

ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของ
สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี

Needs and Responses of Chonburi F.C. Fan's club on Chonburi F.C. Service

กฤติญา แซงชะ, สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอล ชลบุรี เอฟซี เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิก และหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและ การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอล ชลบุรี เอฟซี ตามหลักการส่วนประสมการตลาดการบริการ (7P's) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงเท่ากับ .97 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มแกนนำ 59 คน และกลุ่มสมาชิก 327 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลประกอบด้วย คะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การทดสอบค่าที (t-test) และสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation)

สรุปผลการศึกษา พบว่า 1) ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ความต้องการและการได้รับการตอบสนอง โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ภายในกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกโดยรวม แตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3) เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก ความต้องการและการได้รับการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความต้องการ ได้รับการตอบสนอง/ แฟนคลับ / การให้บริการ/ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี

Abstract

The purpose of this study was to needs and responses of Chonburi F.C. fan's club on Chonburi F.C. service, to compare the need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service of mainstay member and member, the correlation of need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service of mainstay member and member. The population were 56 mainstay member and 327 member of Chonburi football fan's club. The Research instruments were questionnaire on need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service on Marketing Mix (7P's). Data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, t-test and Simple Correlation.

The study results 1) The need and responses of Chonburi-football fan's club on Chonburi F.C. service of mainstay member and member indicated at the highest level. 2) The need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service between mainstay member and member was not significantly. 3) The need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service of mainstay member and member was significantly at .05 level. 4) The need and responses of Chonburi football fan's club on Chonburi F.C. service of mainstay member and member indicated correlation was significantly at .05 level

Keyword: Need and responses/ Fan's club/ Chonburi F.C. 7 P's

บทนำ

จากพระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 9) ทรงตรัสว่า "กีฬามีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับชีวิตของแต่ละคนและชีวิตของบ้านเมือง" เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นทราบได้เป็นอย่างดีแล้วว่า "กีฬา" เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่า ไม่ว่าจะเป็กีฬาประเภทใดก็ตาม ย่อมเป็นสิ่งที่ดีงามและมีความสำคัญมาก หากเรานำมาปรับใช้ให้ถูกต้อง จะเกิดประโยชน์กับตนเองและส่วนรวม เพราะกีฬาเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมคุณภาพของมนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ ให้เป็นผู้เข้มแข็ง อดทน ซื่อสัตย์ มีน้ำใจ รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย และความสำเร็จทางการกีฬา จะสะท้อนให้เห็นถึง ระดับความเจริญของประเทศและคุณภาพของประชาชน (กฤษฎา พงษ์รินทร์, 2542, หน้า 1) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากีฬาเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีกระบวนการหลายๆ รูปแบบ เป็นองค์ประกอบไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา การปรับปรุง การส่งเสริมและการสนับสนุนในบรรดา กีฬาทุกประเภทกีฬาฟุตบอลนับว่าเป็นกีฬาที่คนทั่วโลกรู้จักกันแพร่หลาย ฟุตบอล (Football) คือ กีฬาประเภทหนึ่ง que เล่นกันบน สนามหญ้า ต้องอาศัยลูกบอลระหว่างผู้เล่น 2 ฝ่าย โดยผู้เล่นแต่ละฝ่ายมีทั้งหมด 11 คน และผู้เล่นแต่ละฝ่ายจะต้องพยายามเตะลูกบอลให้เข้าประตู ฝ่ายตรงข้ามให้ได้ ในปัจจุบันฟุตบอลอาจถือได้ว่าเป็นกีฬาที่มีคนติดตามชมมากที่สุดในโลก

รวมทั้งประเทศไทยด้วย (พินิต วงษ์ชัยกุล, 2543, หน้า 1) กีฬาฟุตบอลได้รับการยกย่องให้เป็นกีฬาแห่งมวลมนุษยชาติ ดังนั้นกีฬาประเภทฟุตบอลเป็นกีฬาสากลหรือกีฬาโลกที่คนนิยมสำหรับกีฬาฟุตบอลได้เข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทย ในราวตอนต้นของรัชกาลที่ 6 เนื่องจากในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้ส่งพระราชโอรสและข้าราชการบริพารไปศึกษาต่างประเทศอังกฤษและเมื่อกลับมาได้นำเอากีฬาฟุตบอลเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยเมื่อมีประชาชนนิยมเล่นกันทั่วไปและมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ พระบาท สมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ทรงจัดตั้งเป็น "สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์" ในปี พ.ศ.2459 ต่อมาได้มีการ เปลี่ยนแปลงชื่อเป็น "สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์" (วิทยา เจริญพัฒนาชัย, 2546, หน้า 2) ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

ในฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก มีสโมสรฟุตบอลของประเทศไทยจำนวน 16 ทีมที่เข้าร่วมแข่งขันฟุตบอลในปี ค.ศ. 2008 แต่ละทีมที่ลงแข่งขันได้รับความนิยมจากแฟนบอลเป็นอย่างมาก เนื่องจากสโมสรฟุตบอลของประเทศไทยเริ่มที่จะพัฒนาก้าวเข้าสู่ฟุตบอลอาชีพตามมาตรฐานของสหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (AFC) นิตยสาร TPL Weekly (26 เม.ย. 2551) เป็นนิตยสารที่นำเสนอข่าวสารทีมฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ในไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีก 2008 เป็นรายสัปดาห์ ทำให้ แฟนคลับรับทราบข้อมูลข่าวสารของฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกได้ทุกครั้งและการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ตั้งงบประมาณไว้ 2 ล้านบาทให้ความช่วยเหลือด้านแฟนคลับแก่ทีมสโมสรฟุตบอลนั้น การกีฬาแห่งประเทศไทย จะให้การส่งเสริมโดยการจัดหารางวัลที่มีค่าให้แก่สโมสร เพื่อดึงดูดแฟนคลับให้เข้าชมการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (คิกออฟ, ฉบับที่, 2904.ก.ค. 2550) การกีฬาแห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับแฟนคลับเนื่องจาก แต่ละทีมมีแฟนคลับที่คอยให้กำลังใจทุกครั้งที่ลงแข่งขัน เพราะถ้าไม่มีคนดูนักฟุตบอลก็ไม่มีกำลังใจเล่นเช่นเดียวกันทีมสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟ ซี เป็นทีมที่คนไทยทั้งประเทศรู้จัก เพราะมีกลุ่มแฟนคลับที่คอยให้กำลังใจนักกีฬาตลอดที่ลงแข่งขันและสร้างสีสันบรรยากาศ ในการเชียร์ได้เหมือนการชมฟุตบอลต่างประเทศ การตื่นตัวของคนไทยในการติดตามชมฟุตบอลทำให้เกิดกระแสความนิยมมากมีการรวมกลุ่มตั้งเป็นชมรมหรือแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลต่างๆ เพื่อเชียร์ทีมที่ชอบ (โอห์ม สุขศรี, 2550, หน้า 6) เมื่อมีทีมฟุตบอลเป็นทีมที่ชื่นชอบมีอยู่แล้วยิ่งทำให้แฟนคลับของเขาทั้งหลาย ต้องติดตามเชียร์ทีมในดวงใจของตนเอง ตลอดจนมีจำนวนแฟนคลับมากขึ้นกลายเป็นกลุ่มกองเชียร์ระดับประเทศที่มีชื่อเสียงและที่สำคัญชลบุรีมีกลุ่มกองเชียร์และแฟนคลับทั่วประเทศที่คนรู้จักในนาม แฟนคลับ ของชลบุรี เอฟซี กองเชียร์มีส่วนสำคัญในการพาทีมคว้าแชมป์ฟุตบอลไทยแลนด์ลีกเป็นครั้งแรกของสโมสร เพราะได้รับแรงเชียร์ที่สม่าเสมอจากกองเชียร์ (ชาญวิทย์ ผลชีวิน, 2550)

แฟนคลับชลบุรี เอฟซี คือ กำลังสำคัญที่สนับสนุนทีมฟุตบอลให้อยู่รอดเพราะเป็นหนึ่งในมาตรฐานที่สหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation : AFC) กำหนด (ชาญวิทย์ ผลชีวิน, 2550) ที่จะทำให้ทีมฟุตบอลอาชีพมีรายได้เกิดขึ้น AFC กำหนดให้ทีมฟุตบอลไทยที่จะเข้าไปเล่นในพรีเมียร์ลีกได้ต้องประกอบไปด้วย 4 ข้อ คือ 1) สโมสรต้องมีรายได้จากค่าบัตรผ่านประตูจากแฟนคลับ 2) สโมสรต้องมีการจัดทำงบประมาณ กำไร ขาดทุน

ประจำปี 3) สโมสรต้องมีงบประมาณจัดการแข่งขัน 4) สโมสรต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล หรือเป็นทีมฟุตบอลอาชีพในรูปแบบบริษัทจริงๆ ทีมชลบุรีเป็นแบบอย่างสโมสรอื่นในการเชียร์ ทีมฟุตบอลที่ตัวเองรักและมีความชื่นชอบเพื่อทีมของตนเองจะได้ก้าวเข้ามาเล่นฟุตบอลมืออาชีพ ได้อย่างเต็มตัวและการสร้างทีมฟุตบอลมืออาชีพในบ้านเกิดได้ หัวใจหลักสำคัญอยู่ที่การสร้าง "แฟนคลับ" ของแต่ละสโมสรเมื่อมีแฟนบอลรายได้ก็เกิด เช่นการขายตั๋ว ขายสินค้าที่ระลึก ทั้งเสื้อเชียร์ ผ้าพันคอ หมวก ธงเชียร์ และอีกหลายๆ อย่าง ที่ก่อให้เกิดรายได้อย่างงดงาม สามารถเลี้ยงกลุ่มกองเชียร์ได้ (บี บางปะกง, 2551, หน้า 22) เช่น กลุ่มแฟนคลับของชลบุรี กว่าจะมาถึงจุดนี้ได้เกิดปัญหาและความต้องการที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มถึงแม้ว่าผู้วิจัย จะมองเห็น การเชียร์ของแฟนคลับชลบุรีเอฟซี เรียกว่า สร้างสีสันบรรยากาศในการเชียร์ไม่แพ้ การชมฟุตบอลในต่างประเทศ กองเชียร์ชลบุรีกลายเป็น "ปรากฏการณ์ใหม่" ของวงการ ฟุตบอลไทยที่เรียกว่าใกล้เคียงกับบรรยากาศกองเชียร์บอลต่างประเทศ มากที่สุด (วรเทพ มากโกคา, 2551, หน้า 22) ยังมีปัจจัยอื่นประกอบที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ซึ่งหากสโมสร หรือผู้บริหารมีข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับในเรื่องความต้องการและการได้รับการตอบสนอง ณ สภาพปัจจุบันจัดว่าการจัดกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ที่ทำไปส่งผลให้ทราบความต้องการและการได้รับการตอบสนองอยู่ระดับใดจะ ทำให้สามารถปรับปรุงการดำเนินงานของสโมสรด้านแฟนคลับต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นจึงกล่าวได้ว่า แฟนคลับมีความสำคัญต่อสโมสรเป็นกำลังสำคัญ ให้ทีมอยู่รอดตั้งเช่นข้อกำหนดของสหพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (Asian Football Confederation :AFC) กล่าวว่าสโมสรต้องมีรายได้จากค่าบัตรผ่านประตูจากแฟนคลับ ดังนั้นแต่ละสโมสรจึง ต้องมีกลุ่มแฟนคลับที่มีจำนวนมากพอจึงทำให้การดูแลและการให้บริการแฟนคลับเป็นไปอย่าง หลากหลายตามความต้องการและได้รับการตอบสนองที่ประทับใจ ถ้าได้รับการตอบสนอง ตามที่ต้องการ ก็จะทำให้เข้าร่วมกิจกรรมอยู่เสมอ และชักชวนให้ผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญ เพราะเป็นการครองใจผู้รับบริการ และทำให้ผู้รับ บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก ในเชิงบวกของผู้รับบริการต่อการบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งๆ ที่ซึ่ง ความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์บริการ ราคาค่าบริการ สถานที่บริการ การส่งเสริมแนะนำบริการ ให้ผู้บริการ/ผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมของ การบริการ กระบวนการบริการ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2545, หน้า 27) ซึ่ง สโมสรฟุตบอล ชลบุรี เอฟ ซี ต้องใช้เครื่องมือทางการตลาดบริการเพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของสมาชิก และ ทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546, หน้า 10) เช่นเดียวกับคอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 14) ที่กล่าวถึงส่วนประกอบที่สำคัญของ กลยุทธ์การตลาดคือ กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

จากเหตุผลดังกล่าวจะทำให้แฟนคลับเกิดความประทับใจ พร้อมทั้งจะเข้าร่วมกิจกรรม และชมการแข่งขันในสนาม จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี โดยใช้หลักการบริการ (7P's) เพื่อแสวงหาข้อมูลที่แท้จริงด้านความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ซึ่งจะทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นนำมาพัฒนาสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ให้ก้าวหน้าและเจริญเติบโตเป็นสโมสรระดับประเทศต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

สำหรับกรอบการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดจากภาระงานการให้บริการในด้านต่างๆ ของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี เพื่อศึกษาระดับความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน (7P's) คือด้าน การให้บริการ (Product/ Service) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการกระบวนการ (Management Process) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยผู้วิจัยกำหนดกลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิกเป็นตัวแปรต้น ในการศึกษา ดังแผนภาพ

ตัวแปรต้น

กลุ่มตัวแปรตาม

**ประเภทของแฟนคลับ
ชลบุรี เอฟซี**

1. กลุ่มแกนนำ
2. กลุ่มสมาชิก



<p>ความต้องการของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการให้บริการ (Product/ Service) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านกระบวนการบริการ (Process) 7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)
<p>การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้านการให้บริการ (Product/ Service) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านบุคลากร (People) 6. ด้านกระบวนการบริการ (Process) 7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้ประเภทของกลุ่มแฟนคลับเป็นเกณฑ์ จากการเปิดตารางการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, p. 608) จากประชากรจำนวน 2,270 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง แฟนคลับชลบุรี เอฟซี จำนวน 386 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มแกนนำ 59 คน และกลุ่มสมาชิก 327 คน แล้วสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีจับฉลาก (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล :

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเพื่อสำรวจความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามนี้ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวัดระดับความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ทั้ง 7 ด้าน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบการประมาณค่าระดับ โดยแบ่งระดับความต้องการโดยวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ออกเป็น 5 ระดับ

การแปลความหมายของคะแนน ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, หน้า 23 - 24)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50 - 5.00	หมายถึง มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50 - 4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50 - 3.49	หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50 - 2.49	หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00 - 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ :

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามครั้งนี้

2 นำข้อมูลที่ได้รับมาสร้างข้อคำถามที่เกี่ยวกับ ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี

3 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4 นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วแก้ไข ปรับปรุงแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจำนวน 5 ท่าน การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น 1 ชุด ประกอบด้วยแบบสอบถาม ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี กับการให้บริการ 7 ด้าน

5 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบใช้กับกลุ่มแฟนคลับชลบุรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากรที่ศึกษาคือ กลุ่มแฟนคลับชลบุรี จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการตรวจสอบภาษาความเข้าใจ ในการตอบคำถามทั้งฉบับ และทำการตรวจสอบค่าคงที่ของแบบสอบถาม นำข้อมูลที่มาตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2538, หน้า 174) และเมื่อตรวจสอบเป็นรายข้อกับผลรวมของค่าคำถามทั้งฉบับแต่ละชุดของแบบสอบถามโดยกาหาค่าสหสัมพันธ์ (Corrected Item-Total Correlation) โดยถือค่าคะแนนทั้งฉบับเป็นคะแนนที่แทนโครงสร้างรวมของเนื้อหาที่ต้องศึกษา จากนั้นพิจารณาตัดข้อคำถามที่มีค่าสหสัมพันธ์กับผลรวมของข้อคำถามที่เหลือต่ำกว่าออก (เรณา พงษ์เรืองพันธุ์ และประสิทธิ์ พงษ์เรืองพันธุ์, 2543) เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ที่ต่ำ

แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ได้วัดในสิ่งที่เป็นโครงสร้างตามเนื้อหาและยังช่วยปรับปรุงให้แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นสูงขึ้น (ธวัชชัย งามสันติวงศ์, 2539, หน้า 32) โดยข้อคำถามนั้นยังครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในส่วนของแบบสอบถาม ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟ ซี โดยข้อคำถามนั้นครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการในส่วนของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี มีค่าความเที่ยงตรง ระหว่าง .34 - .80 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .97

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา ถึงผู้จัดการทีมฟุตบอลสโมสรชลบุรี เอฟ ซี เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ไปทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลชลบุรี พร้อมชี้แจงและรับคืนด้วยตนเอง

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจดูความเรียบร้อย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลมาประมวลหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี มาเปรียบเทียบความแตกต่างโดยการนำมาทดสอบค่า (t-test)

ส่วนที่ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิก สถิติที่ใช้ คือ สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation)

ผลการวิจัย

ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ความต้องการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.70$) ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.70$) และด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.69$)

การตอบสนองโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.69$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.66$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ภายในกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก ไม่แตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติ

เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ระหว่างกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ความต้องการและการได้รับการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ความต้องการและณารได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซีโดยภาพรวม และแบ่งเป็นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ความต้องการ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.70$) ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.70$) และด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.69$) ด้านการได้รับการตอบสนอง โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ จากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.69$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.66$) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.66$) ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก กลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ความต้องการให้สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี เป็นสโมสรที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศ และในระดับต่างประเทศ สอดคล้องกับ ชาญวิทย์ ผลชีวิน (2550) กล่าวว่า ขณะนี้สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี เป็นทีมเดียวที่อยู่ในเกณฑ์ที่สหพันธ์ฟุตบอลแห่งประเทศไทยกำหนด ให้ทีมชลบุรีเป็นแบบอย่างสโมสรอื่นในการเชียร์ทีมฟุตบอลที่ตัวเองรักและมีความชื่นชอบเพื่อทีมของตนเองจะได้ก้าวเข้ามาเล่นฟุตบอลมืออาชีพได้อย่างเต็มตัวและการสร้างทีมฟุตบอลมืออาชีพในบ้านเกิดได้ หัวใจหลักสำคัญอยู่ที่การสร้าง "แฟนคลับ" ดังเช่น แม็คควิล (McQuail, 1994, p. 222) ได้เสนอแนวคิดเรื่องแฟนและกลุ่มจงรักภักดีไว้ว่า Fans เป็นกลุ่มแฟนที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน ชาดลักษณะทางสังคมเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา ยึดติดกับเนื้อหาสาระที่มีผู้เสนอ ถ้าสาระเปลี่ยนแปลงไปกลุ่มแฟนก็จะสลายตัวได้ทันทีซึ่งสอดคล้องกับ โจลี แจนสัน (Joli Jenson, 1992, p. 15) กล่าวเพิ่มเติมว่า การมองกลุ่มแฟนนั้นเป็นลักษณะอาการทางสังคมสามารถที่จะแบ่งออกเป็นลักษณะย่อยๆ ได้ 2 ลักษณะคือ บุคคลผู้หลงใหลและชื่นชมอยู่ตามลำพัง (Obsessed Loner) และกลุ่มของสมาชิกที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่มก่อนสามารถที่จะถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างลึกซึ้งและสามารถแพร่กระจาย (Diffuse) กลุ่มของตนเองออกไปได้ตามความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับชีวิตที่ทันสมัย กลุ่มแฟนแต่ละกลุ่มมีแรงจูงใจที่สัมพันธ์กันกับความเข้าใจร่วมกัน (Assumptions) ที่เกี่ยวกับความทันสมัยของแต่ละบุคคลสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐนิชา ภูโคกสูง (2547, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย กรณีศึกษา : ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับเกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ และสอดคล้องกับผลการวิจัย โอห์ม สุขศรี (2550) ได้ศึกษาการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสำนึกของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ พบว่าสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการทำให้สโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ได้รับความนิยมนอย่างมาก ชมรมเรดอาร์มีแฟนคลับ มีลักษณะเด่นอยู่ที่การรวมตัวจากการเป็นแฟนบอลที่มีความชื่นชอบหลงใหลและคลั่งไคล้ในสโมสรแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ดเป็นพื้นฐาน ซึ่งการเป็นแฟนของชมรมเรดอาร์มีแฟนคลับนั้นมีความจงรักภักดีต่อสโมสรเป็นอย่างมาก

ผลการศึกษาพบว่า เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ภายในกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกความต้องการและการได้รับการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากบทบาทของกลุ่มแกนนำกลุ่มชลบุรี เอฟซี เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญ ในการกำหนดบทบาท ทิศทาง ของสโมสร กลุ่มที่ร่วมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ในสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มขนาดเล็ก หรือเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่จำเป็นต้องมีกลุ่มแกนนำในการกำหนด นโยบาย กิจกรรม การบริหารงาน จึงทำให้กลุ่มแกนนำต้องทุ่มเททั้งกำลังกาย กำลังความคิด กำลังทรัพย์ในการบริหารงานของสโมสรให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้นย่อมมีความ ต้องการ และการได้รับการตอบสนองสูงกว่ากลุ่มสมาชิก สอดคล้องกับทฤษฎีการได้รับการตอบ สอนองของ Vroom (Vroom อ้างถึงใน ธัญญา พลอนันต์, 2538, หน้า 71) กล่าวว่า มนุษย์ เลือกรับรู้ตามคาดหวังรางวัลที่คาดว่าจะได้รับในด้านงานมนุษย์จะเลือกทำงานในระดับที่ ผลออกมาได้รับประโยชน์มากที่สุด มนุษย์จะทำงานหนัก ถ้าคาดว่าจะได้รับรางวัลที่เขาต้องการ เช่น รายได้ หรือ ตำแหน่งหน้าที่ผลิตภาพของมนุษย์ขึ้นอยู่กับ จุดมุ่งหมายของมนุษย์ ความ เข้าใจหรือการรับรู้ในความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตและการบรรลุถึงจุดมุ่งหมาย และการรับรู้ ในความสามารถของมนุษย์มีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด

ส่วนในกลุ่มสมาชิก ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีใจรักและสนับสนุนสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี เช่นเดียวกับกลุ่มแกนนำ แต่บทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ยังถือว่าน้อยกว่ามาก ดังนั้นจึงส่งผลให้ เมื่อเปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบ สอนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำ และกลุ่มสมาชิกความต้องการและการได้รับการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 โดยจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่จะกล่าวถึงความต้องการของสมาชิกในการให้ สโมสรของตนเองเป็นที่รู้จัก ยอมรับจากบุคคลอื่นๆ โดยกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญคือกลุ่มแกนนำ ที่จะทำหน้าที่สื่อสารกับกลุ่มสมาชิกให้ทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนิชา ภูโคกสูง (2547) ได้ทำการศึกษา การสื่อสารกับ การรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่าง ประเทศในสังคมไทย กรณีศึกษา : ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับเกิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ คลั่งไคล้ต่อสโมสร ลิเวอร์พูลมารวมตัวกันก่อตั้งขึ้นเป็นชมรม เพื่อเป็นศูนย์กลางที่ติดต่อสื่อสารกันแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นตลอดจนทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน มีการสร้างอัตลักษณ์เพื่อรับรู้ความเป็นตัวตน ของกลุ่มภายใต้อัตลักษณ์เดียวกันผ่านการดำเนินงานทางสังคม บทเพลง เขียวก็ฟ้า รวมถึง สัญลักษณ์ของกลุ่มที่สร้างเพื่อเป็นเอกลักษณ์และเพื่อให้ความหมายของกลุ่มไม่ว่าจะเป็นโลโก้ ของกลุ่ม เสื้อยืดสีแดงของกลุ่ม ผ้าพันคอ เพื่อบ่งบอกถึงความเป็นแฟนคลับของสโมสรลิเวอร์พูล และสอดคล้องกับ เจษฎา รัตนเขมากร (2541) ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับ แฟนคลับ โดยศึกษา เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ ลักษณะของแฟนคลับ ลักษณะของ สมาชิกแฟนคลับปัจจัยที่ทำให้แฟนคลับสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ ผลการวิจัยพบว่า เครือข่าย สื่อสารของแฟนคลับศิลปิน ถือว่าเป็น ตำแหน่งศูนย์กลางที่สุดของเครือข่าย เพราะจะเป็น ตำแหน่งที่ส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไปให้กับสมาชิก ส่วนแฟนคลับที่จัดตั้งโดยแฟนเพลงอย่าง เป็นทางการนั้น พบว่า ผู้จัดตั้งแฟนคลับเป็นตำแหน่งศูนย์กลาง ซึ่งสมาชิกต้องเข้าไปหา ศูนย์กลางเอง โดยสมาชิกมักส่งข่าวสารไปให้เพื่อสมาชิกอีกทอดหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการติดต่อ สื่อสารรูปแบบเครือข่าย เมื่อเครือข่ายมีขนาดใหญ่สมาชิกแฟนคลับ มักมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

เพียงไม่กี่คน โดยจะปฏิสัมพันธ์กับคนที่เหมือนตนเองมากที่สุด แต่ถ้าสมาชิกมีนิสัยไม่เหมือนกัน กลุ่มเพื่อน สมาชิกเหล่านี้จะปรับเปลี่ยนนิสัยให้เหมือนกับเพื่อนทันที เพื่อที่จะได้อยู่ในกลุ่มนั้น เกิดการเกาะกลุ่มมากขึ้น

เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ระหว่างกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากทั้งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ต่างก็มีมาตรฐานความต้องการและการได้รับการตอบสนองของตนเอง โดยกลุ่มแกนนำนั้นเป็นผู้กำหนดนโยบาย ทิศทางการบริหารงาน เมื่อต้องการให้เป็นไปในทิศทางใด ก็ดำเนินการให้เกิดการตอบสนอง ไปในทิศทางที่กำหนดนั้น จึงส่งผลให้ความต้องการและการตอบสนองเป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มสมาชิก แม้ไม่ได้เป็นกลุ่มที่กำหนดนโยบายการบริหารงาน แต่ก็มีความต้องการในระดับสมาชิกที่ควรได้รับการบริการ และกระตุ้นกลุ่มแกนนำให้ตอบสนอง ความต้องการ ดังนั้นผลการเปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองจึงไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ สุกัญญา ศิริสถิตย์ (2549, หน้า 14) กล่าวว่า กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคลากรหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดี จะเป็นการกระทำที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่ บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับ ในเวลาเดียวกัน ในความหมายนี้จะครอบคลุมการบริการทุกด้านไม่ว่าการบริการนั้น จะเป็นการบริการทั่วไปหรือการบริการเชิงพาณิชย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โอห์ม สุขศรี (2550) ได้ศึกษาการสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอล ต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ พบว่าสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการทำให้สโมสร แมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ได้รับความนิยมอย่างมาก ชมรมเรดอาร์มีแฟนคลับ มีลักษณะเด่นอยู่ ที่การรวมตัวจากการเป็นแฟนบอลที่มีความชื่นชอบหลงใหลและคลั่งใคล้ในสโมสรแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ดเป็นพื้นฐาน ซึ่งการเป็นแฟนของชมรมเรดอาร์มีแฟนคลับนั้นมีความจงรักภักดีต่อสโมสร เป็นอย่างมาก และสอดคล้องกับ เกตินิกี ศิลปี (2538, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง "การศึกษาชม แฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีนีแม็ค" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ลักษณะการเกิดของชมรมภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือซีนีแม็ค และลักษณะ ของแฟนชมรมภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสอง เพื่อสรุปถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของ แฟนชมรมภาพยนตร์ และผลประโยชน์ที่จะได้รับทั้งในแง่ของทีมผู้ผลิตสื่อและแฟนชมรม ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมกลุ่มที่แสดงออกถึงความเป็นผู้มีรสนิยมเดียวกัน และชอบในสิ่ง เดียวกันระหว่างทีมผู้ผลิตสื่อและแฟนหนังสือคือ "การชมภาพยนตร์รอบพรีวิว" ร่วมกันส่วน ลักษณะของแฟนภาพยนตร์ของหนังสือทั้งสองจะเป็นแฟน "สื่อ" และสื่อในที่นี้หมายถึง "สื่อภาพยนตร์" และ "สื่อหนังสือ" กลุ่มแฟนของสื่อหนังสือทั้งสองจะมีลักษณะ "Textual Poachers" เป็นกลุ่มที่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของบทความในหนังสือ จนเป็นแฟนประจำและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการเขียนบทความหรือบทวิพากษ์วิจารณ์ของตนเองลงในหนังสือ ทั้งสองเล่ม รวมทั้งมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการผลิตและกลุ่มแฟนชมรมภาพยนตร์

ของหนังสือทั้งสอง ได้แก่ ปัจจัยในแง่ความสัมพันธ์ที่ตระหว่งผู้ผลิตสื่อและกลุ่มผู้บริโภค (ผู้อ่าน) ปัจจัยในด้านความบันเทิงต่างๆ จากกิจกรรมที่จัด ปัจจัยในด้านความสัมพันธ์ระหว่างแฟนชมรมด้วยกันเอง

ผลการศึกษาพบว่า การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจาก ความต้องการเห็นผลสำเร็จของสมาชิกทั้งกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกในสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ที่มีความต้องการพัฒนาทีมให้ดำเนินงานไปได้สำเร็จและสามารถที่จะแบ่งความรับผิดชอบในหน้าที่ให้กับกลุ่มแกนนำ พร้อมทั้งส่งเสริมให้สมาชิกทุกคนปฏิบัติงานได้สำเร็จโดยประธานกลุ่มจะต้องมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับองค์กรภายนอกและองค์กรต่างๆ ที่มาเชิญให้ทางกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานนั้นๆ โดยนำรายละเอียดมาแจ้งให้กลุ่มแกนนำทราบพร้อมทั้งปรึกษางานว่าจะดำเนินการอย่างไร ประกอบกับมอบหมายหน้าที่ให้แกนนำและสมาชิกบางคนเกี่ยวกับกิจกรรมแต่ละครั้งที่จะทำขึ้นเพื่อแกนนำและสมาชิกเหล่านั้นจะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม หมายความว่าหากกลุ่มแกนนำมีนโยบาย และกิจกรรมใดก็ตามที่จะส่งผลให้สโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี ไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ กลุ่มสมาชิกก็ยินดีตอบสนองนโยบายหรือกิจกรรมนั้นๆ ด้วยความเต็มใจ และยินดี จึงส่งผลให้ การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของ McClelland (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545, หน้า 315-316) สรุปว่า เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์โดยมุ่งที่ความปรารถนาโดยแบ่งตามความต้องการเป็น 3 ประการ ดังนี้ ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation) และความต้องการอำนาจ (Need for Power) และสอดคล้องกับทฤษฎีการตอบสนองตามแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2541, หน้า 120-124) สรุปว่า ทฤษฎีการได้รับการตอบสนองเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากสมมติฐานที่ว่าก่อนที่บุคคลจะได้รับการจูงใจให้กระทำการสิ่งใด เขาจะต้องพิจารณาก่อนว่าความสามารถและความพยายามของเขาจึงทำให้ได้ผลตามที่พึงปรารถนาหรือไม่หรืออาจกล่าวได้ว่าการจูงใจให้ทำงานเป็นการได้รับการตอบสนองที่ยึดถือของแต่ละบุคคล ดังนั้นเมื่อกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้ว จึงส่งผลให้การได้รับการตอบสนองของแฟนคลับในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอฟซี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

ความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอฟซี โดยภาพรวม และแบ่งเป็นกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกความต้องการและการได้รับการตอบสนอง โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านการให้บริการของ สโมสรฟุตบอล

ชลบุรี เอพี ภายในกลุ่มแกนนำกับกลุ่มสมาชิก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เปรียบเทียบความต้องการและการได้รับการตอบสนองของแฟนคลับ ในด้านคำให้บริการของสโมสรฟุตบอลชลบุรี เอพี ระหว่างกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก ความต้องการและ การได้รับการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การได้รับ การตอบสนองของแฟนคลับในด้าน การให้บริการของสโมสรฟุตบอลทีมชลบุรี เอพี ของกลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิก โดยรวมและรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย**, กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกศินี ศิลปี. (2539). **การศึกษามรรมภพยนตร์ของสตาร์พิคส์และหนังสือซีเน็ค**.

วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

คอตเลอร์. (2543). **marketing management: The Millennium Edition**. **ปรับปรุงแก้ไขครั้งที่ 10**

จักรกฤษ์ สอนสมา (2549). **ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสมาคมสโมสรธนาคาร**. สารนิพนธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ และคณะ. (2544). **จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-15**. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จินตนา บุญงการ. (2539). **การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ**. กรุงเทพฯ : บริษัท ฟอรัมพริ้นติ้ง จำกัด.

จุฑามาศ สระศรี. (2543) **ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการจากเจ้าหน้าที่ทางการพยาบาลของผู้รับบริการ โรงพยาบาลสมิติเวช กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

เจษฎา รัตนเชมากร. **"ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ"** วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2543). **การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม**. กรุงเทพฯ : เกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ : เอ็กชเปอร์เน็ท.

เฉลิมชัย ไวยชิตา. (2546). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายของบริษัท การไฟฟ้า จำกัด ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาธุรกิจศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2544) **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ณัฐนิชา ภูโคกสูง (2547). **การสื่อสารกับการรับรู้อัตลักษณ์ของแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศในสังคมไทย กรณีศึกษา: ลิเวอร์พูลไทยแลนด์แฟนคลับ**, นิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

บี บางปะกง. **ไทยรัฐ**, 17 มี.ค. 2551, หน้า 22

ปนัดดา กาญจนพันธุ์ (2545). **ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการของภัตตาคารอาหารญี่ปุ่นฟูจิ ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2545). **อาหาร เครื่องดื่ม และการบริการในภัตตาคาร**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). **Marketing Management**. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียรสัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธร สุนทรายุทธ. (2551). **การบริหารจัดการเชิงปฏิรูป ทฤษฎี วิจัย และปฏิบัติทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์ จำกัด.

ธานี ตะกรุดทอง. (2546). **ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการจัดกิจกรรมการตลาดของศูนย์ออกกำลังกาย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทางกีฬา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธีระชัย ตันท์พรชัย (2551). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการคิจิทัลคอนเทนตประเภทเพลงของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ธุรกิจ (คิง ออฟ). (2550, กรกฎาคม) ฉบับที่, 2904, กรุงเทพ.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

วรเทพ มากโกคา. ไทยรัฐ, 30 มี.ค. 2551, หน้า 22

วาสนา โฉมดี. (2550). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อกลยุทธ์ด้านส่วนประสมการตลาดบริการในศูนย์ฟิตเนสการกีฬาแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วาสนา บุตรโพธิ์. (2549). **ความคาดหวัง การรับรู้และความพึงพอใจในกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้รับบริการในสถานบริหารร่างกายจังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วิทยา เจริญพัฒน์ชัย. (2544). **ฟุตบอล กฎ กติกา พื้นฐานการเล่น**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บ้านปัญญา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). **การวิจัยการตลาด ฉบับปรับปรุงใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.

_____ (2546). **การบริการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). **Service marketing**. กรุงเทพฯ : นัทธิพัลลิก.

_____ (2550). **การตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing)**. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด

- สมิต ลัชณกร. (2548). **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สายธาร.
- สิทธิพร นิยมศรีสมศักดิ์. (2546). **หลักบริหารการศึกษา**. ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด:การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุกรีช ไว้วฒนา. (2551). **ความพึงพอใจและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการหลังการขายของบริษัท โอทีเอส เอเลเวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุกัญญา ศิริสถิต. (2549). **ความต้องการของนิสิตและการให้บริการนิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว**. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุวัฒน์ ไบเจริญ. (2540). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อดุลย์ หิริรักษ์ เสาวณีย์. (2542). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย:ศึกษากรณีเขตอำเภอเมืองบางละมุงจังหวัดชลบุรี**. ปริญญานิพนธ์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อดุลย์ หิริรักษ์ เสาวณีย์ (2549). **การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (ฉบับปรับปรุงใหม่)**.กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไอทม สุขศรี.(2550). **การสื่อสารผ่านเว็บไซต์กับการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณของกลุ่มแฟนคลับฟุตบอลต่างประเทศ กรณีศึกษา: เรดอาร์มีแฟนคลับ, นิเทศศาสตร์สารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**
- Hoy, W.K., & Miskel, C.G. (1991). **Educational Administation : Theory, Research, And Practice. (4th ed.)**. McGraw-Hill.
- Jenson, J. (1992). **Fandom as Pathology : The Consequence of Characterization. In The__Adoring Audience. Edited by Lisa A. Lewis, London and New York : Routledge,**
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research achvities. **Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.**
- Maslow, A. (1970). **Motivation and personality**. New York: Haperand Low.
- McQuail, D. (1992). **The Media Audience – Alternative Concepts of Audience. An Introduction of Mass Communication Theory. Second edition. California : SAGE**
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**.
- Kabcome, S. **การพัฒนาการให้บริการ (Nanosoft Marketing Series)**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.nanosoft.co.th/maktip11.htm>
 ที่มา <http://web.udru.ac.th/~sutad18/new2/08.html>
 จาก <http://www.Chonborifc.net>