ายอาหาร - เครื่องดื่ม ที่ถูกหลักโภชนาการ	119 (24.8)	166 (34.6)	150 (31.3)	45 (9.4)	2.75	0.93	มาก
จัดสถานที่นั่งทานการพักผ่อน หย่อนใจ	111 (23.1)	179 (37.3)	149 (31)	41 (8.5)	2.75	0.91	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด จัดกิจกรรม / ชุมน ในการ แข่งขันนัดสำคัญ (คูบีคแมตซ์)	130 (27.1)	201 (41.9)	116 (24.2)	33 (6.9)	2.89	0.88	มาก
จัดทำเอกสาร/จุลสาร เกี่ยวกับ ฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก โดยตรง	135 (28.1)	196 (40.8)	115 (24)	34 (7.1)	2.90	0.89	มาก
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร	147 (30.6)	217 (45.2)	92 (19.2)	24 (5)	3.01	0.84	มาก
จัดให้มีการสัมภาษณ์โค้ช/ ผู้จัดการทีม ก่อน-หลังการ แข่งขัน	116 (24.2)	183 (38.1)	150 (31.3)	31 (6.5)	2.80	0.88	มาก
สมาชิกของสโมสรได้รับสิทธิ พิเศษในการชมฟุตบอล	138 (28.8)	202 (42.1)	114 (23.8)	26 (5.4)	2.94	0.86	มาก
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ทางบัตรส่งสุนชิงโชค	166 (34.6)	168 (35)	114 (23.8)	32 (6.7)	2.98	0.92	มาก
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก แคมป์ของที่ระลึก	127 (26.5)	172 (35.8)	131 (27.3)	50 (10.4)	2.78	0.95	มาก
จัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของ สโมสรฟุตบอลเป็นประจำ	105 (21.9)	183 (38.1)	131 (27.3)	61 (12.7)	2.69	0.95	มาก
จัดกิจกรรมนำเสนอสัญลักษณ์ และตัวนำโชคของสโมสร ฟุตบอลให้เป็นที่คุ้นเคย	114 (23.8)	205 (42.7)	124 (25.8)	37 (7.7)	2.83	0.88	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ด้านบุคลากร สโมสรมีความรับผิดชอบต่อการจัดการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	142 (29.6)	231 (48.1)	95 (19.8)	12 (2.5)	3.05	0.77	มาก
บุคลากรของสโมสรมีความรู้ความเข้าใจในการจัด และดำเนินการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	139 (29)	237 (49.4)	93 (19.4)	11 (2.3)	3.05	0.76	มาก
บุคลากรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี	151 (31.5)	240 (50)	80 (16.7)	9 (1.9)	3.11	0.74	มาก
มีผู้ตัดสินที่มีความสามารถผ่านการอบรมมาแล้ว อย่างน้อย License B	144 (30)	203 (42.3)	102 (21.3)	31 (6.5)	2.96	0.88	มาก
พนักงานมีสภาพคอยให้บริการประชาชนสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ	127 (26.5)	200 (41.7)	133 (27.7)	20 (4.2)	2.90	0.84	มาก
มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม	163 (34)	224 (46.7)	80 (16.7)	13 (2.7)	3.12	0.76	มาก
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	154 (32.1)	200 (41.7)	109 (22.7)	17 (3.5)	3.02	0.83	มาก
มีพนักงานทำความสะอาด	136 (28.3)	193 (40.2)	121 (25.2)	30 (6.3)	2.91	0.88	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ มีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง	173 (36)	217 (45.2)	79 (16.5)	11 (2.3)	3.15	0.77	มาก
มีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับถ่ายภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ	139 (29)	152 (31.7)	126 (26.3)	63 (13.1)	2.76	1.01	มาก
มีช่องทางการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่สะดวกและรวดเร็ว	143 (29.8)	202 (42.1)	114 (23.8)	21 (4.4)	2.97	0.84	มาก
กำหนดเส้นทาง – แผนที่การเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกให้ชัดเจนและเข้าใจ	148 (30.8)	202 (42.1)	102 (21.3)	28 (5.8)	2.98	0.87	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
<u>ด้านกระบวนการให้บริการ</u> จัดคลินิกฟุตบอลสำหรับเด็ก เยาวชน และผู้ที่สนใจ	133 (27.7)	188 (39.2)	121 (25.2)	38 (7.9)	2.87	0.91	มาก
จัดหน่วยรักษาความปลอดภัย	143 (29.8)	201 (41.9)	109 (22.7)	27 (5.6)	2.96	0.87	มาก
จัดหน่วยรักษาพยาบาลประจำ สนาม	167 (34.8)	204 (42.5)	91 (19)	18 (3.8)	3.08	0.83	มาก
จัดเตรียมที่จอดรถแก่ผู้ชมการ แข่งขัน	156 (32.5)	223 (46.5)	84 (17.5)	17 (3.5)	3.08	0.80	มาก
ลงข่าวความเคลื่อนไหวทาง เว็บไซต์และปรับปรุงข้อมูลอยู่ เสมอ	141 (29.4)	189 (39.4)	120 (25)	30 (6.3)	2.92	0.89	มาก
<u>ด้านการสร้างและนำเสนอ</u> <u>ลักษณะทางกายภาพ</u> ปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ	178 (37.1)	207 (43.1)	81 (16.9)	14 (2.9)	3.14	0.80	มาก
จัดทำสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ประจำแต่ละสโมสร	173 (36)	200 (41.7)	90 (18.8)	17 (3.5)	3.10	0.82	มาก
จัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้ เข้าชม	124 (25.8)	215 (44.8)	116 (24.2)	25 (5.2)	2.91	0.84	มาก
หมั่นรักษาความสะอาดของ ห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ	161 (33.5)	177 (36.9)	114 (23.9)	28 (5.8)	2.98	0.90	มาก
การจัดหาสมาชิก/การสร้าง แฟนคลับ	139 (29)	207 (43.1)	105 (21.9)	29 (6)	2.95	0.87	มาก
มีป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจน และไม่มีสิ่งกีดขวางในกรณี เกิดเหตุฉุกเฉิน	133 (27.7)	188 (39.2)	132 (27.5)	26 (5.4)	2.89	0.87	มาก
จัดตั้งอุปกรณ์ช่วยดับเพลิงให้ เห็นชัดเจน	124 (25.8)	183 (38.1)	146 (30.4)	27 (5.6)	2.84	0.87	มาก
จัดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิด เพื่อดูแลรักษาสวัสดิภาพแก่ผู้ชม	139 (29)	168 (35)	131 (27.3)	42 (8.8)	2.84	0.94	มาก
จัดชมกิจกรรมให้เป็นที่น่าสนใจ แก่ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือคนทั่วไป	128 (26.7)	189 (39.4)	124 (25.8)	39 (8.1)	2.85	0.91	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผล ความ ต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ							
จัดสภาพสนาม อาคาร ของ สโมสรฟุตบอล พร้อมตกแต่ง ให้สวยงามอยู่เสมอ	140 (29.2)	181 (37.7)	130 (27.1)	29 (6)	2.90	0.89	มาก
จัดทำรั้วประจำสโมสร ฟุตบอลให้โดดเด่น	117 (24.4)	163 (34)	152 (31.7)	48 (10)	2.73	0.94	มาก
ปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด	169 (35.2)	174 (36.3)	109 (22.7)	28 (5.8)	3.00	0.90	มาก
รวม					2.92	0.55	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 โดยมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องสโมสรฟุตบอลควรมีสถานมประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.30 ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
นักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี	92 (19.2)	317 (66)	67 (14)	4 (0.8)	3.04	0.60	มาก
นักฟุตบอลมีน้ำใจนักกีฬา	99 (20.6)	258 (53.8)	110 (22.9)	13 (2.7)	2.92	0.73	มาก
จัดหานักเตะยอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล	126 (26.3)	252 (52.5)	98 (20.4)	4 (0.8)	3.04	0.71	มาก
ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการโค้ช	117 (24.4)	254 (52.9)	104 (21.7)	5 (1)	3.01	0.71	มาก
สโมสรฟุตบอลทุ่มทุนการสร้างทีมฟุตบอลอย่างจริงจัง	153 (31.9)	196 (40.8)	113 (23.5)	18 (3.8)	3.01	0.84	มาก
จัดการการแข่งขันมีช่วงฤดูกาลที่ชัดเจนและแน่นอน	118 (24.6)	242 (50.4)	101 (21)	19 (4)	2.96	0.78	มาก
สโมสรจัดทำประวัตินักฟุตบอลยอดเยี่ยม	103 (21.5)	190 (39.6)	155 (32.3)	32 (6.7)	2.76	0.86	มาก
สโมสรจัดทำของที่ระลึก	86 (17.9)	167 (34.8)	171 (35.6)	56 (11.7)	2.59	0.91	มาก
สโมสรมีการจัดทำนิตยสารเป็นประจำ	84 (17.5)	178 (37.1)	158 (32.9)	60 (12.5)	2.60	0.92	มาก
สโมสรมีเพลงเชียร์ประจำทีม	99 (20.6)	166 (34.6)	156 (32.5)	59 (12.3)	2.63	0.94	มาก
สโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค (Mascot) ให้เป็นที่ประจักษ์	89 (18.5)	179 (37.3)	137 (28.5)	75 (15.6)	2.59	0.96	มาก
รวม					2.83	0.58	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 พบว่าในเรื่องนักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี และเรื่องจัดหานักเตะยอดเยี่ยม

ประจำสโมสรฟุตบอล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.04 ในขณะที่เรื่องสโมสรจัดทำของที่ระลึก และเรื่องสโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค(Mascot)ให้เป็นที่ประจักษ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.59



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม	117 (24.4)	276 (57.5)	66 (13.8)	21 (4.4)	3.02	0.75	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาทั้งครอบครัว	113 (23.5)	209 (43.5)	127 (26.5)	31 (6.5)	2.84	0.86	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	132 (27.5)	233 (48.5)	90 (18.8)	25 (5.2)	2.98	0.82	มาก
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มากับสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	123 (25.6)	231 (48.1)	101 (21)	25 (5.2)	2.94	0.82	มาก
ให้เข้าชมการแข่งขันฟรี	170 (35.4)	142 (29.6)	89 (18.5)	79 (16.5)	2.83	1.08	มาก
รวม					2.93	0.64	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 พบว่าในเรื่องราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.02 ในขณะที่เรื่องให้เข้าชมการแข่งขันฟรี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.83

ตารางที่ 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
สโมสรฟุตบอลควรมีสนามประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน	212 (44.2)	207 (43.1)	53 (11)	8 (1.7)	3.30	0.73	มาก
มีที่จอดรถเพียงพอ	179 (37.3)	199 (41.5)	95 (19.8)	7 (1.5)	3.15	0.78	มาก
ทางเข้า – ออก สนาม มีหลายทาง	152 (31.7)	233 (48.5)	80 (16.7)	15 (3.1)	3.09	0.76	มาก
จัดบริการรับส่งผู้ชมเข้าสู่สนาม	109 (22.7)	199 (41.5)	127 (26.5)	45 (9.4)	2.78	0.90	มาก
มีห้องน้ำบริการเพียงพอและสะอาด	164 (34.2)	176 (36.7)	112 (23.3)	28 (5.8)	2.99	0.90	มาก
สนามมีภาชนะใส่ขยะที่เพียงพอ	128 (26.7)	197 (41)	125 (26)	30 (6.3)	2.88	0.87	มาก
บริเวณที่นั่งชมฟุตบอลมีความสะอาด	165 (34.4)	182 (37.9)	100 (20.8)	33 (6.9)	3.00	0.91	มาก
มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก	76 (15.8)	158 (32.9)	177 (36.9)	69 (14.4)	2.50	0.93	น้อย
มีร้านจำหน่ายอาหาร – เครื่องดื่ม ที่ถูกหลักโภชนาการ	119 (24.8)	166 (34.6)	150 (31.3)	45 (9.4)	2.75	0.93	มาก
จัดสถานที่นั่งพักก่อนเหย่อนใจ	111 (23.1)	179 (37.3)	149 (31)	41 (8.5)	2.75	0.91	มาก
รวม					2.91	0.66	มาก

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 พบว่าในเรื่องสโมสรฟุตบอลควรมีสนามประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.30 ในขณะที่เรื่องมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.50

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
จัดกิจกรรม / ชุ้ม ในการแข่งขันนัดสำคัญ (คูปักแมตซ์)	130 (27.1)	201 (41.9)	116 (24.2)	33 (6.9)	2.89	0.88	มาก
จัดทำเอกสาร/จุลสาร เกี่ยวกับฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยตรง	135 (28.1)	196 (40.8)	115 (24)	34 (7.1)	2.90	0.89	มาก
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร	147 (30.6)	217 (45.2)	92 (19.2)	24 (5)	3.01	0.84	มาก
จัดให้มีการสัมภาษณ์โค้ช/ผู้จัดการทีม ก่อน-หลังการแข่งขัน	116 (24.2)	183 (38.1)	150 (31.3)	31 (6.5)	2.80	0.88	มาก
สมาชิกของสโมสรได้รับสิทธิพิเศษในการชมฟุตบอล	138 (28.8)	202 (42.1)	114 (23.8)	26 (5.4)	2.94	0.86	มาก
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ทางบัตรส่งคืนชิงโชค	166 (34.6)	168 (35)	114 (23.8)	32 (6.7)	2.98	0.92	มาก
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก แคมของที่ระลึก	127 (26.5)	172 (35.8)	131 (27.3)	50 (10.4)	2.78	0.95	มาก
จัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของสโมสรฟุตบอลเป็นประจำ	105 (21.9)	183 (38.1)	131 (27.3)	61 (12.7)	2.69	0.95	มาก
จัดกิจกรรมนำเสนอสัญลักษณ์และตัวนำโชคของสโมสรฟุตบอลให้เป็นที่คุ้นเคย	114 (23.8)	205 (42.7)	124 (25.8)	37 (7.7)	2.83	0.88	มาก
รวม					2.87	0.72	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 พบว่าในเรื่องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์

และวารสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.01 ในขณะที่เรื่องจัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของสโมสรฟุตบอลเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.69



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากร	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
สโมสรมีความรับผิดชอบต่อการจัดการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	142 (29.6)	231 (48.1)	95 (19.8)	12 (2.5)	3.05	0.77	มาก
บุคลากรของสโมสรมีความรู้ความเข้าใจในการจัด และดำเนินการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	139 (29)	237 (49.4)	93 (19.4)	11 (2.3)	3.05	0.76	มาก
บุคลากรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี	151 (31.5)	240 (50)	80 (16.7)	9 (1.9)	3.11	0.74	มาก
มีผู้ตัดสินที่มีความสามารถผ่านการอบรมมาแล้ว อย่างน้อย License B	144 (30)	203 (42.3)	102 (21.3)	31 (6.5)	2.96	0.88	มาก
พนักงานมีสภาพคอยให้บริการ ประชาสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ	127 (26.5)	200 (41.7)	133 (27.7)	20 (4.2)	2.90	0.84	มาก
มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม	163 (34)	224 (46.7)	80 (16.7)	13 (2.7)	3.12	0.76	มาก
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	154 (32.1)	200 (41.7)	109 (22.7)	17 (3.5)	3.02	0.83	มาก
มีพนักงานทำความสะอาด	136 (28.3)	193 (40.2)	121 (25.2)	30 (6.3)	2.91	0.88	มาก
รวม					3.01	0.66	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 พบว่าในเรื่องมีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.12 ในขณะที่เรื่องพนักงานมีสภาพคอยให้บริการประชาสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.90

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
มีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง	173 (36)	217 (45.2)	79 (16.5)	11 (2.3)	3.15	0.77	มาก
มีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับคุณภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ	139 (29)	152 (31.7)	126 (26.3)	63 (13.1)	2.76	1.01	มาก
มีช่องทางการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่สะดวกและรวดเร็ว	143 (29.8)	202 (42.1)	114 (23.8)	21 (4.4)	2.97	0.84	มาก
กำหนดเส้นทาง – แผนที่การเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกให้ชัดเจนและเข้าใจ	148 (30.8)	202 (42.1)	102 (21.3)	28 (5.8)	2.98	0.87	มาก
จัดคลินิกฟุตบอลสำหรับเด็กเยาวชน และผู้ที่สนใจ	133 (27.7)	188 (39.2)	121 (25.2)	38 (7.9)	2.87	0.91	มาก
จัดหน่วยรักษาความปลอดภัย	143 (29.8)	201 (41.9)	109 (22.7)	27 (5.6)	2.96	0.87	มาก
จัดหน่วยรักษาพยาบาลประจำสนาม	167 (34.8)	204 (42.5)	91 (19)	18 (3.8)	3.08	0.83	มาก
จัดเตรียมที่จอดรถแก่ผู้ชมการแข่งขัน	156 (32.5)	223 (46.5)	84 (17.5)	17 (3.5)	3.08	0.80	มาก
ลงข่าวความเคลื่อนไหวทางเว็บไซต์และปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ	141 (29.4)	189 (39.4)	120 (25)	30 (6.3)	2.92	0.89	มาก
รวม					2.97	0.72	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 พบว่าในเรื่องมีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.15 ในขณะที่เรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับคุณภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.76

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ระดับความต้องการ				\bar{X}	S.D.	แปลผลความต้องการ
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
ปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ	178 (37.1)	207 (43.1)	81 (16.9)	14 (2.9)	3.14	0.80	มาก
จัดทำสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ประจำแต่ละสโมสร	173 (36)	200 (41.7)	90 (18.8)	17 (3.5)	3.10	0.82	มาก
จัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม	124 (25.8)	215 (44.8)	116 (24.2)	25 (5.2)	2.91	0.84	มาก
หมั่นรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ	161 (33.5)	177 (36.9)	114 (23.9)	28 (5.8)	2.98	0.90	มาก
การจัดหาสมาชิก/การสร้างแฟนคลับ	139 (29)	207 (43.1)	105 (21.9)	29 (6)	2.95	0.87	มาก
มีป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจนและไม่มีสิ่งกีดขวางในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	133 (27.7)	188 (39.2)	132 (27.5)	26 (5.4)	2.89	0.87	มาก
จัดตั้งอุปกรณ์ช่วยดับเพลิงให้เห็นชัดเจน	124 (25.8)	183 (38.1)	146 (30.4)	27 (5.6)	2.84	0.87	มาก
จัดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อดูแลรักษาสวัสดิภาพแก่ผู้ชม	139 (29)	168 (35)	131 (27.3)	42 (8.8)	2.84	0.94	มาก
จัดซุ้มกิจกรรม ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือคนทั่วไป	128 (26.7)	189 (39.4)	124 (25.8)	39 (8.1)	2.85	0.91	มาก
จัดสภาพสนาม อาคาร ของสโมสรฟุตบอล พร้อมตกแต่งให้สวยงามอยู่เสมอ	140 (29.2)	181 (37.7)	130 (27.1)	29 (6)	2.90	0.89	มาก
จัดทำครัวประจำสโมสรฟุตบอลให้โดดเด่น	117 (24.4)	163 (34)	152 (31.7)	48 (10)	2.73	0.94	มาก
ปรับปรุงอาคาร สถานที่สภาพแวดล้อมให้สะอาด	169 (35.2)	174 (36.3)	109 (22.7)	28 (5.8)	3.00	0.90	มาก
รวม					2.92	0.73	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 พบว่าในเรื่องปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.14 ในขณะที่เรื่องจัดทำครัวประจำสโมสรฟุตบอลให้โดดเด่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.73



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้อการส่วนผสมทางการตลาดของ
ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในรายด้าน

ความต้อการส่วนผสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	2.83	0.58	ความต้อการมาก
ด้านราคา	2.93	0.64	ความต้อการมาก
ด้านสถานที่ให้บริการ	2.91	0.66	ความต้อการมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.87	0.72	ความต้อการมาก
ด้านบุคลากร	3.01	0.66	ความต้อการมาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.97	0.72	ความต้อการมาก
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	2.92	0.73	ความต้อการมาก
รวม	2.92	0.55	ความต้อการมาก

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้อการ
ส่วนผสมทางการตลาดด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 โดยมีด้านบุคลากร ซึ่งมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.01 และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.83

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

การวิเคราะห์ข้อมูลเสนอเป็นค่าเฉลี่ย(\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และการเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์						
นักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี	3.00	0.66	3.07	0.54	-1.287	.199
นักฟุตบอลมีน้ำใจนักกีฬา	2.93	0.76	2.92	0.71	.186	.852
เจ้าหน้าที่เตะขอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล	3.01	0.75	3.08	0.66	-1.034	.302
ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการโค้ช	2.97	0.72	3.04	0.70	-1.094	.274
สโมสรฟุตบอลทุ่มทุนการสร้างทีมฟุตบอลอย่างจริงจัง	3.02	0.89	3.00	0.79	.217	.828
จัดตารางการแข่งขันมีช่วงฤดูกาลที่ชัดเจนและแน่นอน	2.96	0.84	2.95	0.73	.175	.861
สโมสรจัดทำประวัตินักฟุตบอลยอดเยี่ยม	2.73	0.92	2.79	0.80	-.739	.460
สโมสรจัดทำของที่ระลึก	2.64	0.95	2.54	0.88	1.249	.212
สโมสรมีการจัดทำนิตยสารเป็นประจำ	2.59	0.96	2.60	0.87	-.099	.921
สโมสรมีเพลงเชียร์ประจำทีม	2.59	0.97	2.68	0.91	-1.112	.267
สโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค(Mascot)ให้เป็นที่ประจักษ์	2.61	1.00	2.57	0.92	.474	.636
ด้านราคา						
ราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.05	0.78	2.99	0.71	.917	.360
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาทั้งครอบครัว	2.88	0.89	2.81	0.83	.852	.395
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	3.05	0.84	2.91	0.80	1.898	.058

*p < .05

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านราคา						
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาพร้อมกับสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	2.98	0.81	2.90	0.83	1.113	.266
ให้เข้าชมการแข่งขันฟรี	2.76	1.14	2.92	1.02	-1.561	.119
ด้านสถานที่ให้บริการ						
สโมสรฟุตบอลควรมีสโมสรประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน	3.26	0.77	3.33	0.68	-1.065	.287
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.11	0.78	3.18	0.78	-.936	.350
ทางเข้า – ออก สนาม มีหลายทาง	3.11	0.78	3.07	0.77	.588	.557
จัดรถบริการรับส่งผู้ชมเข้าสู่สนาม	2.74	0.94	2.81	0.86	-.908	.364
มีห้องน้ำบริการเพียงพอและสะอาด	2.98	0.90	3.00	0.90	-.304	.761
สนามมีเก้าอี้ที่เพียงพอ	2.85	0.87	2.91	0.88	-.783	.434
บริเวณที่นั่งชมฟุตบอลมีความสะอาด	2.95	0.93	3.05	0.89	-1.154	.249
มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก	2.49	0.94	2.51	0.91	-.246	.805
มีร้านจำหน่ายอาหาร – เครื่องดื่ม ที่ถูกหลักโภชนาการ	2.70	0.95	2.80	0.92	-1.123	.262
จัดสถานที่นั่งทานอาหารพักผ่อนหย่อนใจ	2.73	0.93	2.77	0.89	-.402	.688
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
จัดกิจกรรม / ชุม ในการแข่งขันนัดสำคัญ (คูบีคแมตซ์)	2.88	0.95	2.91	0.81	-.414	.679
จัดทำเอกสาร/จุลสาร เกี่ยวกับฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยตรง	2.88	0.96	2.93	0.81	-.614	.540
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร	2.98	0.89	3.05	0.77	-.928	.354
จัดให้มีการสัมภาษณ์โค้ช/ผู้จัดการทีม ก่อน-หลังการแข่งขัน	2.76	0.94	2.84	0.82	-1.038	.300
สมาชิกของสโมสรได้รับสิทธิพิเศษในการชมฟุตบอล	2.87	0.89	3.01	0.82	-1.809	.071
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกทางบัตรส่งสัญญาณชิงโชค	2.97	0.99	2.98	0.85	-.099	.921

*p < .05

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ลีก แคมของทีระลีก	2.73	1.00	2.83	0.90	-1.149	.251
จัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของสโมสรฟุตบอลเป็นประจำ	2.61	0.97	2.77	0.92	-1.826	.069
จัดกิจกรรมนำเสนอสัญลักษณ์และตัวนำโชคของสโมสรฟุตบอลให้เป็นที่คุ้นเคย	2.77	0.94	2.88	0.81	-1.349	.178
ด้านบุคลากร						
สโมสรมีความรับผิดชอบต่อการจัดการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	3.00	0.78	3.09	0.75	-1.246	.213
บุคลากรของสโมสรมีความรู้ความเข้าใจในการจัด และดำเนินการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	2.99	0.80	3.11	0.71	-1.691	.092
บุคลากรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.11	0.77	3.11	0.71	-0.062	.951
มีผู้ตัดสินที่มีความสามารถผ่านการอบรมมาแล้ว อย่างน้อย License B	2.91	0.92	3.01	0.83	-1.249	.212
พนักงานมีสภาพคอยให้บริการ ประชาสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ	2.86	0.86	2.95	0.81	-1.091	.276
มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม	3.06	0.81	3.18	0.73	-1.591	.112
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.99	0.87	3.05	0.79	-0.824	.411
มีพนักงานทำความสะอาด	2.87	0.90	2.95	0.87	-0.983	.326
ด้านกระบวนการให้บริการ						
มีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.13	0.82	3.17	0.72	-0.591	.555
มีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ	2.65	1.06	2.88	0.95	-2.403	.017*
มีช่องทางการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่สะดวกและรวดเร็ว	2.95	0.88	2.99	0.80	-0.487	.627
กำหนดเส้นทาง - แผนที่การเข้าชมฟุตบอล ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกให้ชัดเจนและเข้าใจ	2.95	0.93	3.00	0.80	-0.630	.529
จัดคลินิกฟุตบอลสำหรับเด็ก เยาวชน และผู้ที่สนใจ	2.82	0.98	2.91	0.84	-1.103	.271

*p < .05

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านกระบวนการให้บริการ						
จัดหน่วยรักษาความปลอดภัย	2.94	0.92	2.98	0.81	-.527	.599
จัดหน่วยรักษาพยาบาลประจำสนาม	3.04	0.90	3.13	0.75	-1.106	.269
จัดเตรียมที่จอดรถแก่ผู้ชมการแข่งขัน	3.06	0.85	3.10	0.74	-.572	.568
ลงข่าวความเคลื่อนไหวทางเว็บไซต์และปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ	2.88	0.92	2.96	0.85	-1.079	.281
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ						
ปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ	3.11	0.85	3.18	0.74	-.972	.331
จัดทำสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ประจำแต่ละสโมสร	3.12	0.86	3.08	0.79	.498	.619
จัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม	2.83	0.89	2.99	0.78	-2.077	.038*
หมั่นรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ	2.95	0.93	3.00	0.86	-.660	.510
การจัดหาสมาชิก/การสร้างแฟนคลับ	2.92	0.94	2.98	0.78	-.738	.461
มีป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจนและไม่มีสิ่งกีดขวางในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	2.89	0.91	2.90	0.83	-.052	.958
จัดตั้งอุปกรณ์ช่วยดับเพลิงให้เห็นชัดเจน	2.80	0.91	2.89	0.84	-1.149	.251
จัดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อดูแลรักษาสวัสดิภาพแก่ผู้ชม	2.78	1.01	2.90	0.86	-1.454	.147
จัดซุ้มกิจกรรม ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือคนทั่วไป	2.83	0.96	2.86	0.86	-.401	.689
จัดสภาพสนาม อาคาร ของสโมสรฟุตบอล พร้อมตกแต่งให้สวยงามอยู่เสมอ	2.85	0.95	2.95	0.83	-1.126	.261
จัดทำครัวประจำสโมสรฟุตบอลให้โดดเด่น	2.65	0.99	2.80	0.88	-1.797	.073
ปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด	2.91	0.97	3.11	0.82	-2.441	.015*
รวม	2.90	0.59	2.95	0.52	-.997	.319

*p < .05

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่องหัวข้อจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
นักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี	3.00	0.66	3.07	0.54	-1.287	.199
นักฟุตบอลมีน้ำใจนักกีฬา	2.93	0.76	2.92	0.71	.186	.852
จัดหานักเตะยอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล	3.01	0.75	3.08	0.66	-1.034	.302
ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการโค้ช	2.97	0.72	3.04	0.70	-1.094	.274
สโมสรฟุตบอลทุ่มทุนการสร้างทีมฟุตบอลอย่างจริงจัง	3.02	0.89	3.00	0.79	.217	.828
จัดตารางการแข่งขันมีช่วงฤดูกาลที่ชัดเจนและแน่นอน	2.96	0.84	2.95	0.73	.175	.861
สโมสรจัดทำประวัตินักฟุตบอลยอดเยี่ยม	2.73	0.92	2.79	0.80	-.739	.460
สโมสรจัดทำของที่ระลึก	2.64	0.95	2.54	0.88	1.249	.212
สโมสรมีการจัดทำนิตยสารเป็นประจำ	2.59	0.96	2.60	0.87	-.099	.921
สโมสรมีเพลงเชียร์ประจำทีม	2.59	0.97	2.68	0.91	-1.112	.267
สโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค(Mascot)ให้เป็นที่ประจักษ์	2.61	1.00	2.57	0.92	.474	.636
รวม	2.82	0.63	2.84	0.52	-.316	.752

*p < .05

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม	3.05	0.78	2.99	0.71	.917	.360
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มีทั้งครอบครัว	2.88	0.89	2.81	0.83	.852	.395
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	3.05	0.84	2.91	0.80	1.898	.058
ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาพร้อมกับสมาชิกของสโมสรฟุตบอล	2.98	0.81	2.90	0.83	1.113	.266
ให้เข้าชมการแข่งขันฟรี	2.76	1.14	2.92	1.02	-1.561	.119
รวม	2.95	0.67	2.91	0.62	.680	.497

*p < .05

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
สโมสรฟุตบอลควรมีสวนประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน	3.26	0.77	3.33	0.68	-1.065	.287
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.11	0.78	3.18	0.78	-.936	.350
ทางเข้า – ออก สนาม มีหลายทาง	3.11	0.78	3.07	0.77	.588	.557
จัดรถบริการรับส่งผู้ชมเข้าสู่สนาม	2.74	0.94	2.81	0.86	-.908	.364
มีห้องน้ำบริการเพียงพอและสะอาด	2.98	0.90	3.00	0.90	-.304	.761
สนามมีภาชนะใส่ขยะที่เพียงพอ	2.85	0.87	2.91	0.88	-.783	.434
บริเวณที่นั่งชมฟุตบอลมีความสะอาด	2.95	0.93	3.05	0.89	-1.154	.249
มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก	2.49	0.94	2.51	0.91	-.246	.805
มีร้านจำหน่ายอาหาร – เครื่องดื่ม ที่ถูกหลักโภชนาการ	2.70	0.95	2.80	0.92	-1.123	.262
จัดสถานที่นั่งชมการแข่งขันฟุตบอลที่ผ่อนคลาย	2.73	0.93	2.77	0.89	-.402	.688
รวม	2.89	0.66	2.94	0.66	-.839	.402

* $p < .05$

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
จัดกิจกรรม / ชุมน ในการแข่งขันนัดสำคัญ (คูบีคแมตซ์)	2.88	0.95	2.91	0.81	-0.414	.679
จัดทำเอกสาร/จุลสาร เกี่ยวกับฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยตรง	2.88	0.96	2.93	0.81	-0.614	.540
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร	2.98	0.89	3.05	0.77	-0.928	.354
จัดให้มีการสัมภาษณ์โค้ช/ผู้จัดการทีม ก่อน-หลังการแข่งขัน	2.76	0.94	2.84	0.82	-1.038	.300
สมาชิกของสโมสรได้รับสิทธิพิเศษในการชมฟุตบอล	2.87	0.89	3.01	0.82	-1.809	.071
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ทางบัตรส่งคืนชิงโชค	2.97	0.99	2.98	0.85	-0.099	.921
ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก แกรมของที่ระลึก	2.73	1.00	2.83	0.90	-1.149	.251
จัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของสโมสรฟุตบอลเป็นประจำ	2.61	0.97	2.77	0.92	-1.826	.069
จัดกิจกรรมนำเสนอสัญลักษณ์และตัวนำโชคของสโมสรฟุตบอลให้เป็นที่คุ้นเคย	2.77	0.94	2.88	0.81	-1.349	.178
รวม	2.83	0.78	2.91	0.66	-1.276	.203

*p < .05

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านบุคลากรของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านบุคลากร	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
สโมสรมีความรับผิดชอบต่อการจัดการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	3.00	0.78	3.09	0.75	-1.246	.213
บุคลากรของสโมสรมีความรู้ความเข้าใจในการจัด และดำเนินการแข่งขันฟุตบอล ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก	2.99	0.80	3.11	0.71	-1.691	.092
บุคลากรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี	3.11	0.77	3.11	0.71	-.062	.951
มีผู้ตัดสินที่มีความสามารถผ่านการอบรมมาแล้ว อย่างน้อย License B	2.91	0.92	3.01	0.83	-1.249	.212
พนักงานมีสภาพคอยให้บริการ ประชาสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ	2.86	0.86	2.95	0.81	-1.091	.276
มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม	3.06	0.81	3.18	0.73	-1.591	.112
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	2.99	0.87	3.05	0.79	-.824	.411
มีพนักงานทำความสะอาด	2.87	0.90	2.95	0.87	-.983	.326
รวม	2.97	0.70	3.06	0.61	-1.343	.180

* $p < .05$

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนสมทางการตลาดด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
มีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง	3.13	0.82	3.17	0.72	-0.591	.555
มีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ	2.65	1.06	2.88	0.95	-2.403	.017*
มีช่องทางการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่สะดวกและรวดเร็ว	2.95	0.88	2.99	0.80	-0.487	.627
กำหนดเส้นทาง – แผนที่การเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกให้ชัดเจนและเข้าใจ	2.95	0.93	3.00	0.80	-0.630	.529
จัดคลินิกฟุตบอลสำหรับเด็ก เยาวชน และผู้ที่สนใจ	2.82	0.98	2.91	0.84	-1.103	.271
จัดหน่วยรักษาความปลอดภัย	2.94	0.92	2.98	0.81	-0.527	.599
จัดหน่วยรักษาพยาบาลประจำสนาม	3.04	0.90	3.13	0.75	-1.106	.269
จัดเตรียมที่จอดรถแก่ผู้ชมการแข่งขัน	3.06	0.85	3.10	0.74	-0.572	.568
ลงข่าวความเคลื่อนไหวทางเว็บไซต์และปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ	2.88	0.92	2.96	0.85	-1.079	.281
รวม	2.94	0.76	3.01	0.66	-1.183	.237

*p < .05

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ	3.11	0.85	3.18	0.74	-0.972	.331
จัดทำสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ประจำแต่ละสโมสร	3.12	0.86	3.08	0.79	.498	.619
จัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม	2.83	0.89	2.99	0.78	-2.077	.038*
หมั่นรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ	2.95	0.93	3.00	0.86	-.660	.510
การจัดหาสมาชิก/การสร้างแฟนคลับ	2.92	0.94	2.98	0.78	-.738	.461
มีป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจนและไม่มีสิ่งกีดขวางในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน	2.89	0.91	2.90	0.83	-.052	.958
จัดตั้งอุปกรณ์ช่วยดับเพลิงให้เห็นชัดเจน	2.80	0.91	2.89	0.84	-1.149	.251
จัดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อดูแลรักษาสวัสดิภาพแก่ผู้ชม	2.78	1.01	2.90	0.86	-1.454	.147
จัดชมกิจกรรม ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือคนทั่วไป	2.83	0.96	2.86	0.86	-.401	.689
จัดสภาพสนาม อาคาร ของสโมสรฟุตบอล พร้อมตกแต่งให้สวยงามอยู่เสมอ	2.85	0.95	2.95	0.83	-1.126	.261
จัดทำครัวประจำสโมสรฟุตบอลให้โดดเด่น	2.65	0.99	2.80	0.88	-1.797	.073
ปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด	2.91	0.97	3.11	0.82	-2.441	.015*
รวม	2.89	0.78	2.97	0.67	-1.262	.208

*p < .05

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเรื่องจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิงในรายด้าน

ความต้องการส่วนผสมทางการตลาด	เพศชาย (n = 240)		เพศหญิง (n = 240)		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	2.82	0.63	2.84	0.52	-.316	.752
ด้านราคา	2.95	0.67	2.91	0.62	.680	.497
ด้านสถานที่ให้บริการ	2.89	0.66	2.94	0.66	-.839	.402
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.83	0.78	2.91	0.66	-1.276	.203
ด้านบุคลากร	2.97	0.70	3.06	0.61	-1.343	.180
ด้านกระบวนการให้บริการ	2.94	0.76	3.01	0.66	-1.183	.237
ด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ	2.89	0.78	2.97	0.67	-1.262	.208
รวม	2.90	0.59	2.95	0.52	-.997	.319

*p < .05

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research design) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการส่วนผสมทางตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในรอบแรก จำนวนทั้งหมด 480 คน ทำการเลือกมาด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากสนามเหย้าของแต่ละสโมสรฟุตบอลรวมทั้งสิ้น 16 สนาม สนามละ 30 คน มีทีมสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันทั้งหมดครั้งนี้ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลไอศดสภา เอ็ม-150 สโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน สโมสรฟุตบอลพนักงานยาสูบ สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงเทพ สโมสรฟุตบอลทหารบก สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดชลบุรี สโมสรฟุตบอลธนาคารกรุงไทย สโมสรฟุตบอลการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาไทยฮอนด้า สโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี สโมสรฟุตบอลตำรวจ สโมสรฟุตบอลราชนาวีสโมสร สโมสรฟุตบอลองค์การโทรศัพท์ ทีไอที และสโมสรฟุตบอลสมาคมกีฬาจังหวัดนครปฐม ซึ่งเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อครอบคลุมความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 7 ประการคือ ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านราคา ความต้องการด้านสถานที่ให้บริการ ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด ความต้องการด้านบุคลากร ความต้องการด้านกระบวนการให้บริการ และความต้องการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบของความต้องการส่วนผสมทางการตลาดความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิงด้วยการทดสอบค่า “ที” (t-test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก เป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 44.2 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 20 มีสถานภาพโสดร้อยละ 63.1 รองลงมาคือสถานภาพสมรส ร้อยละ 35.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ ระดับม.6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.4 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 32.3 รองลงมาคือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 25.4 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 28.1 รองลงมาคือมีรายได้ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 25.4 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นแฟนคลับสโมสรฟุตบอลบีอีซี เทโรศาสน ร้อยละ 12.8 รองลงมาคือแฟนคลับสโมสรฟุตบอลโอสถสภา เอ็ม-150 ร้อยละ 11.1

2. พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก มาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพราะชอบดูการแข่งขันฟุตบอล ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ มาเข้าชมเพราะเป็นแฟนคลับของสโมสรนั้นๆ ร้อยละ 27 มีความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันเฉพาะนัดสำคัญๆ ร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ เข้าชมการแข่งขันทุกนัด ร้อยละ 35.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากจะทำให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูหนาว(ตั้งแต่เดือน พ.ย.- ก.พ.) ร้อยละ 68.1 รองลงมาคือ ช่วงฤดูร้อน(ตั้งแต่เดือนมี.ค.- พ.ค.) ร้อยละ 29.6 วันที่สะดวกในการเข้าชมการแข่งขันเป็นวันเสาร์และวันอาทิตย์ ร้อยละ 64.4 รองลงมาคือเป็นวันเสาร์ ร้อยละ 18.1 เวลาที่เข้าชมการแข่งขัน 16.00 น. ร้อยละ 32.9 รองลงมาคือเวลา 17.00 น. ร้อยละ 27.5 และราคาบัตรเข้าชมการแข่งขันในราคา 30-50 บาท ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือต่ำกว่า 30 บาท ร้อยละ 31.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยมากกับเพื่อน ร้อยละ 50.4 รองลงมาคือมากับครอบครัว ร้อยละ 26.9 และทราบข้อมูลการแข่งขันจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 36.6 รองลงมาคือทราบข้อมูลจากโทรทัศน์ ร้อยละ 25.3

3. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 โดยมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องสโมสรฟุตบอลควรมีสนามประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.30 ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 เมื่อพิจารณาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดในรายด้านพบว่ามีความต้องการด้านบุคลากร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.01 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97

4. การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่องจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการอภิปรายผลเป็น 2 ส่วนคือ

1. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก
2. การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

1. ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 โดยมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องสโมสรฟุตบอลควรมีสโมสรประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.30 ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการในเรื่องมีร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 เมื่อพิจารณาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดในรายด้านพบว่ามีความต้องการด้านบุคลากร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.01 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ดังมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ในเรื่องนักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี และเรื่องจัดหนักเตะยอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร ซึ่งปริชา เพ็ญขวัญดี (2534) อ้างถึงใน สิทธิ รัตนารักษ์, 2540) กล่าวว่า ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลให้เกิดผลสำเร็จลุล่วงนั้น ควรจะมีรางวัล “นักฟุตบอลยอดเยี่ยม” ซึ่งได้รับจากการพิจารณาจากกรรมซึ่งประธานในที่ประชุม

โดยกรรมการต้องติดตามผลการแข่งขันทุกครั้ง ทุกทีม ผู้เล่นเด่น รวบรวมคะแนนความสามารถของแต่ละคนจากกรรมการพิจารณา และพิจารณาผู้เล่นยอดเยี่ยมแล้วแจ้งให้พิธีกรทราบเพื่อประกาศ ดังเช่น โฮวี (Howie, 2004) กล่าวว่า ขึ้นแรกก่อนที่จะการจัดรูปแบบทีมควรคำนึงถึง 2 คำถาม คือมีผู้เล่นมีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ และมีผู้สมัครเพียงพอที่จะดูแลสโมสรและการบริหารหรือไม่

1.2 ด้านราคา

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก ในเรื่องราคาบัตรที่ทำานเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่า ราคา คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา ประกอบด้วย ราคาสินค้าในรายการส่วนลด ส่วนยอมให้ ซึ่งสอดคล้องกับลูอิส (Lewis, 1985) กล่าวว่า ปัจจัยในการจัดการทีมกีฬาให้ประสบผลสำเร็จ จะต้องคำนึงถึงการบริหารการเงิน และการส่งเสริมการขายตัวชมการแข่งขัน และโฮวี (Howie, 2004) กล่าวว่า การดำเนินการสโมสรฟุตบอลควรมีการจัดการด้านการเงินการตลาด และมีผู้สนับสนุน

1.3 ด้านสถานที่ให้บริการ

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านสถานที่ให้บริการอยู่ในระดับมาก ในเรื่องสโมสรฟุตบอลควรมีสถานที่ประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่า สถานที่ คือ การจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมายประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ดังเช่นศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า สถานที่ คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด ซึ่งปรีชา เพ็ญขวัญดี (2534 อ้างถึงใน สิทธิ รัตนารักษ์, 2540) กล่าวว่า ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลให้เกิดผลสำเร็จลุล่วงนั้นควรมีการจัดให้สะดวกในด้านจราจร การจอดรถ ทั้งภายในและภายนอกสนามแข่งขัน

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ในเรื่องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่าย และตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งข้อความ การขายตรง การขาย สื่อ ดังเช่นศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ

(2541) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน ซึ่งลูอิซ (Lewis, 1985) กล่าวว่า ปัจจัยในการจัดการทีมกีฬาให้ประสบความสำเร็จ จะต้องคำนึงถึงการจัดการเกี่ยวกับสื่อและข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ การสมัครสมาชิกทางคอมพิวเตอร์ หรือทางโทรทัศน์ ดังเช่นมุลลิน และคณะ (Mullin, B.J. et al., 2000) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องปฏิบัติโดยการเพิ่มข่าวสาร การทำให้เกิดความสนใจ การกระทำอันทำให้เกิดความอยากที่จะชม และการเริ่มมีส่วนร่วม

1.5 ด้านบุคลากร

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ในเรื่องมีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับวัตต์ (Watt , 2006) กล่าวว่า บุคลากร คือ กุญแจทางการตลาดที่สำคัญในการติดต่อทางการตลาด สามารถสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ให้กับลูกค้าได้ ดังเช่นลูอิซ (Lewis, 1985) กล่าวว่า ปัจจัยในการจัดการทีมกีฬาให้ประสบความสำเร็จ จะต้องคำนึงถึงการจัดการด้านบุคลากร เช่น การคัดเลือกและการพัฒนาบุคลากร และปริชา เพ็อกขวัญดี (2534 อ้างถึงใน สิทธิ รัตนราชิ, 2540) กล่าวว่า ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลให้เกิดผลสำเร็จลุล่วงนั้นคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลควรปฏิบัติ ดังนี้ กรรมการอำนวยความสะดวกทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาเป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการจัดการแข่งขันซึ่งให้ข้อเสนอแนะวิธีการจัดการแข่งขัน และหาทางสนับสนุนการจัดการแข่งขันสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ กรรมการจัดการแข่งขันทำหน้าที่จัดทำระเบียบแข่งขัน กำหนดวันประชุมผู้จัดการทีม จัดเตรียมเอกสารการประชุม ทำหนังสือเชิญประชุมผู้จัดการทีม วันเปิด – วันปิด และจัดเด็กเก็บบอลข้างสนาม ฝ่ายแพทย์และพยาบาลทำหน้าที่จัดแพทย์และพยาบาลประจำสนามแข่งขัน จัดโรงพยาบาลเพื่อรักษา กรณีเกิดการบาดเจ็บ จัดหารถพยาบาลประจำสนามแข่งขัน จัดเปลสนามและคนเปล และจัดหาเวชภัณฑ์ ประจำสนามแข่งขัน ฝ่ายพิธีการทำหน้าที่กำหนดการแสดงวันเปิด-วันปิดการแข่งขัน และจัดหาเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในพิธีเปิด-ปิด ฝ่ายเลขานุการทำหน้าที่จัดเอกสารด้านเตรียมงานต่างๆ จัดด้วยรางวัล เหรียญรางวัล โล่รางวัล และของที่ระลึกต่างๆ จัดพิมพ์บัตรผ่านประตูและบัตรเชิญ ติดต่อประสานงานทุกฝ่าย และออกหนังสือเชิญประชุม จัดห้องประชุม ฝ่ายสนามแข่งขันทำหน้าที่จัดหาสนามแข่งขัน พร้อมอุปกรณ์การแข่งขัน และจัดหาชุดแข่งขันสำรอง 2 ชุด ชุดผู้ตัดสินสำรอง 4 ชุด (ไม่ใช่สีดำ) ฝ่ายรักษาความปลอดภัยทำหน้าที่จัดกำลังตำรวจ ทหาร รักษาการณ์ในสนามแข่งขัน จัดกำลังตำรวจอารักขาผู้ตัดสินในสนามแข่งขันและห้องพัก และจัดให้ความสะดวกในด้านจราจร การจอดรถ ทั้งภายในและภายนอกสนาม แข่งขัน ฝ่ายผู้ตัดสินทำหน้าที่ จัดผู้ตัดสินทำหน้าที่ในวันแข่งขัน จัดทำบันทึกการเล่น ออกหนังสือการถูกคาดโทษ ไล่ออก ไปให้ทีมทราบ

จัดทำสรุปผลการแข่งขันให้ฝ่ายเลขานุการการจัดการแข่งขันทราบ จัดทำสรุปสถิติการตัดสินของผู้ตัดสินของผู้ตัดสินทุกคนให้ฝ่ายเลขานุการ และแจ้งชื่อผู้ตัดสินประจำวันให้ฝ่ายเลขานุการทราบล่วงหน้า ฝ่ายพิจารณามารยาท – วินัยทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุมพิจารณาโทษผู้เล่น ต้องเข้าใจระเบียบการแข่งขันเป็นอย่างดี ติดตามการแข่งขันว่าผู้เล่นคนใดถูกไล่ออก แล้วออกหนังสือถึงผู้จัดการทีม กำหนดวันประชุม สถานที่ เวลา รวบรวมรายชื่อผู้เล่นที่ถูกใบเหลือง – ใบแดง และเมื่อประชุมพิจารณาโทษแล้วต้องออกหนังสือแจ้งให้ทุกทีมทราบ พิธีกรการแข่งขันทำหน้าที่ประกาศกำหนดการแข่งขันให้ผู้ชมได้รับทราบในแต่ละวัน ประกาศสรุปผลการแข่งขันให้ผู้ชมได้รับทราบ และประกาศรายชื่อผู้ลงแข่งขันของทีมต่างๆ กรรมการพิจารณารางวัล “นักฟุตบอลยอดเยี่ยม” ทำหน้าที่เป็นประธานในการประชุมพิจารณานักฟุตบอลยอดเยี่ยม ติดตามผลการแข่งขันทุกครั้ง ทุกทีม คู่มือเล่นเด่นรวบรวมคะแนนความสามารถของแต่ละคนจากกรรมการพิจารณา และพิจารณาผู้เล่นยอดเยี่ยมแล้วแจ้งให้พิธีกรทราบเพื่อประกาศ

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ในเรื่องมีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่ากระบวนการ คือ กระบวนการบริการที่มีคุณภาพอันทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ประกอบด้วย ขั้นตอน วิธีการดำเนินการ กลไก กิจกรรม(กระบวนการในการจัดการกลุ่มลูกค้า) ฯลฯ ซึ่งศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่ากระบวนการ เพื่อส่งมอบคุณภาพในการบริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ซึ่งวัตต์ (Watt, 2006) กล่าวว่ากระบวนการให้บริการ คือ จะเป็นการให้การบริการอย่างมีคุณภาพ การบริการที่ดีจะช่วยเพิ่มผลกำไรในการตลาดและยังให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า

1.7 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ในเรื่องปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นเดียวกับบิตเนอร์และบูมส์ (Bitner, J. and Booms, B., 1981) กล่าวว่าการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ ความสามารถและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพซึ่งได้ถูกนำเสนอในรูปแบบของการบริการอันส่งผลให้เกิดศักยภาพด้านความพึงพอใจแก่ลูกค้า ดังเช่นวัตต์ (Watt, 2006) กล่าวว่าลักษณะทางกายภาพ คือ พื้นที่ในลักษณะนี้จะเป็นขนาดใหญ่ที่ลูกค้าได้เห็นและเกิดทัศนคติที่อยากจะทำให้กลับมาอีกในอนาคต

2. การเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศชายและเพศหญิง

จากสมมติฐานการวิจัยว่า ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องมีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในเรื่องจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม และเรื่องปรับปรุงอาคาร สถานที่สภาพแวดล้อมให้สะอาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการส่วนผสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังที่เพนเดอร์ (Pender, 1996 อ้างถึงใน มนัสวี เจริญเกษมวิทย์, 2546) กล่าวว่า เพศเป็นองค์ประกอบด้านชีวภาพของบุคคลที่จะอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมเป้าหมาย แต่เพศไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรรัตน์ หิรัญชาติ (2530) ที่ศึกษาความต้องการการให้บริการด้านการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและสมรรถภาพทางกายระหว่างบุคลากรชายและหญิง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการวิจัยของ วาสนา โฉมดี (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนส การกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการเพศชายและหญิงมีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. นักฟุตบอลควรมีสมรรถภาพทางกายที่ดี และมีน้ำใจนักกีฬา รวมทั้งมีการพัฒนาทักษะหมั่นฝึกซ้อมเป็นประจำอยู่เสมอ ในขณะที่สโมสรฟุตบอลควรจัดหานักเตะยอดเยี่ยมเพื่อให้ผู้ชมมีความชื่นชมต่อนักฟุตบอล
2. บัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลควรมีความเหมาะสม และ ควรมีราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของสโมสรฟุตบอล
3. สโมสรฟุตบอลควรมีสนามประจำสโมสรที่ได้มาตรฐาน รวมถึงมีที่จอดรถ และทางเข้า-ออกสนามที่เพียงพอ และบริเวณที่นั่งชมฟุตบอลควรมีความสะอาด
4. ควรมีการจัดโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น ในแหล่งที่เป็นศูนย์การค้า ศูนย์การคมนาคมต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และ อินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกทิพย์ พัฒนาพัวพันธ์. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการวิจัย. เชียงใหม่:

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

ต้องจิต วรพุทธพร. ลักษณะและพฤติกรรมการใช้สินค้าของผู้ชายในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

นภดล เวชสวัสดิ์. สารานุกรมฟุตบอลกินเนสส์. เชียงใหม่: สุริวงษ์บุ๊คเซนเตอร์, 2537.

นิภา แก้วศรีงาม. จิตวิทยาองค์การ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2527.

ประครอง วรรณสุด. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ประโยค สุทธิสง่า. ตำราการฝึกและการตัดสินกีฬาฟุตบอล. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2538.

เพชรรัตน์ หิรัญชาติ. ความต้องการการจัดบริการด้านการออกกำลังกาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพและ

สมรรถภาพทางกายของบุคลากรในหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานครตามการรับรู้ของ

ตนเอง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพลศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

มนัสวี เจริญเกษมวิทย์. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออกกำลังกายของพยาบาลวิชาชีพใน

โรงพยาบาลศูนย์ เขตภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพลศึกษา

สาขาวิชาการพยาบาลชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.

มาลี ใหญ่สูงเนิน. ความต้องการเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุราชการ

ของข้าราชการต่างกลุ่มอายุ สังกัดกรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการศึกษานอกโรงเรียน บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ยุทธ ไกยวรรณ. สถิติสำหรับวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือราชภัฏพระนคร, 2544.

รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

จุฬาฯ, 2548.

วาสนา โนมดี. ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์
พัฒนาศึกษาการกีฬาแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์
การออกกำลังกายและการกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550.

ศิรินาถ สิงหาแก้ว. การเปรียบเทียบค่าสถิติของมาตรฐานค่าที่มีจำนวนช่วงต่างกัน.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, 2536.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธีระฟิล์ม
และเท็กไทซ์ จำกัด, 2541.

สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช, 2521.

สัมพันธ์ คำคม. สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549.

สิทธิ รัตนราชย์. การศึกษากีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาพลศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุรพล คงลาภ. ภาษาลูกหนังฟุตบอลอังกฤษ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์, 2547.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Bitner, J. and Booms, B. **Marketing strategies and organizational structures for service firms**. Chicago: American Marketing Association, 1981.

Drever, James. **A dictionary of psychology**. Middlesex: Penguin Books, 1952.

Howie, Les. **The Official FA Guide to Running a Club**. London: Hodder & Stoughton, 2004.

Lewis, Guy. **Successful Sport Management**. United States: Michie Company, 1985.

McCarthy, J. (1960 1st ed.), **Basic Marketing**. Homewood II, 2001.

Mullin, B.J., Hardy, S. and Sutton, W.A. **Sport Marketing**. United States: Human Kinetics, 2000.

Watt, David C. **Sports Management and Administration**. 2nd ed., London: Routledge Taylor and Francis Group, 2006.



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.รัชณี ขวัญบุญจัน | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุศลวิชชัย | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิพนธ์ กิติกุล | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐไชย สุขสะอาด | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 5. ดร.พราหม อินพรม | มหาวิทยาลัยมหิดล |



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/ ๒๕๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๖ มีนาคม ๒๕๕๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน นายกษมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม ๑ ชุด

ด้วยนางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา แผนกวิชาการจัดการกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก" โดยมีอาจารย์ ดร. จุฑา ดิงศกัทธิย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยของนิสิตดำเนินไปด้วยดี ในการนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองส่วนหนึ่งและมีผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลอีกส่วนหนึ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจлим ชัยวัชรภรณ์)
คณบดี

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐๒ - ๒๑๘ - ๑๐๑๖

โทรสาร ๐๒ - ๒๑๘ - ๑๐๑๖

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โทร. ๔๑๐๑๖
ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔/ ๒๕๖3 วันที่ ๑๘ มีนาคม ๒๕๕๐

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.วิชนี ชวีบุญญจิน

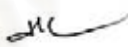
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์

๒. แบบสอบถาม ๒ ชุด

ด้วยนางสาวสิรินกานต์ ม่องประเสริฐ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ สาขาวิชาการจัดการกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฬาลักษณ์กิติย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้งานวิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) สำหรับเก็บข้อมูลในการวิจัยเรื่องดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจลิม ชวีวัชรารักษ์)
กณปที

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศบ ๐๕๑๒.๒๔/ ๒๕๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๑๖ มีนาคม ๒๕๕๐

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐไชย สุขสะอาด

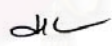
- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม ๒ ชุด

ด้วยนางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศกัทธิ์ อาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้งานวิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกาณ์นี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) สำหรับเก็บข้อมูลในการวิจัยเรื่องดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจลิ้ม ชัยวัชรารณณ์)
คณบดี

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๔-๑๐๑๖

โทรสาร ๐-๒๒๑๔-๑๐๑๖

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่ ศษ ๐๔๑๒.๒๔/ ๒๘๖



สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

96 มีนาคม ๒๕๕๐

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.พรม อินพรม

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม ๒ ชุด

ด้วยนางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติหัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง "ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร.จุฑา ดิงศภิกขีย์ อาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้งานวิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณีนี้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม) สำหรับเก็บข้อมูลในการวิจัยเรื่องดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย
จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจelim ชัยวัชรภรณ์)

คณบดี

ฝ่ายวิชาการและวิจัย

โทร. ๐-๒๒๑๘-๑๐๑๖

โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๑๖

สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คู่ที่	วันแข่งขัน	คู่แข่งขัน	สนาม	เวลา	ผลการแข่งขัน
เดือนมิถุนายน 2550					
17	เสาร์ที่ 31	สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	กับ สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	เฉลิมพระเกียรติ	16.00
18		สโมสรพนักงานยาสูบ	* ราชนาวีสโมสร	เทพศิรินทร์	16.00
19		สโมสรธนาคารกรุงเทพ	* สโมสรตำรวจ	เทคโนโลยีการกระบี่	16.00
20		สโมสรฟุตบอลทหารบก	* สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	กองทัพบก	16.00
21		สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	* สโมสรธนาคารกรุงไทย	สหศึกษาชลบุรี	16.00
22		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	* สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	เทศบาลเมืองชลบุรี	16.00
23		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	* สโมสรฟุตบอล TOT	ม.ท.วิทยาเขตรังสิต	16.00
24		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	* สโมสรฟุตบอลอีสต์สกาย M - 150	สุพรรณบุรี	16.00
เดือนพฤษภาคม 2550					
25	พุธที่ 4	ราชนาวีสโมสร	กับ สโมสรธนาคารกรุงเทพ	ราชนาวีสโมสร	16.00
26		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	* สโมสรพนักงานยาสูบ	พระวราวิกรมจันทบุรี	16.00
27		สโมสรฟุตบอล TOT	* สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	น้ำมิ่งเงิน	16.00
28		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	บีอีซี เทโรศาสน	16.00
29		สโมสรธนาคารกรุงไทย	* สโมสรฟุตบอลชลบุรี	จุฬาลงกรณ์	18.00
30		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	* สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	รูปะเนมีย์	16.00
31		สโมสรตำรวจ	* สโมสรฟุตบอลทหารบก	นนทบุรี	16.00
32		สโมสรฟุตบอลอีสต์สกาย M - 150	* สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	16.00
33	เสาร์ที่ 7	สโมสรพนักงานยาสูบ	* สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	เทพศิรินทร์	16.00
34		สโมสรธนาคารกรุงเทพ	* สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	เทคโนโลยีการกระบี่	16.00
35		สโมสรฟุตบอลทหารบก	* ราชนาวีสโมสร	กองทัพบก	16.00
36		สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	* สโมสรตำรวจ	สหศึกษาชลบุรี	16.00
37		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	* สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
38		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	* สโมสรธนาคารกรุงไทย	ม.ท.วิทยาเขตรังสิต	17.00
39		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	* สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	สุพรรณบุรี	16.00
40		สโมสรฟุตบอล TOT	* สโมสรฟุตบอลอีสต์สกาย M - 150	น้ำมิ่งเงิน	16.00
41	เสาร์ที่ 21	ราชนาวีสโมสร	* สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	ราชนาวีสโมสร	16.00
42		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	* สโมสรฟุตบอลทหารบก	พระวราวิกรมจันทบุรี	16.00
43		สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	* สโมสรธนาคารกรุงเทพ	เฉลิมพระเกียรติ	16.00
44		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรฟุตบอล TOT	บีอีซี เทโรศาสน	16.00
45		สโมสรธนาคารกรุงไทย	* สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	จุฬาลงกรณ์	18.00
46		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	* สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	รูปะเนมีย์	16.00
47		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	* สโมสรตำรวจ	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
48		สโมสรฟุตบอลอีสต์สกาย M - 150	* สโมสรพนักงานยาสูบ	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	16.00
49	เสาร์ที่ 28	สโมสรธนาคารกรุงเทพ	* สโมสรพนักงานยาสูบ	เทคโนโลยีการกระบี่	16.00
50		สโมสรฟุตบอลทหารบก	* สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	กองทัพบก	16.00
51		สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	* สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	สหศึกษาชลบุรี	16.00
52		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	* ราชนาวีสโมสร	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
53		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	* สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	สุพรรณบุรี	16.00
54		สโมสรฟุตบอล TOT	* สโมสรธนาคารกรุงไทย	น้ำมิ่งเงิน	16.00
55		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรฟุตบอลอีสต์สกาย M - 150	บีอีซี เทโรศาสน	16.00

คู่ที่	วันแข่งขัน	คู่แข่งขัน	สนาม	เวลา	ผลการแข่งขัน
เดือนพฤษภาคม 2550					
57	พุธที่ 2	ราชนาวิสโมสร	กับ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ราชนาวิสตี๊บบ	16.00
58		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	" สโมสรฟุตบอลชลบุรี	พระราชมังคลาภิเษก	16.00
59		สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	" สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	เฉลิมพระเกียรติ	16.00
60		สโมสรพนักงานยาสูบ	" สโมสรฟุตบอลทหารบก	เทพหัสดิน	16.00
61		สโมสรธนาคารกรุงไทย	" สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	จุฬาลงกรณ์	18.00
62		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	" สโมสรฟุตบอล TOT	อู่ปะเดมีย์	16.00
63		สโมสรตำรวจ	" สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	นนทบุรี	16.00
64		สโมสรฟุตบอลไอเอสลีก M - 150	" สโมสรธนาคารกรุงเทพ	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	16.00
65	เสาร์ที่ 5	สโมสรฟุตบอลทหารบก	" สโมสรธนาคารกรุงเทพ	กองทัพบก	16.00
66		สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	" สโมสรพนักงานยาสูบ	ส.พลศึกษาชลบุรี	16.00
67		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	" สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
68		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	" สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	ม.ภ.วิทยาเขตรังสิต	17.00
69		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	" ราชนาวิสโมสร	สุพรรณบุรี	16.00
70		สโมสรฟุตบอล TOT	" สโมสรตำรวจ	น้ำแก้ง	16.00
71		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	" สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	บีอีซี เทโรศาสน	16.00
72		สโมสรธนาคารกรุงไทย	" สโมสรฟุตบอลไอเอสลีก M - 150	จุฬาลงกรณ์	18.00
73	เสาร์ที่ 12	ราชนาวิสโมสร	" สโมสรฟุตบอล TOT	ราชนาวิสตี๊บบ	16.00
74		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	" สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	พระราชมังคลาภิเษก	16.00
76		สโมสรพนักงานยาสูบ	" สโมสรฟุตบอลชลบุรี	เทพหัสดิน	16.00
77		สโมสรธนาคารกรุงเทพ	" สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	เทศบาลนครระยอง	16.00
78		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	" สโมสรธนาคารกรุงไทย	อู่ปะเดมีย์	16.00
79		สโมสรตำรวจ	" สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	นนทบุรี	16.00
80		สโมสรฟุตบอลไอเอสลีก M - 150	" สโมสรฟุตบอลทหารบก	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	15.00
75		จันทร์ที่ 14	เดือนมาจากวันเสาร์ที่ 12 พฤษภาคม 2550 (AFC CHAMPIONSHIP LEAGUE 2007)		
	สโมสรฟุตบอลขอนแก่น		กับ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	เฉลิมพระเกียรติ	16.00
81	เสาร์ที่ 19	สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	" สโมสรฟุตบอลทหารบก	ส.พลศึกษาชลบุรี	16.00
82		สโมสรฟุตบอลชลบุรี	" สโมสรธนาคารกรุงเทพ	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
83		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	" สโมสรพนักงานยาสูบ	ม.ภ.วิทยาเขตรังสิต	17.00
84		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	" สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	สุพรรณบุรี	16.00
85		สโมสรฟุตบอล TOT	" สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	น้ำแก้ง	16.00
86		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	" ราชนาวิสโมสร	บีอีซี เทโรศาสน	16.00
87		สโมสรธนาคารกรุงไทย	" สโมสรตำรวจ	จุฬาลงกรณ์	18.00
88		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	" สโมสรฟุตบอลไอเอสลีก M - 150	อู่ปะเดมีย์	16.00
89	เสาร์ที่ 26	ราชนาวิสโมสร	" สโมสรธนาคารกรุงไทย	ราชนาวิสตี๊บบ	16.00
90		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	" สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	พระราชมังคลาภิเษก	16.00
91		สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	" สโมสรฟุตบอล TOT	เฉลิมพระเกียรติ	16.00
92		สโมสรพนักงานยาสูบ	" สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	เทพหัสดิน	16.00
93		สโมสรธนาคารกรุงเทพ	" สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	เทศบาลนครระยอง	16.00
94		สโมสรฟุตบอลทหารบก	" สโมสรฟุตบอลชลบุรี	กองทัพบก	16.00
95		สโมสรตำรวจ	" สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	นนทบุรี	16.00
96		สโมสรฟุตบอลไอเอสลีก M - 150	" สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	16.00

คู่ที่	วันแข่งขัน	คู่แข่งขัน	สนาม	เวลา	ผลการแข่งขัน
เดือนพฤษภาคม 2550					
97	พุธที่ 30	สโมสรฟุตบอลชลบุรี	กับ สโมสรกีฬาฟิสิกส์ภูมิภาค	เทศบาลเมืองชลบุรี	18.00
98		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	* สโมสรฟุตบอลทหารบก	ม.ภท.วิทยาเขตรังสิต	17.00
99		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	* สโมสรธนาคารกรุงเทพ	สุพรรณบุรี	18.00
100		สโมสรฟุตบอล TOT	* สโมสรพนักงานยาสูบ	น้ำแก้ง	18.00
101		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	บีอีซี เทโรศาสน	18.00
102		สโมสรธนาคารกรุงไทย	* สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	จุฬาลงกรณ์	18.00
103		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	* ราชชนนีสโมสร	จุฬาลงกรณ์	18.00
104		สโมสรตำรวจ	* สโมสรฟุตบอลโสตสภา M - 150	หนองปรือ	18.00
เดือนมิถุนายน 2550					
105	เสาร์ที่ 2	ราชชนนีสโมสร	กับ สโมสรตำรวจ	ราชชนนีสดับ	18.00
106		สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	* สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	พระราชวังสนามจันทร์	18.00
107		สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	* สโมสรธนาคารกรุงไทย	เฉลิมพระเกียรติ	18.00
108		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรพนักงานยาสูบ	บีอีซี เทโรศาสน	18.00
109		สโมสรธนาคารกรุงเทพ	* สโมสรฟุตบอล TOT	เทศบาลนครระยอง	18.00
110		สโมสรฟุตบอลทหารบก	* สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	กองทัพบก	18.00
111		สโมสรกีฬาฟิสิกส์ภูมิภาค	* สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ค.พท.ศึกษาชลบุรี	18.00
112		สโมสรฟุตบอลโสตสภา M - 150	* สโมสรฟุตบอลชลบุรี	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	18.00
113	เสาร์ที่ 9	สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	* สโมสรฟุตบอลชลบุรี	ม.ภท.วิทยาเขตรังสิต	17.00
114		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	* สโมสรกีฬาฟิสิกส์ภูมิภาค	สุพรรณบุรี	18.00
115		สโมสรฟุตบอล TOT	* สโมสรฟุตบอลทหารบก	น้ำแก้ง	18.00
116		สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	* สโมสรธนาคารกรุงเทพ	บีอีซี เทโรศาสน	18.00
117		สโมสรธนาคารกรุงไทย	* สโมสรพนักงานยาสูบ	จุฬาลงกรณ์	18.00
118		สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	* สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	จุฬาลงกรณ์	18.00
119		สโมสรตำรวจ	* สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	หนองปรือ	18.00
120		สโมสรฟุตบอลโสตสภา M - 150	* ราชชนนีสโมสร	ศูนย์กีฬาคลองจั่น	18.00
16	พุธที่ 13	เลื่อนมาจากวันเสาร์ที่ 24 มิถุนายน 2550 (AFC CHAMPIONSHIP LEAGUE 2007)			
		สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	กับ สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	สุพรรณบุรี	18.00
53	เสาร์ที่ 16	เลื่อนมาจากวันเสาร์ที่ 28 พฤษภาคม 2550 (AFC CHAMPIONSHIP LEAGUE 2007)			
		สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กับ สโมสรตำรวจ	ม.ภท.วิทยาเขตรังสิต	17.00

สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
2 มีนาคม 2550

++หมายเหตุ++ สนามที่แต่ละสโมสรใช้ทำการแข่งขันเป็นสนามเหย้า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ลำดับ	ชื่อทีม	ชื่อสนาม
1.	สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	สนามฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
2.	สโมสรฟุตบอลโสตสภา M - 150	สนามฟุตบอลศูนย์กีฬาคลองจั่น การเคหะแห่งชาติ
3.	สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	สนามฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน หนองจอก
4.	สโมสรพนักงานยาสูบ	สนามเทพศิรินทร์
5.	สโมสรธนาคารกรุงเทพ	สนามฟุตบอลสถานเอกอัครราชทูตอินโดนีเซียจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
6.	สโมสรฟุตบอลทหารบก	สนามกีฬากองทัพบก
7.	สโมสรฟุตบอลการท่าเรือแห่งประเทศไทย	สนามจุฬาลงกรณ์
8.	สโมสรฟุตบอลชลบุรี	สนามกีฬาเทศบาลเมืองชลบุรี
9.	สโมสรธนาคารกรุงไทย	สนามจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10.	สโมสรกีฬาฟิสิกส์ภูมิภาค	สนามฟุตบอลสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชลบุรี
11.	สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	สนามฟุตบอลศูนย์กีฬาเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา หนองบัว
12.	สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	สนามกีฬากลางจังหวัดสุพรรณบุรี
13.	สโมสรตำรวจ	สนามกีฬากลางจังหวัดนครปฐม
14.	ราชชนนีสโมสร	สนามกีฬาราชชนนี กม.5 สัตหีบ
15.	สโมสรฟุตบอล TOT	สนามน้ำแก้ง
16.	สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	สนามฟุตบอลพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม



แบบฟอร์ม กำหนดสีของชุดแข่งขัน
การแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย
"ไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2007"
"THAILAND PREMIER LEAGUE 2007"



ชุดแข่งขัน

ที่	ทีม	ชุดแข่งขันที่ 1 (OFFICIAL COLOURS)				ชุดแข่งขันที่ 2 (RESERVE COLOURS)			
		เสื้อ	กางเกง	ถุงเท้า	ประตู	เสื้อ	กางเกง	ถุงเท้า	ประตู
1.	สโมสรฟุตบอลมหาวิทยาลัยกรุงเทพ	แสด	ดำ	ดำ	เทา ฟ้า	ขาว	กรมท่า	กรมท่า	เทา ฟ้า
2.	สโมสรฟุตบอลไอเอสกลา M - 150	เหลือง	ดำ	ดำ	ฟ้า	แดง	แดง	ดำ	ฟ้า
3.	สโมสรฟุตบอล บีอีซี เทโรศาสน	แดง	ขาว	แดง	ดำ	เหลือง	น้ำเงิน	น้ำเงิน	เทา
4.	สโมสรพนักงานยาสูบ	เหลือง	กรมท่า	ขาว	เทา	ขาว	กรมท่า	ขาว	เทา
5.	สโมสรธนาคารกรุงเทพ	ขาว	ขาว	ขาว	เทา ฟ้า	บานเย็น	กรมท่า	กรมท่า	เทา ฟ้า
6.	สโมสรฟุตบอลทหารบก	เขียว	กรมท่า	กรมท่า	เหลือง ฟ้า	แดง	แดง	แดง	เหลือง ฟ้า
7.	สโมสรฟุตบอลการทำเรือ แห่งประเทศไทย	แสด - น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน		เหลือง	น้ำเงิน	น้ำเงิน	
8.	สโมสรฟุตบอลชลบุรี	น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน	เหลือง	ขาว	ขาว	ขาว	เขียว
9.	สโมสรธนาคารกรุงไทย	ฟ้า	ฟ้า	ฟ้า	เหลือง ดำ	เหลือง	ดำ	ดำ	ดำ
10.	สโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	ม่วง	ม่วง	ม่วง	เขียว ฟ้า	ขาว	ม่วง	ขาว	เขียว ฟ้า
11.	สโมสรฟุตบอลขอนแก่น	แดง	แดง	แดง	เทา	ขาว	ขาว	ขาว	ฟ้า
12.	สโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี	ส้ม	ส้ม	น้ำเงิน	เขียว	น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน	เทา
13.	สโมสรตำรวจ	แดง	ดำ	ดำ	เทา ฟ้า	ขาว	ดำ	ขาว	เทา ฟ้า
14.	ราชนาวิสโมสร	ขาว	ขาว	ขาว	แสด ฟ้า	น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน	แสด ฟ้า
15.	สโมสรฟุตบอล TOT	ฟ้า	ฟ้า	ฟ้า	เลือดหมู - แดง - ดำ	ขาว	ขาว	ขาว	เลือดหมู - แดง - ดำ
16.	สโมสรฟุตบอลจังหวัดนครปฐม	เหลือง	น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน	น้ำเงิน	เหลือง	น้ำเงิน	เหลือง



ภาคผนวก ค

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชุดที่.....

สนามเหย้า/นัดเหย้า.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

คำชี้แจง : การศึกษาครั้งนี้ทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้า ของนิสิตระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาการจัดการกีฬา สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

1. ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์
2. ความต้องการด้านราคา
3. ความต้องการด้านสถานที่ให้บริการ
4. ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ความต้องการด้านบุคลากร
6. ความต้องการด้านกระบวนการให้บริการ
7. ความต้องการด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 2) 5,000 – 10,000 บาท
- 3) 10,001 – 20,000 บาท
- 4) มากกว่า 20,000 บาท
- 5) ยังไม่มีรายได้

7. ท่านเป็นแฟนคลับประจำสโมสรฟุตบอลใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| 1) <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | 2) <input type="checkbox"/> โอลิมปิก เอ็ม-150 |
| 3) <input type="checkbox"/> บีอีซี เทโรศาสน | 4) <input type="checkbox"/> พนักงานยาสูบ |
| 5) <input type="checkbox"/> ธนาคารกรุงเทพ | 6) <input type="checkbox"/> ทหารบก |
| 7) <input type="checkbox"/> การท่าเรือฯ | 8) <input type="checkbox"/> ชลบุรี |
| 9) <input type="checkbox"/> ธนาคารกรุงไทย | 10) <input type="checkbox"/> การไฟฟ้าฯ |
| 11) <input type="checkbox"/> ไทยฮอนด้า | 12) <input type="checkbox"/> สุพรรณบุรี |
| 13) <input type="checkbox"/> ดำรง | 14) <input type="checkbox"/> ราชนาวิ |
| 15) <input type="checkbox"/> ทีโอที | 16) <input type="checkbox"/> นครปฐม |
| 17) <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

1. ท่านมาเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเพราะเหตุใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) เป็นแฟนคลับของสโมสรนั้นๆ
- 2) ชื่นชอบฝีเท้าของนักฟุตบอล
- 3) ชอบดูการแข่งขันฟุตบอล
- 4) ไม่เสียเงิน
- 5) ใกล้บ้าน
- 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

- 1) ทุกนัด
- 2) เฉพาะนัดสำคัญๆ
- 3) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ท่านอยากให้การแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกเริ่มแข่งช่วงฤดูกาลใด

- 1) ฤดูร้อน (ตั้งแต่เดือน มี.ค. - พ.ค.)
 2) ฤดูฝน (ตั้งแต่เดือน มิ.ย. - ต.ค.)
 3) ฤดูหนาว (ตั้งแต่เดือน พ.ย. - ก.พ.)

4. ท่านสะดวกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกวันไหน

- 1) วันเสาร์
 2) วันอาทิตย์
 3) ทั้งวันเสาร์และวันอาทิตย์
 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. โดยส่วนใหญ่ท่านสะดวกที่จะเข้าชมเวลาไหน

- 1) 16.00 น.
 2) 16.30 น.
 3) 17.00 น.
 4) 18.00 น.
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ท่านมีความต้องการที่จะซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกในราคาใด

- 1) ต่ำกว่า 30 บาท
 2) 30 - 50 บาท
 3) 60 - 100 บาท
 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกกับใคร

- 1) มาตามลำพัง
 2) มากับเพื่อน
 3) มากับครอบครัว (สามี ภรรยา ลูก)
 4) มากับคู่รัก
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านทราบข้อมูลการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกจากที่ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) โทรทัศน์
 2) วิทยุ
 3) หนังสือพิมพ์
 4) อินเทอร์เน็ต
 5) ญาติพี่น้อง / เพื่อน
 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการส่วนสมทางการตลาดของผู้ชมที่มีต่อฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

คำชี้แจง : โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการส่วนสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก

ข้อที่	คำถาม	ความคิดเห็น/ความต้องการ			
		มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.	นักฟุตบอลมีเทคนิคกลยุทธ์ในการเล่นสูงและมีสมรรถภาพทางกายที่ดี				
2.	นักฟุตบอลมีน้ำใจนักกีฬา				
3.	จัดหานักเตะยอดเยี่ยมประจำสโมสรฟุตบอล				
4.	ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการโค้ช				
5.	สโมสรฟุตบอลทุ่มทุนการสร้างทีมฟุตบอลอย่างจริงจัง				
6.	จัดตารางการแข่งขันมีช่วงฤดูกาลที่ชัดเจนและแน่นอน				
7.	สโมสรจัดทำประวัตินักฟุตบอลยอดเยี่ยม				
8.	สโมสรจัดทำของที่ระลึก				
9.	สโมสรมีการจัดทำนิตยสารเป็นประจำ				
10.	สโมสรมีเพลงเชียร์ประจำทีม				
11.	สโมสรมีการจัดทำตัวนำโชค(Mascot)ให้เป็นที่ประจักษ์				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					
ด้านราคา					
12.	ราคาบัตรที่ท่านเข้าชมการแข่งขันมีความเหมาะสม				
13.	ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาทั้งครอบครัว				
14.	ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิกของสโมสรฟุตบอล				
15.	ราคาพิเศษสำหรับผู้ที่มาพร้อมกับสมาชิกของสโมสรฟุตบอล				
16.	ให้เข้าชมการแข่งขันฟรี				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					

ข้อที่	คำถาม	ความคิดเห็น/ความต้องการ			
		มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
17.	ด้านสถานที่ให้บริการ สโมสรฟุตบอลควรมีสถานมประจำของสโมสรที่ได้มาตรฐาน				
18.	มีที่จอดรถเพียงพอ				
19.	ทางเข้า – ออก สนาม มีหลายทาง				
20.	จัดรถบริการรับส่งผู้ชมเข้าสู่สนาม				
21.	มีห้องนำบริการเพียงพอและสะอาด				
22.	สนามมีภาชนะใส่ขยะที่เพียงพอ				
23.	บริเวณที่นั่งชมฟุตบอลมีความสะอาด				
24.	มีร้านจำหน่ายของที่ระลึก				
25.	มีร้านจำหน่ายอาหาร – เครื่องดื่ม ที่ถูกหลักโภชนาการ				
26.	จัดสถานที่นั่งทานการพักผ่อนหย่อนใจ				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					
27.	ด้านการส่งเสริมการตลาด จัดกิจกรรม / ชุม ในการแข่งขันนัดสำคัญ (กู บิ๊ก แมตช์)				
28.	จัดทำเอกสาร/จุลสาร เกี่ยวกับฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก โดยตรง				
29.	มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกชนิด เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสาร				
30.	จัดให้มีการสัมภาษณ์โค้ช/ผู้จัดการทีมก่อน-หลังการแข่งขัน				
31.	สมาชิกของสโมสรได้รับสิทธิพิเศษในการชมฟุตบอล				
32.	ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ทางบัตรส่งถิ่นชิงโชค				
33.	ซื้อบัตรเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก แลกของที่ระลึก				
34.	จัดกิจกรรมพบปะสมาชิกของสโมสรฟุตบอลเป็นประจำ				

ข้อที่	คำถาม	ความคิดเห็น/ความต้องการ			
		มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
35.	จัดกิจกรรมนำเสนอสัญลักษณ์และตัวนำโชคของสโมสรฟุตบอลให้เป็นที่คุ้นเคย				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
..... ✍					
36.	ด้านบุคลากร สโมสรมีความรับผิดชอบต่อการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก				
37.	บุคลากรของสโมสรมีความรู้ความเข้าใจในการจัด และดำเนินการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก				
38.	บุคลากรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี				
39.	มีผู้ตัดสินที่มีความสามารถผ่านการอบรมมาแล้ว อย่างน้อย License B				
40.	พนักงานมีสภาพคอยให้บริการประชาสัมพันธ์และคำแนะนำด้านต่างๆ				
41.	มีเจ้าหน้าที่พยาบาลประจำอยู่ที่สนาม				
42.	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย				
43.	มีพนักงานทำความสะอาด				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
..... ✍					
44.	ด้านกระบวนการให้บริการ มีการรายงานผลการแข่งขันที่รวดเร็วและถูกต้อง				
45.	มีโทรทัศน์วงจรปิดสำหรับย้อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ				
46.	มีช่องทางในการจำหน่ายบัตรเข้าชมที่สะดวกและรวดเร็ว				
47.	กำหนดเส้นทาง - แผนที่การเข้าชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก ให้ชัดเจนและเข้าใจ				
48.	จัดคลินิกฟุตบอลสำหรับเด็ก เยาวชน และผู้ที่สนใจ				
49.	จัดหน่วยรักษาความปลอดภัย				
50.	จัดหน่วยรักษาพยาบาลประจำสนาม				

ข้อที่	คำถาม	ความคิดเห็น/ความต้องการ			
		มากที่สุด 4	มาก 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
51.	จัดเตรียมที่จอดรถแก่ผู้ชมการแข่งขัน				
52.	ลงข่าวความเคลื่อนไหวทางเว็บไซต์และปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					
53.	<u>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</u> ปรับปรุงสภาพสนามอยู่เสมอ				
54.	จัดทำสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ประจำแต่ละสโมสร				
55.	จัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชม				
56.	หมั่นรักษาความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ				
57.	การจัดหาสมาชิก/การสร้างแฟนคลับ				
58.	มีป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจนและไม่มีสิ่งกีดขวางในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน				
59.	จัดตั้งอุปกรณ์ช่วยดับเพลิงให้เห็นชัดเจน				
60.	จัดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อดูแลรักษาสวัสดิภาพแก่ผู้ชม				
61.	จัดซุ้มกิจกรรม ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชมฟุตบอลไทย-แลนด์ พรีเมียร์ลีก หรือ คนทั่วไป				
62.	จัดสภาพสนาม อาคาร ของสโมสรฟุตบอล พร้อมตกแต่งให้สวยงามอยู่เสมอ				
63.	จัดทำครัวประจำสโมสรฟุตบอลให้โดดเด่น				
64.	ปรับปรุงอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด				
อื่นๆ (โปรดระบุ)					
.....					

😊 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ ✍

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ : นางสาวสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ
 วัน เดือน ปีเกิด : วันพฤหัสบดีที่ 19 พฤษภาคม 2526
 สถานที่เกิด : กรุงเทพมหานคร
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 79/210 หมู่บ้านธารารมณณ์ ถนนรามคำแหง150
 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง
 กรุงเทพมหานคร 10240
 ประวัติการศึกษา : สำเร็จหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
 (วิทยาศาสตรการกีฬา) เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง
 สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 พ.ศ.2547 เข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงวิชาการจัดการกีฬา
 สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 พ.ศ. 2548

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย