

พฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Behavior of Football AIS League's audiences in Northeast Thailand

รองศาสตราจารย์ ภาษณา สรเพชญ์พิสัย*
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ศึกษาถึงตัวแปร 3 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการทดสอบค่า F-test ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

2. พฤติกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารการแข่งขันจากสื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์ และโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลกับเพื่อน

โดยเข้าชมเดือนละ 1-2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม 30-500 บาท และเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีก โดยรถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัว

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้เข้าชมฟุตบอล AIS ลีก ให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: พฤติกรรม

Abstract

The purposes of this research were to investigate a study on behavior of Football AIS League's audiences in Northeast Thailand which study in 3 variables that are personal factor, Football AIS League's audience's behavior in Northeast Thailand factor and marketing mix factors. Research study based on information collected from 400 questionnaires from Football AIS League's

*อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการฟุตบอลอาชีพ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

audience in Northeast Thailand. Descriptive and Inferential statistics such as percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test were used for data analysis and summary.

Research result found that the largest groups of respondents were male, aged from 31 to 40 years old. In term of level of education, they had a university degree and earned income in between 10,001 to 15,000 Baht per month. They worked as self-employed business, trade, government and State Enterprises officer.

Considered to Marketing channels, the most effective channel to reach information of football match was television. Regarding travel companions, most of respondents travelled to watched football matches with their friends around 1 to 2 times per month and spend 301 to 500 each match. The majority groups of respondents travelled by personal car and motorcycles.

In terms of marketing mix factors, Most of Football AIS League's audiences in Northeast Thailand gave precedence to physical description of football field. It was followed by prices, channel of distribution, promotion, procedure, personnel and products consecutively.

Keywords: Behavior

บทนำ

กีฬาฟุตบอลในประเทศไทยนั้นมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่าร้อยปีแล้ว แต่กว่าจะมีฟุตบอลลีก

ประจำชาติก็ในปี พ.ศ. 2527 เมื่อสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในบรมราชูปถัมภ์ ได้จัดและดำเนินการแข่งฟุตบอลไทยแลนด์ซอกเกอร์ลีก มีรูปแบบการจัดการแข่งขันในระบบลีกแบบฟุตบอลอังกฤษ แต่ได้ระบบการแข่งขันเฉพาะทีมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากทีมในกรุงเทพมหานครมีความพร้อมมากกว่าโดยใช้สนามกลางในการแข่งขันเท่านั้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2528 ก็ไม่สามารถจัดการแข่งขันได้อีกเลย ทั้งนี้ สาเหตุเนื่องมาจากความไม่พร้อมในหลายๆ ด้าน จนเมื่อปี พ.ศ. 2539 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพขึ้นอีกครั้ง ภายใต้ชื่อตามสปอนเซอร์ “จอห์นนี่ วอล์กเกอร์ ไทยแลนด์ลีก”

ถึงแม้จะมีฟุตบอลลีกประจำชาติขึ้นมา แต่กระแสความนิยมของคนไทยยังไม่ดีขึ้น เนื่องจากการจัดระบบของแต่ละสโมสรยังไม่มีความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ เองยังจัดการแข่งขันเพียงแค่ทีมฟุตบอลในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทั้งให้แข่งขันกันเฉพาะในเพียงสนามกีฬากลางอีกด้วย ทำให้ไม่สามารถสร้างกระแสความนิยมแบบท้องถิ่นนิยมได้ในแบบฟุตบอลต่างประเทศที่ทีมฟุตบอลในแต่ละท้องถิ่นจะได้รับความนิยมจากบรรดาแฟนบอลในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นหลัก ก่อนที่เริ่มมีการพัฒนากระแสความนิยมข้ามชาติในการเผยแพร่และครอบงำในฐานะที่เป็นพลังทุนในการแสวงหาผลประโยชน์จากมุมอื่นทั่วโลกประเทศไทยจึงได้รับอิทธิพลเหล่านี้ไปเต็มๆ จากระบบการถ่ายทอดสดฟุตบอลผ่านดาวเทียมที่ได้พัฒนาไปไกล

ปัจจุบันปรากฏการณ์ความนิยมในการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีกมีมากขึ้น มีการติดตามเชียร์ในทีมที่ตนเองชอบ ทำให้สโมสรต่างๆ มีรายได้มากขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้สโมสรมีรายได้มากขึ้น

ตามไปด้วย และแต่ละสโมสรสามารถพัฒนาความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จทัดเทียมกับฟุตบอลในลีกชั้นนำ

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้จะช่วยให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีก ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการแข่งขันในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการแข่งขัน เพื่อพัฒนาการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีกให้มีความน่าสนใจ และมีประชาชนเข้าชมการแข่งขันมากขึ้น และสามารถนำไปสู่การพัฒนาในการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล พฤติกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการชมฟุตบอล

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่
 - เพศ
 - อายุ
 - ระดับการศึกษา
 - รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - อาชีพ
 - 1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่
 - ด้านผลิตภัณฑ์

- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านบุคลากร
- ด้านกระบวนการ
- ด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านประชากร

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีก การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีก การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมโดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545: 26)

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha / 2}{4e^2}$$

s โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ก็คือ $\alpha 0.05$ โดย $Z_{1-\alpha/2}$

แทนค่า $\alpha = 0.05$ จึงได้ $Z_{\frac{(1-0.05)}{2}}$ หรือ

$Z = 0.975$ และเปิดตารางค่า Z ได้ 1.96
ต้องการให้ความผิดพลาด (E) ไม่เกิน
5% หรือ $e = 0.05$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

และเพื่อสำรวจจำนวนตัวอย่าง จึงเก็บ
ตัวอย่าง 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้
ผู้ศึกษาวิจัยได้พิจารณาจากการวิเคราะห์ข้อมูล
ทางสถิติ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires)
ซึ่งได้จากการค้นคว้าข้อมูลจากทฤษฎี และประยุกต์
จากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้วิจัยที่ได้ทำการ
วิจัยมาแล้ว โดยได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถาม
ให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งเป็นคำถามแบบ
ปลายปิด (Close-ended question)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive statistics) ได้แก่

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม
ในส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนและอาชีพ นำมาจำแนกความถี่ (Frequency)
และนำเสนอค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึง
ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม
ในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean)
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
มีเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูล
ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน
เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

2.1 ค่า t-test (Independent t-test)
ใช้วิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ
กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่มีระดับนัยสำคัญ .05
เพื่อทดสอบสมมติฐาน ที่เกี่ยวกับเพศ สำหรับสถิติ
ที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้นในขั้นแรกจะทำการทดสอบ
ความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของตัวแปร
อิสระกลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม

2.2 ใช้สถิติวิเคราะห์ค่า F-test (Inde-
pendent sample F-test) แบบการวิเคราะห์ความ
แปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA (One-
way Analysis of Variance) หรือ Brown
Forsythe ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานอายุ
ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ผลการวิจัย

1. กลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ
ระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี
และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท
และประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

2. พฤติกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารการแข่งขันจาก
สื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์ และโดยกลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่เดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลกับเพื่อน
โดยเข้าชมเดือนละ 1-2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการ
เข้าชม 301-500 บาท และเดินทางมาชมการ
แข่งขันฟุตบอล AIS ลีกโดยรถยนต์/รถจักรยานยนต์
ส่วนตัว

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด
พบว่า ผู้เข้าชมฟุตบอล AIS ลีก ให้ความสำคัญ

กับด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการชมฟุตบอล AIS ลีก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข่าวสารการแข่งขันจากสื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์ และโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลกับเพื่อน โดยเข้าชมเดือนละ 1-2 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม 301-500 บาท และเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีก โดยรถยนต์/รถจักรยานยนต์ส่วนตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช พุ่มแก้ว (2552) พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการแข่งขันจากหนังสือพิมพ์ และเดินทางมาชมการแข่งขันกับเพื่อน โดยติดตามชมการแข่งขันทุกครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีทีมที่ติดตามเชียร์เป็นพิเศษ โดยให้เหตุผลในการเชียร์ว่าเป็นทีมท้องถิ่นหรือ ใกล้บ้าน และมีค่าใช้จ่ายในการชมต่อครั้งไม่เกิน 200 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาชมการแข่งขันโดยรถยนต์ หรือจักรยานยนต์ส่วนตัว และส่วนใหญ่จะซื้ออาหารเครื่องดื่มรับประทานขณะชมการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันในด้านกระบวนการดำเนินการมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกรงค์ บันพงษ์ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก : กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ชมในสนามกับผู้ชมผ่านสื่อโทรทัศน์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของพฤติกรรมการ

รับชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกทั้งในสนามและผ่านสื่อโทรทัศน์นั้น ก่อนการรับชมจะเป็นเรื่องของ การวางแผนรับชมและเตรียมความพร้อม รวมไปถึง ค่าใช้จ่ายและกิจกรรมก่อนการรับชม ในระหว่างการรับชมจะเป็นพฤติกรรมในการทำกิจกรรมต่างๆ ตลอด จนการตอบสนองต่อการชมและเชียร์ นอกจากนี้ หลังการรับชมจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้ชม สร้างสรรค์ขึ้นมาภายหลังการรับชม โดยเฉพาะ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลดังกล่าว

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้เข้าชมฟุตบอล AIS ลีก ให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลากร มะโนรัตน์, ธงชัย เจริญทรัพย์มณี และ ผาณิต บิลมาศ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ผลการวิจัยพบว่า 1. ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ด้านความสามารถของนักฟุตบอล ด้านการจัดการแข่งขัน ด้านสิทธิประโยชน์ ด้านผู้ชม และแฟนคลับ โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก เป็นงานวิจัยเชิงประมาณที่ศึกษาถึงความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของกลุ่มผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก และเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของกลุ่มผู้ชมระหว่างเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ชมการแข่งขันฟุตบอล จำนวน 480 คนจากสโมสรทีมเหย้า 16 สโมสร ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดเพื่อใช้เป็นข้อมูล

ในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการ ส่วนผสมทางการตลาดผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์ พรีเมียร์ลีกโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้เข้าชมฟุตบอล AIS ลีก ให้ความสำคัญกับด้านลักษณะทางกายภาพ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรนำผลที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงทีมในสโมสรให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการประสบความสำเร็จในการแข่งขันฟุตบอล AIS ลีกต่อไป

ข้อเสนอแนะที่ใช้ในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการศึกษาความพึงพอใจในการเข้าชม หรือรูปแบบการแข่งขันจากกลุ่มผู้เข้าชมของสโมสรต่างๆ ใน AIS ลีก แล้วนำผลที่ได้มาพิจารณาเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายจากกลุ่มผู้เข้าชม และจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านต่างๆ ของสโมสร และสร้างความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนคลับ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก สามารถนำมาทำกลยุทธ์ในการทำการตลาดของแต่ละสโมสรใน AIS ลีก ได้

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พลากร มะโนรัตน์ ธงชัย เจริญทรัพย์มณี และผาณิต บิลมาศ. (2554). **ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก**. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2554.
- ยุพาวรรณ วรณวาณิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. (2550). **ความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกรงค์ บัณฑิตพงษ์. (2554). **พฤติกรรมการรับชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ชมในสนามกับผู้ชมผ่านสื่อโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.