



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

## ความคิดเห็นของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ด Opinion of Football Fan's towards Decision-making to Watch Football Matches of Nakhonpathom United

ยุทธภักดิ์ พันธุ์สิงสอน<sup>1</sup>

ผศ.ดร.ชัยรัตน์กร ภาวิศพิริยะภฤติ<sup>2</sup>

E-mail : druu61@gmail.com

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการฟุตบอลอาชีพ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail : Keng.yuthaphan@gmail.com

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ด กลุ่มตัวอย่างคือ แฟนคลับสโมสรนครปฐม ยูไนเต็ด จำนวน 320 คน จากการคำนวณสูตรของยามาเน่และสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.87 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการแสดงตัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านคำบอกเล่า และด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ตามลำดับ

**คำสำคัญ** การตัดสินใจ, นครปฐม ยูไนเต็ด

### Abstract

This research aimed to study level of opinion of football fan's towards decision-making to watch football matches of Nakhonpathom United. The sample size, determined by using Yamane's formula, was a total of 320 samples football fan club of Nakhonpathom United and simple random sampling. An instrument was a questionnaire, with its reliability of 0.87. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The finding revealed that the opinion level of football fan's towards decision-making to watch football matches of Nakhonpathom United was at a highest level in overall. Considering each aspect, it revealed that the identification gained the highest mean, words of mouth, and the last is the strength of preference.



**Keywords:** Decision-making, Nakhonpathom United

## บทนำ

ฟุตบอล (football) นับเป็นกีฬาประเภททีมชนิดหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน โดยในปัจจุบันฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากที่สุดในโลก เพราะเป็นกีฬาที่กฎกติกาสามารถเข้าใจได้ง่าย ใช้อุปกรณ์ที่ราคาไม่แพง และวิธีการเล่นเข้าใจได้ง่าย (Giulianotti, 1999, p.1)

สำหรับกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยเป็นระบบลีก (league) ที่สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ โดยมีการใช้ชื่อดังต่อไปนี้ คือ ไทยแลนด์ซอกเกอร์ลีก (Thailand Soccer League) ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก (Thailand Premier League) ไทยลีก (Thai League) และไทยพรีเมียร์ลีก (Thai Premier League) เนื่องจากในระยะแรกประสบปัญหาที่สำคัญ คือ สโมสรฟุตบอลที่ร่วมแข่งขันในลีกนี้มีการแข่งขันส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ทำให้ประชาชนในจังหวัดอื่นไม่มีโอกาสรับชมการแข่งขัน ในปี พ.ศ. 2542 การกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) จึงได้ร่วมกับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ แก้ไขปัญหานี้ด้วยการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพระบบลีกในส่วนภูมิภาค ที่มีชื่อว่า โปรวินเชียลลีก (Provincial League) ในปี พ.ศ. 2545 การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ย้ายการแข่งขันไปร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงเปลี่ยนชื่อเป็นโปรเฟสชันนัลลีก (Professional League) ต่อมารัฐบาลและองค์กรเอกชนได้มีพยายามสร้างกระแสการเชียร์ฟุตบอลไทย โดยมีนโยบายในการสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ รวมถึงการเป็นผู้สนับสนุน (sponsor) ให้กับสโมสรฟุตบอลต่าง ๆ (ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก, 2558, น. 2) ซึ่งรวมถึงการสร้างทีมฟุตบอลประจำจังหวัด การพัฒนาสินค้าประจำสโมสร ทำให้การจัดการแข่งขันฟุตบอลมีมาตรฐานใกล้เคียงกับฟุตบอลต่างประเทศมากยิ่งขึ้น จนส่งผลให้มีผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยมีจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย (สายชล ปัญญาชิต, 2553, น. 2)

ปัจจุบันการบริหารสโมสรฟุตบอลด้วยการสร้างตรา (brand) ของสโมสรฟุตบอลให้เป็นที่นิยมส่งผลให้มีการแข่งขันกันทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นรายได้ส่วนหนึ่งที่จะนำมาทำทีมให้ประสบความสำเร็จ ทำให้เกิดกลุ่มบุคคลที่ให้การสนับสนุนสโมสรฟุตบอลที่ชื่นชอบ ที่เรียกว่า แฟนคลับ จนกลายเป็นการเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) (ศุภกิจ จินศাত্র และอภิสิทธิ์ พิกุลทอง, 2555, น. 1-2) ดังจะเห็นได้จากสโมสรฟุตบอลชั้นนำที่มีแฟนคลับที่มีความจงรักภักดีทั้งแฟนคลับท้องถิ่นและแฟนคลับที่มาจากประเทศอื่นทั่วโลก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของความเข้มแข็งในระยะยาวของสโมสรฟุตบอล รวมถึงการได้เงินจากการขายบัตรชมการแข่งขัน การซื้อของที่ระลึก และการมีผู้ให้การสนับสนุน เพื่อพัฒนาสโมสรในด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสโมสรดังกล่าว โดยสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างแรงดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาเป็นแฟนคลับในระยะยาวได้ และยังสร้างความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนอีกด้วย (วาสนา บุตรโพธิ์ และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย, 2561, น. 164)

สโมสรฟุตบอลนครปฐมยูไนเต็ดก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2542 โดยเริ่มเล่นในโปรวินเชียลลีกเมื่อปี พ.ศ. 2547 โดยในฤดูกาล 2562 สโมสรได้แชมป์ในไทยลีก 3 จึงได้เลื่อนชั้นสู่ ไทยลีก 2(วิกีพีเดีย, 2562) ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2559 สโมสรฟุตบอลนครปฐมยูไนเต็ด มีรายได้รวมทั้งหมด 1,981,600 บาท ซึ่งเป็นรายได้จากการขายตั๋วสำหรับให้แฟนบอลได้ซื้อเพื่อเข้าชมการแข่งขันและยังรวมถึงสินค้าต่าง ๆ ที่จำหน่ายให้แก่แฟนบอลอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ยอดขายผลิตภัณฑ์ของสโมสรมีแนวโน้มลดลง โดยมูลค่า



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

การซื้อขายสินค้าที่ระลึกในปี พ.ศ. 2558-2560 คือ 1,367,455 บาท 1,067,319 บาท และ 922,558 บาท ตามลำดับ ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรปเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงตามความต้องการของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรปให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรป

### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ คือ แฟนคลับสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรป โดยใช้ข้อมูลจำนวนแฟนคลับที่เข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรปในสนามเหย้า เมื่อเดือนสิงหาคม 2562 จำนวน 2 ครั้ง ครั้งที่ 1 มีแฟนคลับเข้าชม จำนวน 1,200 คน และครั้งที่ 2 มีแฟนคลับเข้าชม จำนวน 1,800 คน เฉลี่ย 1,500 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ คำนวณจากสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973, อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ, 2553, น. 88) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน  $\pm 5\%$  เมื่อแทนค่าในสูตรแล้ว เท่ากับ 315.79 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน

2. ขอบเขตตัวแปรประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือ ความจงรักภักดี 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านคำบอกเล่า ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการแสดงตัว และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ดยุโรป

3. ขอบเขตเวลา เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน 2562

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

2. ขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากตำรา บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะไว้

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยลักษณะของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งเป็น 2 ตอน คือตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ เป็นแบบสอบถามประเภทตรวจสอบรายการ (check list) และตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของแฟนคลับ ประกอบด้วย ด้านคำบอกเล่า ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการแสดงตัว เป็นแบบสอบถามประเภทมาตรวัดประมาณค่า (rating scales) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
"Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (item-objective congruence Index: IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง เท่ากับ 0.96 และตรวจสอบหาค่าความเชื่อถือได้ (reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับแฟนคลับสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อถือได้ เท่ากับ 0.87

3.การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือจากแฟนคลับสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ตที่เข้ามาชมการแข่งขันเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2562 จนครบจำนวนตามที่กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม แสดงดังตารางที่ 1



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

(n = 320)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	279	87.19
หญิง	41	12.81
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	0.63
21-30 ปี	59	18.44
31-40 ปี	72	22.50
41-50 ปี	125	39.06
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	62	19.37
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	89	27.81
สมรส/อยู่ด้วยกัน	213	66.56
หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่	18	5.63
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	62	19.38
ปริญญาตรี	197	61.56
สูงกว่าปริญญาตรี	61	19.06
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	26	8.12
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	13.44
พนักงานบริษัทเอกชน	76	23.75
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	175	54.69
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ถิ่นที่อยู่อาศัย		
กรุงเทพมหานคร	3	0.94
นครปฐม	279	87.19
ปทุมธานี	2	0.63
จังหวัดอื่น ๆ	36	11.25
รวม	320	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	27	8.44
10,001-20,000 บาท	38	11.87
20,001-30,000 บาท	79	24.69
30,001-40,000 บาท	101	31.56
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	75	23.44
รวม	320	100.00
ระยะเวลาที่ติดตามเชียร์สโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต		
น้อยกว่า 1 ปี	10	3.12
ระหว่าง 1-3 ปี	36	11.25
ระหว่าง 3-5 ปี	103	32.19
5 ปีขึ้นไป	171	53.44
รวม	320	100.00
เป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ตสโมสรเดียวใช่หรือไม่		
ใช่	153	47.81
ไม่ใช่	167	52.19
รวม	320	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าเมื่อจำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 87.19 เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 39.06 เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 66.56 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 61.56 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 54.69 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 31.56 เมื่อจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 87.19 เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ติดตามเชียร์สโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต พบว่า ส่วนใหญ่ติดตาม 5 ปีขึ้นไป จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 53.44



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12  
 "Global Goals, Local Actions: Looking Back and Moving Forward 2021"

และเมื่อจำแนกกว่าเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต สโมสรเดียวใช่หรือไม่ พบว่าส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต สโมสรเดียว จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 52.19

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของแฟนคลับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต แสดงดังตารางที่ 2-5

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของแฟนคลับในภาพรวม

ความจงรักภักดี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านคำบอกเล่า	4.70	0.94	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ	4.69	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านการแสดงตัว	4.74	0.96	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.71	0.96	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X}=4.71$ , S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการแสดงตัว ( $\bar{X}=4.74$ , S.D. = 0.96)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีด้านคำบอกเล่า

ความจงรักภักดี ด้านคำบอกเล่า	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ข้าพเจ้ายินดีที่จะแนะนำสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ตให้คนอื่นได้รู้จักเมื่อมีโอกาส	4.75	0.90	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ข้าพเจ้ามักเล่าประสบการณ์และความประทับใจที่ได้รับจากสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ให้แก่บุคคลรอบข้าง	4.74	0.93	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ข้าพเจ้าจะรู้สึกไม่พอใจเมื่อมีผู้อื่นกล่าวหาสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ในทางไม่ดีหรือไม่เป็นความจริง และจะให้ข้อมูลที่เป็นความจริงให้ผู้อื่นได้รับทราบทันที	4.61	0.98	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.70	0.94	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีด้านคำบอกเล่า ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X}=4.70$ , S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ายินดีที่จะแนะนำสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ให้คนอื่นได้รู้จักเมื่อมีโอกาส ( $\bar{X}=4.75$ , S.D. = 0.90)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ

ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ข้าพเจ้าเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ทุกนัด	4.68	0.99	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ข้าพเจ้าจะไม่เปลี่ยนใจ เมื่อมีคนชวนให้ไปเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลอื่น ๆ	4.71	0.95	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ข้าพเจ้ายังคงเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการสโมสรก็ตาม	4.69	0.98	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นในสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของใครก็ตาม	4.72	0.98	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ข้าพเจ้ามักซื้อตั๋วปีและสินค้าที่ระลึกของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต	4.63	0.94	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.69	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดี ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X}=4.69$ , S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นในสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของใครก็ตาม ( $\bar{X}=4.72$ , S.D. = 0.98)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีด้านการแสดงตัว

ความจงรักภักดี ด้านการแสดงตัว	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ข้าพเจ้ายินดีแสดงตัวในการเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต	4.76	0.93	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ข้าพเจ้ามักจะใส่เสื้อสโมสรฟุตบอล นครปฐม ยูไนเต็ต ลิขสิทธิ์ของแท้ไปชมการแข่งขันเสมอ	4.72	0.98	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรมที่สโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต จัดขึ้นอยู่เสมอ	4.74	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ข้าพเจ้ายินดีให้ข้อเสนอแนะหรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต	4.75	0.97	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.74	0.96	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีด้านการแสดงตัว ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X}=4.74$ , S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ายินดีแสดงตัวในการเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ( $\bar{X}=4.76$ , S.D. = 0.93)

### อภิปรายผลการวิจัย

ระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของแฟนคลับที่มีต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต พบว่า

1. ด้านคำบอกเล่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ข้าพเจ้ายินดีที่จะแนะนำสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ให้คนอื่นได้รู้จักเมื่อมีโอกาสดังที่ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996: 31-32) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการบอกต่อ ว่าหมายถึง การพูดถึงสิ่งที่ดีเกี่ยวกับผู้ให้บริการและการบริการ แนะนำ และกระตุ้นให้คนอื่นสนใจและใช้บริการบริการนั้น

2. ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นในสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ต ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของใครก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับ เกศนภา ไชวานตรา ยะเสน (2553, น. 30-34) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความจงรักภักดีเชิงพฤติกรรม ประกอบด้วยการวัด 5 ด้าน ได้แก่ 1) การแสดงตัว 2) การไตร่ตรองเป็นพิเศษ 3) การเป็นผู้สนับสนุนหรือคำบอกเล่า 4) ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และ 5) การมีส่วนร่วมในการป้องกัน

3. ด้านการแสดงตัว ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ายินดีแสดงตัวในการเป็นแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลนครปฐม ยูไนเต็ตซึ่งสอดคล้องกับ Aaker (2004) ได้กล่าวว่า ความภักดีต่อตราสินค้าแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยระดับสูงสุด คือ ผู้บริโภคเกิดความภูมิใจ

