



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การสื่อสารเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับ
กรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร
Communication for Customer Relations Management
A Case Study of Samutsakhon Football Club.

คณะผู้วิจัย
นางสาวศุภกานูจน์ จำเรณูรักษ์
นายนเรศ บัวลอย
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสมุทรสาคร

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย งบประมาณรายได้ประจำปี 2562
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสมุทรสาคร
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หัวข้อการวิจัย	การสื่อสารเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับ กรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร
คณะผู้วิจัย	นางสาวศุภกาญจน์ จำเริญรักษ์ นายนเรศ บัวลอย
ผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.ศิริกาญจน์ ธรรมยัตติวงศ์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับ กรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร” เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้รับผิดชอบงานด้านการวางแผนการสื่อสารของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับเกิดการยอมรับและจงรักภักดีต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาพบว่าสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาครมีกระบวนการสื่อสารเพื่อบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับตามกระบวนการองค์ประกอบด้านการสื่อสาร ดังนี้ 1) ผู้ส่งสาร (Sender) สโมสรฟุตบอลสมุทรสาคร เอฟซี มีลักษณะของผู้ส่งสารในการเผยแพร่ข่าวสารของสโมสร 2 ลักษณะ ได้แก่ 1.1) ผู้ส่งสารในฐานะสโมสรฟุตบอล 1.2) ผู้ส่งสารในฐานะผู้นำกลุ่มแฟนคลับและตัวแทนกลุ่มแฟนคลับ 2) สาร (Message) สโมสรฟุตบอลมีการออกแบบเนื้อหาสารอย่างหลากหลายในการส่งไปยังกลุ่มแฟนคลับ เช่น ภาษา สัญลักษณ์และสัญลักษณ์ 3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) สโมสรฟุตบอลใช้ช่องทางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทั้งในรูปแบบสื่อกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ ฯลฯ และสื่อทางเลือก เช่น สื่อสังคมออนไลน์ สื่อกิจกรรมและสื่ออื่นๆ 4) ผู้รับสาร (Receiver) สโมสรฟุตบอลได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มแฟนคลับเดิมที่ติดตามข่าวสารของสโมสรอย่างต่อเนื่อง 2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้รับสารทั่วไปที่ชื่นชอบและติดตามข่าวสารด้านกีฬา

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับเกิดการยอมรับและจงรักภักดีต่อสโมสรฟุตบอลจังหวัดสมุทรสาคร พบว่ากลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ติดตามสโมสรเพราะปัจจัยด้านนักกีฬามากที่สุด รองลงมา เป็นปัจจัยด้านผลงานของสโมสรและปัจจัยอื่นๆ เช่น ติดตามเชียร์สโมสรเพราะเป็นทีมบ้านเกิด, ความสะดวกในการติดตาม ฯลฯ ตามลำดับ

Research title	Communication for Customer Relations Management A Case Study of Samutsakhon Football Club.
Author	Miss.Supakan Chamroenraksa Mr.Naret Bualuay
Research Advisor	Dr. Sirikarn Tammayattiwong

ABSTRACT

This research “Communication for Customer Relations Management A Case Study of Samutsakhon Football Club.” is the mix-method research. Qualitative research use in-depth interview with the responsible communication persons of Samutsakhon football club. Quantitative research use questionnaire with fan of Samutsakhon football club 400 people. The objective of research 1) to study the communication process in order to customer relations management. 2) to study the factors that cause the fans accepted and loyal for Samutsakhon football club.

The result founded that Samutsakhon football club have the communication process for customer relations management of communication elements that 1) Sender; there are 2 characteristics of information disseminate 1.1) the sender as football club 1.2) the sender as leader of fans and representative of fans 2) Message; the football club have several contents design send to fans such as language signal and symbol. 3) Channel; the football club use communication channel to promote in main-stream media such as television, radio, newspaper and alternative media such as online-society media, events and other. 4) Receiver; the football club separate the target 2 groups 1) main-target is the fans who following football club 2) secondary-target is the receiver who like and follow sports.

The factors that cause the fans to accepted and loyal to the Samutsakhon football club founded that the fans follow football club because player factor is the most, second factor is working of football club and third factor is other such as home-town team facility