

แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MOTIVATION TO ATTENDING THAILAND FOOTBALL LEAGUE 3 AND 4



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

Common Course

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2018

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
โดย	นายอัลอาหมิน แซ่ลีมา
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรปุ่นญกุล

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรปุ่นญกุล)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.จุฑา ติงศภักดิ์)	

อัลอามีน แซลีมา : แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4. (MOTIVATION TO ATTENDING THAILAND FOOTBALL LEAGUE 3 AND 4) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร. ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ภายในสนามที่จัดการแข่งขัน ทั้งเพศชาย และเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 804 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามจากงานวิจัยของ Wang and Matsuoka (2014) โดยนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของฟุตบอลไทยเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าสถิติ และเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านแรงจูงใจโดยใช้สถิติ t-test

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในปัจจัยด้านแรงจูงใจระหว่าง ผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจสูงสุดในการเข้าชมไทยลีก 3 และ ไทยลีก 4 คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ซึ่งมีปัจจัยในการเข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 ที่เหมือนกัน โดยปัจจัยในการเข้าชมไทยลีก 3 และไทยลีก 4 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญแทบทุกด้านยกเว้นปัจจัยด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้และด้านความสนใจในผู้เล่นที่ไม่พบความแตกต่าง

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจที่สำคัญในการเข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า ผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 ยังมีความแตกต่างในระดับแรงจูงใจอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ

สาขาวิชา	วิทยาสตรการกีฬา	ลายมือชื่อนิสิต
ปีการศึกษา	2561	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5978333139 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORD: Motivation To Attend / Football Thai League 3 and 4

Alameen Saeleema : MOTIVATION TO ATTENDING THAILAND FOOTBALL LEAGUE 3 AND 4. Advisor: Assoc. Prof. TEPPRASIT GULTHAWATVICHAI Co-advisor: Asst. Prof. CHATCHAI CHATPUNYAKUL, Ph.D.

The objective of this study has two folds: to investigate the motivating factors to attend football Thai League 3 (T3) and 4 (T4) and to compare the motivating factors to attend T3 and T4. The sample of this study comprised 804 male and female spectators whose ages are over than 18 years old. 2. The measure was adopted from Wang and Matsuoka (2014) and adapted to Thai football contexts. Independent sample t-test was used to analyze the motivating factors.

The results show that in overall support the city is the highest motivating factor. Spectators in T3 have higher motivations in support the city, Sport interest, achievement, socialization, drama, knowledge principle, family bonding, and Escapade are lowest in T3 and T4. Results show that every motivating factor is found different between two leagues except in knowledge principle Family bonding and Sport interest.

It can be concluded that the motivating factors to attend football games are important variables used to segment consumers. Marketers, football clubs, and those involved can use results from this study to do marketing segmentation strategically and popularize football games in each league to meet spectators' motivations.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2018

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความรัก และความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชชัย และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุลผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย บุญรอด ประธานกรรมการ ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชชัย กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งสละเวลาให้ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำ ชี้แนะแนวทาง ตรวจสอบความถูกต้อง แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์ในการศึกษาการทำวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภิตีย์ อาจารย์ ดร. สมทบ ฐิตะฐาน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราหม อินพรม ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการวิจัย

ขอขอบพระคุณสโมสรฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ฤดูกาล 2562 ทั้ง 88 สโมสร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณบุคลากรเจ้าหน้าที่ของคณะฯ ทุกท่านที่ช่วยให้คำแนะนำขั้นตอนในการดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ให้กับผู้วิจัยด้วยความเต็มใจ

ขอขอบพระคุณคุณพ่อ ยุทธนา แซ่ลิมา ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนด้านกำลังใจ กำลังทรัพย์ พร้อมทั้งให้คำปรึกษา เป็นกำลังใจอันสำคัญเสมอมา และขอขอบพระคุณครอบครัว คุณแม่ น้องสาว ญาติพี่น้องที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุนเคียงข้างข้าพเจ้าเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวงการฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย สโมสรฟุตบอลไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลไทย หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

อัลอามีน แซ่ลิมา

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ.....	ฉ
บทที่ 1.....	2
บทนำ	2
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	2
คำถามในการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
คำจำกัดความของงานวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	9
ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	9
ขอบเขตด้านตัวแปร.....	9
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	10
ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษา.....	10
ขอบเขตด้านพื้นที่.....	10
บทที่ 2.....	11
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
1. ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4.....	11

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	13
2.1 ความหมายของแรงจูงใจ	13
2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory)	13
3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior).....	20
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา (Sport Consumer Motivation)	23
4.1 การวัดแรงจูงใจในการบริโภคกีฬา.....	24
5. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation).....	29
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ.....	34
6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ.....	42
บทที่ 3.....	45
วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากร.....	45
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	48
การสุ่มตัวอย่าง	49
แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของสโมสรฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3)	50
แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของสโมสรฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4)	52
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือโดยมีขั้นตอน ดังนี้	57
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	59
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	59
บทที่ 4.....	60
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าชม.....	60
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4	62
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3	66
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4	70
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขัน ฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4.....	74
บทที่ 5.....	79
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
สรุปผลการวิจัย.....	79
อภิปรายผล.....	81
ภาคผนวก.....	86
ภาคผนวก ก	87
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	87
ภาคผนวก ข	89
เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน	89
ภาคผนวก ค	99
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	99
บรรณานุกรม.....	2
ประวัติผู้เขียน.....	7

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางที่สรุปกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเก็บของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3).....	50
ตารางที่ 2 ตารางที่สรุปกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเก็บของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4).....	52
ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง.....	60
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจทั้ง 9 ด้าน ในการเข้าชม การแข่งขันฟุตบอลในภาพรวม เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย.....	62
ตารางที่ 5 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลในภาพรวม โดยจำแนกตามรายชื่อ.....	63
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทั้ง 9 ด้าน ของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย.....	66
ตารางที่ 7 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) โดยจำแนกตามชื่อ.....	67
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทั้ง 9 ด้าน ของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4).....	70
ตารางที่ 9 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการ เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4) โดยจำแนกตามชื่อ.....	71
ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล จำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4.....	74
ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล จำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านความสำเร็จ.....	75
ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล จำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านการพบปะสังคม.....	76
ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล จำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านการหลีกเลี่ยง.....	77
ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล จำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านความสนใจในผู้เล่น.....	77

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้าที่ช่วยเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมของมนุษย์ นอกจากนี้แรงจูงใจยังหมายถึงสิ่งเร้าและการกระตุ้นที่ทำให้บุคคลเกิดความพยายามและมีความต้องการในการประสบความสำเร็จในจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งใจไว้ แรงจูงใจอาจเกิดจากตัวเองหรือเกิดจากบุคคลอื่นมากระตุ้นโดยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งใจไว้ อีกทั้งแรงจูงใจคือความต้องการของคน และถ้าคนแต่ละคนมีความต้องการในสิ่งใด ๆ บุคคลนั้นจะพยายามกำหนดทิศทางของพฤติกรรมให้เป็นไปตามความต้องการนั้น ๆ ทำให้แรงจูงใจจึงเป็นตัวกำหนดระดับความตั้งใจของคนให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา สำหรับแรงจูงใจในกีฬา คือ สิ่งที่กระตุ้นให้เรามีส่วนร่วมในการเล่นกีฬา การที่คนเราอยากหรือไม่อยากเล่นกีฬานั้น ไม่ได้ทำให้สมรรถภาพทางการกีฬาดีขึ้น แต่ถ้ามีความรู้สึกลอยเล่นพอใจที่จะเล่นจะทำให้มีความพยายาม มีการพัฒนาการให้ดีขึ้น เมื่อพบอุปสรรคก็ไม่หยุดเล่นกีฬาไปง่าย ๆ จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งเร้าที่นำช่องทางและเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการของการใช้ปัจจัยทั้งหลายที่ทำให้บุคคลเกิดความต้องการ เพื่อสร้างแรงขับ และแรงจูงใจไปกระตุ้นร่างกายให้แสดงพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายที่ได้วางไว้ (ภทรदनัย ประสานตรี, 2556)

ในปัจจุบันกิจกรรมการแข่งขันกีฬาเพื่อความบันเทิงขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง ยังมีเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารในยุคโลกไร้พรมแดนมารองรับ ยิ่งทำให้กิจกรรมการกีฬาขยายตัวครอบคลุมไปทั่วโลก จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลให้สร้างธุรกิจและอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมาก ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลถือได้ว่าเป็นกีฬายอดนิยมที่มีผู้ชมมากที่สุดในโลก (The World's Most Viewed Sports, 2006)

สิ่งที่สำคัญนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้น และเป็นไปไม่ได้เลยที่จะไม่พูดถึงคือ ผู้ชม ผู้ชมถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนวงการกีฬาฟุตบอลให้พัฒนามาได้ไกล และเป็นกลไกสำคัญในการปฏิรูปวงการกีฬาฟุตบอลจนทำให้การตลาดเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และเกิดเป็นธุรกิจกีฬาอย่างที่เรารู้จักกันในปัจจุบันนี้ ถ้ากิจกรรมการแข่งขันกีฬาคือหัวใจของธุรกิจกีฬา ดังนั้นผู้ชมกีฬาที่เปรียบเสมือนเส้นเลือดที่จะคอยสูบฉีดให้หัวใจ (สุภาธนิช สุภาแสน, 2553)

เมื่อมีผู้ชมที่มากขึ้น การตลาดจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในกีฬาฟุตบอล รายได้มหาศาล เม็ดเงิน จึงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สโมสรต่าง ๆ ได้รับรายได้จากหลาย ๆ ช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นจากการขายตั๋วจากผู้สนับสนุน สินค้าที่ระลึก และอื่น ๆ อย่างที่ Funk et al. (2008) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬาและกิจกรรมกีฬา (SECB : Sport and event consumer behavior) ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคล หรือกลุ่มในการเลือก จัดซื้อ ใช้ หรือจัดการ หลังการบริโภคกีฬา และการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและการได้รับสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ผู้บริโภคกีฬาจะต้องใช้เวลาในการชมทั้งการแข่งขันในสนาม และผ่านโทรทัศน์วิทยุหรืออินเทอร์เน็ต รวมถึงการทุ่มเทเงินสำหรับการบริโภคกิจกรรมการซื้อตั๋ว การสมัครสมาชิก การเดินทาง ซื้อของที่ระลึก การลงทะเบียนกีฬา อุปกรณ์กีฬา สื่อต่าง ๆ เป็นต้น

ในปัจจุบันลีกฟุตบอลอาชีพไทยมีโครงสร้างการแข่งขันระหว่างสโมสรในระดับต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกันผ่านการเลื่อนชั้นและการตกชั้น (ดังภาพที่ 1) ไทยลีก 3 (Thai League 3) หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ ไทยลีก 3 ยูโรคัพลีกโปร ตามชื่อของผู้สนับสนุนหลัก ฟุตบอลลีกอาชีพระดับชั้นที่ 3 ของไทย ในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ได้มีการเปลี่ยนชื่อลีกจาก ไทยลีกแชมเปียนชิป เป็น ไทยลีก 3 ต่อมา ยูโรคัพได้เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนหลักทำให้เปลี่ยนเป็น ไทยลีก 3 ยูโรคัพลีกโปร ซึ่งจะเริ่มแข่งขันในฤดูกาล 2560 เป็นฤดูกาลแรกโดยคัดเอาทีมอันดับ 1-4 จาก 8 โซนของ ดิวิชั่น 2 เดิมขึ้นมาแข่งในไทยลีก 3 แล้วแบ่งเป็น 2 โซน ได้แก่โซนเหนือ และโซนใต้ โซนละ 16 ทีมแล้วนำแชมป์ของแต่ละโซน และทีมที่ชนะเลิศการแข่งขันระหว่างรองแชมป์ของแต่ละโซน ขึ้นไปแข่ง ไทยลีก 2 ส่วนการตกชั้น จะนำทีมที่ได้อันดับรองสุดท้ายจากทั้งสองโซนมาเพลย์ออฟกันเพื่อหาทีมตกชั้นพร้อมกับ



ภาพที่ 1 โครงสร้างลีกอาชีพของไทยฤดูกาล 2017
ที่มา: (Thai League Official, 2017)

ทีมอันดับสุดท้ายของทั้ง 2 โซน โดยจะตกชั้นลงไปเล่นใน ไทยลีก 4 (Thai League Official T3, 2017)

ไทยลีก 4 (Thai League 4) (หรือ ยูโรเค้กลีก ตามชื่อของผู้สนับสนุนหลัก) เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพระดับชั้นที่สี่ในประเทศไทย เล่นร่วมกับ ทีมสำรอง แบ่งออกเป็น 6 ลีกตามภูมิภาค เริ่มจับสลากแบ่งสายแบ่งกลุ่มแยกโซนภายในวันที่ 12 มกราคม 2560 และเริ่มต้นเปิดฤดูกาลในเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 โดยเมื่อจบฤดูกาลปกติ จะคัดเลือกทีมที่ได้แชมป์ของทุกโซน, รองแชมป์ของโซนตะวันออกเฉียงเหนือ โซนตะวันตก โซนตะวันออก และโซนกรุงเทพและปริมณฑล , ทีมอันดับ 3 ของโซนตะวันออกเฉียงเหนือ, ทีมชนะเลิศจากเพลย์ออฟระหว่างรองแชมป์ของโซนเหนือ และ รองแชมป์โซนใต้ รวม 12 ทีม เข้าสู่รอบแชมป์เปี้ยนส์ลีก (รอบแรก) ใช้ระบบคัดเลือกแบบแพ้คัดออก เพื่อหาทีมที่ชนะเลิศรอบแรก 6 ทีม เข้าสู่รอบแชมป์เปี้ยนส์ลีก (รอบสุดท้าย) ใช้ระบบมินิลีก แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 3 ทีม หลังจากจบการแข่งขันในรอบสุดท้าย ทีมที่ได้อันดับ 1-2 ของรอบมินิลีกทั้ง 2 กลุ่ม และทีมอันดับ 3 ที่ดีที่สุดของรอบมินิลีกทั้ง 2 กลุ่ม รวม 5 ทีม เลื่อนชั้นไปสู่ ไทยลีก 3 (Thai League Official T4, 2017)

ในอดีตได้มีการศึกษาค้นคว้างานวิจัย เกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ในประเทศไทย ญัฐวุฒิ พลศรี (2556) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมกีฬาฟุตบอล ไทยพรีเมียร์ลีก ในฤดูกาล 2012 พบว่า 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬา ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความชอบกีฬา ปัจจัยด้านความภูมิใจ และปัจจัยด้านความบันเทิง นอกจากนี้ วทัญญู ลีวงศ์วรกุล (2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาองค์กรของวงการฟุตบอล ค่านิยมของสังคม การรับรู้สื่อ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย อีกทั้ง อนันต์ เมืองทอง (2557) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประชาชนกรณีศึกษา: สโมสรฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 -25 ปี รายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วง 10,001 -30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาระดับปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2) ความสำเร็จจากการประชาสัมพันธ์ของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด มาจากความเป็นมืออาชีพของทีมงาน 3) สื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรที่มีความง่าย ที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ 4) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ วันละ 1 ครั้ง 5) ระยะเวลาในการ

เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ ครั้งละครึ่งชั่วโมง 6) ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ ช่วง 17.00 - 21.00 น. 7) ความสนใจต่อข้อมูล ของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลของนักฟุตบอล 8) ประเด็นที่มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ สโมสรมีความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ 9) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกลงชื่อการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ได้แก่ ความชื่นชอบบรรยากาศในการเชียร์ภายในสนามของ สโมสรและความชื่นชอบในตัวนักฟุตบอลสโมสร

สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศ Wang and Matsuoka (2014) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของ ผู้เข้าชมการแข่งขัน Chinese Super League (CSL) จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล CSL ของแฟนบอลชาวจีนนั้น คือ ความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (Achievement) และการพบปะสังสรรค์ (Socialization) ตามลำดับ และพบว่าเพศชายให้ความสนใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล CSL มากกว่าเพศหญิง โดยจากงานวิจัยนี้ได้ทำการปรับจำนวนปัจจัย ด้านแรงจูงใจที่เหมาะสมกับแฟนกีฬาฟุตบอลให้เหลือ 9 ด้านด้วยกันคือ ความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังสรรค์ (Socialization) การหลีกเลี่ยง (Escape) ความตื่นเต้น เร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player) นอกจากนี้ Karakaya, Yannopoulos, and Kefalaki (2016) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ในกรุงเอเธนส์ ประเทศกรีซ โดยเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมกีฬาทั้งชายและหญิง และเก็บข้อมูลจาก 2 เกมส์การแข่งขัน ผลจากงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาฟุตบอลมากที่สุดในครั้งนี้คือ ความตื่นเต้นทางอารมณ์ (Emotional excitement) รองลงมาคือ การพบปะสังสรรค์ (Socialization) และบรรยากาศในสนาม (Soccer atmospheric) ตามลำดับ และเพศชายจะตอบสนองต่อการเข้าชมกีฬาในครั้งนี้นี้นั้นมากกว่าเพศหญิง

ที่ผ่านมาได้มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจต่อผู้เข้าชมกีฬาประเภทต่าง ๆ ในต่างประเทศหลายงาน แต่ในประเทศไทยถือว่ายังมีน้อยมาก แม้แต่กีฬาฟุตบอลอาชีพซึ่งเป็นกีฬายอดนิยมอันดับต้น ๆ ของผู้ชมในประเทศไทยก็ยังไม่ค่อยมีการศึกษาเท่าใดนัก แม้ฟุตบอลอาชีพไทยลีก ซึ่งไทยลีก 1 – 2 ถือได้ว่าเป็นรายการ

ฟุตบอลอาชีพของไทยที่มีทั้งผู้ชมและผู้สนับสนุนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก (วาทัญญู ลีวงศ์วรกุล, 2557) แต่สำหรับไทยลีก 3 - 4 ยังเป็นรายการกึ่งอาชีพซึ่งไม่ได้รับการสนับสนุนทั้งทางด้านการเงินจากทางสมาคมฟุตบอลฯ และความสนใจจากสปอนเซอร์เท่าลีก 1 และ 2 และปัญหาของทีมในไทยลีก 3 และ 4 ที่ผ่านมามีคนดูน้อย สปอนเซอร์น้อย และได้รับเงินสนับสนุนจากสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทยน้อยกว่าไทยลีก 1 และ 2 ส่งผลให้ปีที่ผ่านมามีการยุบทีมฟุตบอลไปถึง 4 ทีม ได้แก่ ทีมกระรอกขาวจ้าวสนาม" ร้อยเอ็ด ยูไนเต็ด ที่มีข้อพิพาทเรื่องเงินของอดีตนักเตะที่ทีมยังจ่ายไม่ครบถ้วน ทีมอินทรีแห่งขุนเขา" พะเยา เอฟซี มีปัญหาด้านการเงิน ทีมมังกรอันดามัน มีข้อพิพาทกับพีฟ่าและอดีตนักเตะกว่า 83 ล้านบาท และล่าสุดกับทีมมดพิฆาตอำนาจ ยูไนเต็ด ที่ตัดสินใจพักทีมไป 2 ปี ดังนั้นจำนวนผู้ชมและปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายจึงเป็นสิ่งที่ยิ่งจำเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในด้านความอยู่รอดสำหรับทีมในลีก 3 และ 4 เนื่องจากผู้ชมสามารถที่จะสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้กับทีมฟุตบอล (SiamSport, 2017)

นอกจากการเลื่อนชั้นของทีมใน Thai League 3 - 4 ที่แตกต่างกันดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว ความแตกต่างนอกเหนือจากนี้คือ Thai League 3 รูปแบบการแข่งขันในแต่ละแมตช์การแข่งขันจะแบ่งออกเป็นเพียง 2 โซนเท่านั้น คือ ตอนล่าง และตอนบน ซึ่งมีความคล้ายกับลีกอาชีพ แต่ใน Thai League 4 นั้น ทีมแข่งขันจะถูกแบ่งออกเป็นโซนตามภูมิภาค จึงเรียกได้ว่าเป็นการแข่งขันแบบกึ่งอาชีพ ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาว่า Thai League 3 (T3) และ Thai League 4 (T4) มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ในด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลของผู้ชมกีฬา

อีกทั้งเท่าที่ผู้วิจัยได้ค้นคว้า ยังไม่มีใครทำงานวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลด้านปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลอาชีพไทยลีก 3 - 4 ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญและปัญหาของสโมสรฟุตบอลในไทยลีก 3 และ 4 ดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงอยากจะศึกษาถึงแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 อีกทั้งต้องการที่จะทราบว่า ความแตกต่างระหว่างลีกสูงสุดของประเทศมีความแตกต่างอย่างไรกับ Thai League 3 - 4 ในด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอล เพราะแรงจูงใจในการเข้าชมของแฟนบอลเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นในการกระทำ เมื่อทางฝ่ายการตลาดของสมาคมฟุตบอลและสโมสรฟุตบอลทราบถึงแรงจูงใจของผู้ชมฟุตบอล จะสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับผู้ชมที่มีแรงจูงใจต่างกัน เพื่อที่จะกระตุ้นและดึงดูดผู้ชมให้มาเข้าชมได้มากขึ้น โดยประเด็นที่สำคัญ ๆ เหล่านี้

ยังไม่มีผู้ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล แต่เป็นประเด็นที่น่าสนใจและติดตามเป็นอย่างมาก เพราะกีฬาฟุตบอลไม่ใช่แค่เพียงเป็นกีฬา แต่หากยังรวมถึงมูลค่าในเชิงธุรกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจจะมีการพัฒนาไปเทียบเคียงกับประเทศชั้นนำของโลก ทำให้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการค้นคว้าหาข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทย เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อวงการฟุตบอลไทย ในการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 – 4 เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ระหว่างไทยลีก 3 และ 4

คำจำกัดความของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความหมายของคำต่าง ๆ ไว้ ดังนี้

ผู้ชม (Audiences) หมายถึง ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 – 4 ที่สนามแข่งขัน

ความสนใจในกีฬา (Sport Interest) หมายถึง ความกระตือรือร้นต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล มีความชื่นชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล โดยไม่ได้มุ่งหวังผลการแข่งขันเป็นหลัก

ความสำเร็จ (Achievement) หมายถึง ความปรารถนาที่ต้องการให้ทีมที่ชื่นชอบได้รับชัยชนะ เมื่อทีมชนะผู้ชมมีความรู้สึกได้รับความสำเร็จจากชัยชนะเช่นกัน และผู้ชมเกิดความภาคภูมิใจจากการที่ทีมประสบความสำเร็จ

การพบปะสังคมน (Socialization) หมายถึง ความปรารถนาที่ต้องการสื่อสารกับสังคม และการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทำให้มีโอกาสในการพบปะเพื่อน ๆ และคนรู้จัก อีกทั้งยังเป็นการแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ชมฟุตบอลคนอื่น

การหลีกเลี่ยง (Escape) หมายถึง ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ทำซ้ำ ๆ ในชีวิตประจำวันเหมือนการหลีกเลี่ยงอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้ลืมนปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตได้

ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) หมายถึง ความตื่นเต้นของการแข่งขันฟุตบอล ผลการแข่งขันคาดเดาได้ยาก ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าทีมใดจะเป็นผู้ชนะ และจดจ่อต่อเกมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปมาจนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน

สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) หมายถึง สิ่งที่ได้มาของความรู้ จากการรับชมกีฬาฟุตบอล มีความเข้าใจในด้านเทคนิค การวางแผน และกลยุทธ์ของฟุตบอลมากขึ้น ซึ่งเป็นผลให้ผู้คนสนใจที่จะเลือกรับชมกีฬา

การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) หมายถึง ความผูกพันหรือยึดติดของผู้ชมกับ ชุมชนหรือท้องถิ่น ที่มีส่วนช่วยทำให้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนทีมชุมชนหรือท้องถิ่น ทำให้เกิดความรักในถิ่นฐานบ้านเกิด

ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) หมายถึง การได้ใช้เวลาในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลกับสมาชิกในครอบครัวและเป็นเหตุผลที่จะทำให้เกิดความใกล้ชิดและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว

ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player) หมายถึง มีความต้องการชมผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ และทำให้รู้สึกมีความสุขเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของนักเตะที่ชื่นชอบ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันภายในที่นำไปสู่การกระทำ ส่งผลให้เกิดความต้องการ

ไทยลีก 3 (Thai League 3) หมายถึง ไทยลีก 3 หรือเป็นที่รู้จักกันในชื่อ ไทยลีก 3 ยูโรเค้กลีกโพร ตามชื่อของผู้สนับสนุนหลัก ฟุตบอลลีกอาชีพระดับ 3 ของไทย เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพระดับที่ 3 ในประเทศไทย จำนวนทีม 29 ทีม รูปแบบการแข่งขันแบ่งเป็น 2 โซน ประกอบด้วย ตอนบน (NORTHERN THAILAND) 14 ทีม และตอนล่าง (SOUTHERN THAILAND) 15 ทีม ระบบการแข่งขันเป็นการแข่งขันแบบพบกันหมดเหย้าและเยือน หลังจากจบการแข่งขันในรอบตัวแทนกลุ่มให้ทีมที่มีคะแนนดีที่สุดในแต่ละกลุ่มรวม 2 ทีม มีสิทธิ์ขึ้นไป เล่นใน M-150 CHAMPIONSHIP โดยอัตโนมัติ ส่วนทีมลำดับที่ 2 ของแต่ละกลุ่มจะต้องแข่งขันรอบเพลย์ออฟ เหย้าและเยือน เพื่อหาโควต้าขึ้นไปเล่นใน M-

150 CHAMPIONSHIP อีก 1 ทีม รวมเป็น 3 ทีม ส่วนทีมอันดับสุดท้ายของแต่ละกลุ่มรวม 2 ทีมจะตกไปเล่นระดับ ยูโร เค้ก ลีก ในฤดูกาลถัดไป

ไทยลีก 4 (Thai League 4) หมายถึง ไทยลีก 4 (หรือ ยูโรเค้กลีก ตามชื่อของผู้สนับสนุนหลัก) เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพระดับที่ 4 ในประเทศไทย เล่นร่วมกับทีมสำรองของทีมไทยลีก 1 โดยแบ่งออกเป็น 6 ลีกตามภูมิภาค จำนวนทีม 61 ทีม รูปแบบการแข่งขันแบ่งเป็น 6 โซน ประกอบด้วย โซนภาคเหนือ 9 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 1.5 ทีม) โซนภาคตะวันตก 10 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 2 ทีม) โซนภาคตะวันออก 10 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 2 ทีม) โซนกรุงเทพและปริมณฑล 11 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 2 ทีม) โซนภาคใต้ 9 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 1.5 ทีม) โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 12 ทีม (สิทธิ์เล่นรอบแชมเปียนส์ลีก 3 ทีม) และทีมอันดับ 2 ของภาคใต้และทีมอันดับ 3 ของกลุ่มภาคเหนือ จะต้องมาเพลย์ออฟ(เหย้า-เยือน) เพื่อหา ทีมที่จะเข้าไปเล่นในรอบแชมเปียนส์ลีกรวม 12 ทีม

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 ครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 โดยอ้างอิงแนวคิดปัจจัยแรงจูงใจจากงานวิจัยของ Wang and Matsuoka (2014)

ขอบเขตด้านตัวแปร

การศึกษาครั้งนี้ ตัวแปรต้น คือ ลีกการแข่งขันฟุตบอล T3-T4 และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจ (Motives) ประกอบด้วย ความสนใจในกีฬา (Sport Interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังสรรค์ (Socialization) การหลีกเลี่ยง (Escape) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) และความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 ฤดูกาล 2562
 กุมภาพันธ์ 2562 เป็นต้นไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4
 ฤดูกาล 2562

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ศึกษา

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 ครั้งนี้ ใช้เวลาในการ
 ดำเนินการศึกษาประมาณ 2 เดือน คือ ตั้งแต่ช่วง กุมภาพันธ์-มีนาคม 2562

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 ครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะสนามกีฬา
 ประจำทีมสโมสรต่าง ๆ ในฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 โดยแบ่งได้ดังนี้

ไทยลีก 3

สโมสร ตอนบน 3 ทีม

- | | | |
|------------------------|----------|------------------------------|
| - บางกอก เอฟซี | สนามแข่ง | สนามกีฬาเฉลิมพระเกียรติบางมด |
| - อยุทธยา เอฟซี | สนามแข่ง | สนามกีฬากลางพระนครศรีอยุธยา |
| - เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด | สนามแข่ง | สนามกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี |

สโมสร ตอนล่าง 3 ทีม

- | | | |
|--------------------------|----------|-----------------------------|
| - นรา ยูไนเต็ด | สนามแข่ง | สนามกีฬากลางจังหวัดนราธิวาส |
| - นครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด | สนามแข่ง | สนามมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |
| - จามจรี ยูไนเต็ด | สนามแข่ง | สนามจามจรี |

ไทยลีก 4

- | | | |
|---|----------|---------------------------|
| - โชนภาคตะวันออก พัทยา ยูไนเต็ด | สนามแข่ง | สนามแข่ง ดอปปัน สเตเดียม |
| - โชนภาคใต้ ทีมปัตตานี เอฟซี | สนามแข่ง | สนามกีฬาจังหวัดปัตตานี |
| - โชนภาคกลางแปริณทล สยาม เอฟซี | สนามแข่ง | สนามมหาวิทยาลัยสยาม |
| - โชนภาคตะวันตก สพล สมุทรสาคร เอฟซี | สนามแข่ง | สนามกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร |
| - โชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาสารคราม เอฟซี | สนามแข่ง | สนามกีฬาจังหวัดมหาสารคราม |
| - โชนภาคเหนือ ทีมสิงห์บุรี บางระจัน | สนามแข่ง | สนามกีฬาจังหวัดสิงห์ |

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4 โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ
3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา (Sport consumer motivation)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 - 4

ไทยลีก 3 (Thai League 3) ฟุตบอลลีกอาชีพระดับชั้นที่ 3 ของไทยซึ่งจะเริ่มแข่งขันในฤดูกาล 2560 เป็นฤดูกาลแรกโดยคัดเอาทีมอันดับ 1-4 จาก 8 โซนของ ดิวิชั่น 2 เดิมขึ้นมาแข่งในไทยลีก 3 แล้วแบ่งเป็น 2 โซน ได้แก่โซนเหนือ และโซนใต้ โซนละ 16 ทีมแล้วนำแชมป์ของแต่ละโซนและทีมที่ชนะเลิศการแข่งขันเพลย์ออฟ ระหว่างรองแชมป์ของแต่ละโซน ขึ้นไปแข่ง ไทยลีก 2 ส่วนการตกชั้น จะนำทีมที่ได้อันดับรองสุดท้ายจากทั้งสองโซนมาเพลย์ออฟกันเพื่อหาทีมตกชั้นพร้อมกับทีมอันดับสุดท้ายของทั้ง 2 โซน โดยจะตกชั้นลงไปเล่นใน ไทยลีก 4 ในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ได้มีการเปลี่ยนชื่อลีกจาก ไทยลีกแชมเปียนชิป เป็น ไทยลีก 3 ต่อมายูไรต์ได้เข้ามาเป็นผู้สนับสนุนหลักทำให้เปลี่ยนเป็น ไทยลีก 3 ยูไรต์ลีกโปร สำหรับเงินรางวัลในไทยลีก 3 ทีมที่ได้แชมป์ลีก จะได้รับเงินรางวัล 500,000 บาท รองชนะเลิศได้รับเงิน 250,000 บาท และอันดับที่ 3 จะได้รับเงิน 100,000 บาท นอกเหนือจากนี้ในแต่ละปี สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยได้มอบเงินสนับสนุนให้กับทุกทีม ในไทยลีก 3 เป็นจำนวนเงิน 1 ล้านบาท ซึ่งในฤดูกาล 2560 ทางสมาคมฯก็ได้มีโครงการ FA Development Program เพื่อมอบเงินสนับสนุนเพิ่มเติมให้กับสโมสรในลีกอาชีพที่มีโครงการจะพัฒนาสาธารณูปโภคของสโมสรในด้านต่างๆ อาทิเช่น สนามแข่งขัน, ไฟส่องสว่าง, ห้องแต่งตัวนักเตะ และห้องสำหรับสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสโมสรในไทยลีก 3 จะได้รับเงินเพิ่มสโมสรละ 1 ล้านบาท ทำให้มีงบประมาณเพิ่มขึ้น เป็น 2 ล้านบาทต่อปีจากทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย (Thai League Official T3, 2017)

ไทยลีก 4 (Thai League 4) เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพระดับชั้นที่สี่ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 6 โซน โดยทีมชนะเลิศ และรองชนะเลิศ ของแต่ละลีกภูมิภาครวม 12 สโมสร จะได้สิทธิเข้าแข่งขันรอบแชมเปียนส์ลีกโดยอัตโนมัติ เพื่อแข่งขันเพลย์ออฟ คัดเลือกสโมสร 3 อันดับแรกขึ้นไปสู่ ไทยลีก 3 ฤดูกาลถัดไป ขณะเดียวกันอันดับสุดท้ายเมื่อจบฤดูกาล (เริ่มใช้ พ.ศ. 2559) จะไม่มีการตกชั้นแต่จะต้องพักทีม ทั้งนี้ ในฤดูกาลปัจจุบัน (พ.ศ. 2560) เป็นการแข่งขันครั้งที่ 12 ในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2559 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น ไทยลีก 4 และได้มีการเพิ่ม ทีมสำรองจากทีมในไทยลีก 1 เข้าร่วมร่วมแข่งขัน ต่อมาในการประชุมสภากรรมการของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 มีมติรับหลักการในการจัดตั้ง บริษัท ลีกภูมิภาคไทย จำกัด เพื่อทำหน้าที่บริหารฟุตบอลลีกรายการนี้

นอกจากนี้แล้ว ยังมีการเพิ่มเติมในกฎกติกาการแข่งขันในไทยลีก 4 (2018) ทั้งหมด 6 ข้อ เพื่อให้มีความสุขและความเข้มข้นมากขึ้น ดังนี้

1. การให้สิทธิทีมจากโตโยต้า ไทยลีก สามารถส่งทีมสำรอง โดยใช้ชื่อต่อท้ายว่า “B” ลงเล่นใน ยูโร คัพ ลีก ซึ่งสโมสรที่ส่งทีมสำรองเข้าร่วมการแข่งขัน จะได้สิทธิลงทะเบียนนักเตะจาก 35 เพิ่มเป็น 50 คน โดยใช้ผู้เล่นชุดเดียวกันทั้งสองลีก แต่ภายในหนึ่งสัปดาห์แข่งขัน จะส่งนักเตะแต่ละราย ลงเล่นได้แค่ 1 รายการเท่านั้น

หากส่งผู้เล่นลงเล่น 2 รายการภายในสัปดาห์แข่งขันเดียวกัน จะเข้าข่ายการส่งผู้เล่นผิดคุณสมบัติลงสนาม และต้องถูกลงโทษต่อไป

2. หากทีม ไทยลีก B จบอันดับต่ำกว่าที่กำหนดไว้ จะถูกพักทีมไม่สามารถส่งทีมสำรองเข้าร่วมการแข่งขัน ยูโร คัพ ลีก ในปีต่อไปได้ รวมถึงยังถูกปรับเงิน 50,000 ถึง 100,000 บาทอีกด้วย

3. หากผู้เล่นได้รับใบเหลือง-ใบแดง ในการแข่งขันลีกใดลีกหนึ่ง จะไม่ส่งผลข้ามไปอีกลีก เช่นนักเตะ A ถูกใบแดงใน ไทยลีก ก็จะมีผลแคในไทยลีก หรือ นักเตะ B ถูกใบแดงใน ยูโร คัพ ลีก ก็จะมีผลและถูกลงโทษแคในกับ ยูโร คัพ ลีก เท่านั้น

4. นี่เป็นครั้งแรกอีกเช่นกัน ในการเพิ่มกฎให้ ทุกสโมสรในศึก ยูโร คัพ ลีก ต้องส่งนักเตะที่อายุไม่เกิน 21 ปี ลงเป็นตัวจริงอย่างน้อย 1 คน ต่อ 1 เกม เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนทุกสโมสร ได้มีโอกาสลงสนาม ในลีกรากหญ้าซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญของลีกภายในประเทศต่อไป

5. ทีมชนะเลิศแต่ละโซน จะได้รับเงินรางวัล 1,000,000 บาท พร้อมเหรียญและถ้วยรางวัล อันดับ 2 ได้ 500,000 บาท หากทีมจากไทยลีก B ได้แชมป์โซน จะได้รับเงินรางวัลเพียง 300,000 บาท เท่านั้น

6. ทีมไทยลีก B จะไม่มีสิทธิเลื่อนชั้น หากทีมสำรองคว้าแชมป์โซนได้ สิทธิในการไปเล่นรอบเพลย์ออฟ รอบแชมป์ชนศึก จะตกเป็นของ ทีมลำดับถัดไป รวมถึงทีมไทยลีก B จะไม่มีสิทธิตกชั้น เว้นแต่ทำอันดับได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และถูกพักการแข่งขัน

นอกเหนือจากนี้ ในแต่ละปี สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยได้มอบเงินสนับสนุนให้กับทุกทีม ในไทยลีก 3 เป็นจำนวนเงิน 1 ล้านบาท ซึ่งในฤดูกาล 2560 ทางสมาคมฯก็ได้มีโครงการ FA Development Program เพื่อมอบเงินสนับสนุนเพิ่มเติมให้กับสโมสรในลีกอาชีพที่มีโครงการจะพัฒนาสาธารณูปโภคของสโมสรในด้านต่างๆ อาทิเช่น สนามแข่งขัน, ไฟส่องสว่าง, ห้องแต่งตัวนักกีฬา และห้องสำหรับสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสโมสรในไทยลีก 3 จะได้รับเงินเพิ่มสโมสรละ 1 ล้านบาท ทำให้มีงบประมาณเพิ่มขึ้น เป็น 2 ล้านบาทต่อปีจากทางสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย (Thai League Official T4, 2017)

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.1 ความหมายของแรงจูงใจ

การศึกษาเกี่ยวกับความหมายของแรงจูงใจ พบว่ามีนักคิด นักวิชาการได้อธิบายไว้ดังนี้
แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงผลักดันภายในที่นำไปสู่การกระทำ โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์จะมีความต้องการอยู่ตลอดเวลา และเมื่อเกิดความต้องการจะเกิดความตึงเครียด (Tension) อันเกิดจากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองจากจิตสำนึก (conscious) และจิตใต้สำนึก (Subconscious) ทำให้มนุษย์ต้องหาทางที่จะลดความตึงเครียดโดยแสดงพฤติกรรมเพื่อทำให้ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองโดยมีกำหนดเป้าหมายที่จำเพาะและเลือกรูปแบบของการกระทำซึ่งเป็นผลมาจากบุคลิก การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติ (วุฒิ สุขเจริญ, 2557)

2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจ พบว่ามีนักคิด นักวิชาการได้อธิบายไว้ดังนี้
ทฤษฎีแรงจูงใจ คือ หลักการกำหนดทิศทางการแสดงออกถึงพฤติกรรมของนักกีฬาซึ่งมีผลกระทบต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนักกีฬา ทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬามี 4 ทฤษฎีดังต่อไปนี้ (ภัทรดนัย ประสานตรี, 2556) ทฤษฎีแรงจูงใจภายในและการประเมินความรู้ (Intrinsic Motivation and Cognitive Evaluation Theory) ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation Theory) ทฤษฎีการอ้างเหตุ (Attribution Theory) และทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal Setting Theory)

2.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจภายในและการประเมินความรู้ (Intrinsic Motivation and Cognitive Evaluation Theory)

สุปราณี ขวัญบุญจันทร์ (2544 อ้างใน ภัทรดนัย ประสานตรี, 2556) ได้สรุปเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจภายในและการประเมินความรู้ไว้ 4 ข้อ

(1) ทฤษฎีแรงจูงใจภายใน หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในโดยที่ไม่หวังผลรางวัล หรือสิ่งล่อใจภายนอกมาเป็นแรงกระตุ้นให้กระทำกิจกรรมนั้นๆ แรงจูงใจภายในเป็นแรงจูงใจในการเล่นกีฬาเพื่อความสุข เป็นความสุขที่จะได้เล่นโดยไม่มีอิทธิพลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องแรงจูงใจภายในเกิดขึ้นได้อย่างไร เพิ่มขึ้นได้อย่างไรเป็นสิ่ง ที่ยากจะอธิบาย เพราะแรงจูงใจภายในเกิดขึ้นจากแรงขับภายในที่ต้องการการตอบสนองต่อความต้องการพื้นฐานเท่านั้น ซึ่งนำไปสู่ทฤษฎีการประเมินความรู้ (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา, 2542)

(2) ทฤษฎีการประเมินความรู้ หมายถึง การอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ว่าคุณมีความสามารถและการตัดสินใจด้วยตนเอง องค์ประกอบที่สำคัญของทฤษฎีการประเมินความรู้คือ การรับรู้ในการควบคุม และกระบวนการประเมินข้อมูล (สืบสาย บุญวิโรบุตร, 2546)

(3) การรับรู้ในการควบคุม หมายถึง นักกีฬาต้องรู้ว่าอะไรเป็นแหล่งของสาเหตุในการจูงใจให้นักกีฬาเล่นกีฬา แหล่งของสาเหตุประกอบด้วย แหล่งแรงจูงใจภายในและแหล่งแรงจูงใจภายนอก ดังนั้นนักกีฬาจำเป็นต้องรับรู้และควบคุมแหล่งของสาเหตุที่เล่นกีฬาให้ได้ในช่วงเวลาแรกของการเล่นกีฬา นักกีฬาหลายคนรับรู้ว่าการเล่นกีฬานั้นด้วยความสนใจอยากเล่น (แรงจูงใจภายใน) โดยไม่ได้หวังสิ่งล่อใจ คือ เงิน รางวัล หรือสิ่งของ (แรงจูงใจภายนอก) แต่เมื่อเล่นกีฬาไปได้นานๆ อาจจะมีแรงจูงใจภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องในการเล่นกีฬานักกีฬาได้ หากเมื่อใดนักกีฬารับรู้ว่าการเล่นกีฬาเพราะมีแรงจูงใจภายนอกมากกระตุ้นเป็นสำคัญ แรงจูงใจภายในของนักกีฬาจะลดลงด้วย เช่น นักกีฬาวាយน้ำเริ่มฝึกซ้อมวายน้ำเพราะชอบและสนใจในกีฬาวายน้ำ ในเวลาต่อมาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายได้ให้รางวัลพิเศษกับนักกีฬามากมาย และในที่สุดนักกีฬาไม่สามารถทราบว่าการเล่นกีฬาวายน้ำเพราะสาเหตุใด เป็นต้น เพราะฉะนั้นนักกีฬาจึงต้องรับรู้วิธีการควบคุมให้ได้ว่าทำไมจึงเล่นกีฬา และต้องคำนึงอยู่เสมอว่าถ้าเมื่อใดที่แรงจูงใจภายนอกเข้ามาอิทธิพลต่อการเล่นกีฬา เมื่อนั้นแรงจูงใจภายในจะลดลงทันที (เต็มศักดิ์ คทวณิช, 2546)

(4) กระบวนการประเมินข้อมูล หมายถึง กระบวนการที่รับรู้ประเมินข้อมูลว่าแรงจูงใจภายในหรือแรงจูงใจภายนอก ที่มีผลต่อความสามารถในการเล่นกีฬา กระบวนการประเมินข้อมูลเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรับรู้ถึงความสามารถ และการตัดสินใจด้วยตนเอง ถ้านักกีฬามีกระบวนการประเมินข้อมูลที่ดีแล้วจะสามารถประเมินข้อมูลได้เลยว่าแรงจูงใจภายในหรือแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเล่นกีฬา เช่น นักกีฬา เล่นกีฬาเพราะความสนใจที่จะเล่นไม่ใช่เพราะรางวัลก็จะทำให้

นักกีฬาเล่นกีฬาเพื่อกีฬา แต่ในทางตรงข้ามถ้านักกีฬาเล่นกีฬาเพราะรางวัลนักกีฬาจะเล่นกีฬาเพื่อรางวัลแต่เพียงสิ่งเดียวไม่คำนึงถึงแรงจูงใจภายในอีกเลย (ลักขญา สรวิวัฒน์, 2549)

2.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation Theory)

การค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทำให้ทราบถึงทฤษฎีแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ทฤษฎีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ McClelland et al. (1953) ได้เสนอ แรงจูงใจสู่ความสำเร็จนี้ระหว่าง ค.ศ. 1950-1970 ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้รับความสนใจมากที่สุดในเรื่องของจิตวิทยา และได้เสนอปัจจัย 2 ประการที่จะบ่งชี้ความต้องการความสำเร็จของนักกีฬา อันได้แก่ สิ่งจูงใจสู่ความสำเร็จ (Motive to achieve success) และสิ่งจูงใจหลบหนีความล้มเหลว (Motive to avoid failure) แมคเคลแลนด์ได้อธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการความสำเร็จในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งมีปัจจัยบ่งชี้ก็คือ ตัวความต้องการความสำเร็จ ซึ่งเขาอธิบายลักษณะของผู้ที่ประสบความสำเร็จสูง (High achieves) ได้แก่ มีความกล้าเสี่ยงพอประมาณ (Moderate risk) คนที่ประสบความสำเร็จสูงต้องมีการกล้าเสี่ยงพอประมาณ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนความสำเร็จและโอกาสของความสำเร็จด้วย มีข้อมูลข่าวสารทันต่อสภาพการณ์ (Immediate feedback) นอกจากจะมีความกล้าเสี่ยงพอประมาณ บุคคลจะต้องเลือกหรือสรรหาข้อมูลย้อนกลับทันต่อเหตุการณ์ทันทีทันใด เพื่อจะประเมินค่าสิ่งที่ตนกระทำและพร้อมที่จะแก้ไขปรับปรุงมุ่งสู่ความสำเร็จ การประสบความสำเร็จในงาน (Accomplishment) คือ การที่บุคคลจะประสบความสำเร็จขั้นสูงสุดจะต้องมีประสบการณ์ความสำเร็จในงานหรือการแสดงผลออกมีความพึงพอใจและมีความต้องการสำเร็จในงานมากกว่าสินจ้างรางวัลและค่าตอบแทน และการมีความหมกมุ่นในงาน (Preoccupation with task) คือ บุคคลที่ประสบความสำเร็จสูงย่อมมีนิสัยที่หมกมุ่นกับงาน กล่าวคือ เมื่อเริ่มต้นทำงานแล้วจะสานต่อจนกระทั่งสำเร็จไม่กระทำครึ่ง ๆ กลาง ๆ นอกจากนี้ McClelland et al. (1953) ยังได้สรุปว่าคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะต่างตาม 6 ข้อ คือ (1) เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบพฤติกรรมของตนเอง และตั้งมาตรฐานความเป็นเลิศในการทำงาน (Standard of excellence) (2) เป็นผู้ที่ตั้งวัตถุประสงค์ที่มีโอกาสจะทำได้สำเร็จ 50-50 หรือเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงปานกลาง (3) พยายามที่จะทำงานอย่างไม่ทอดยจนถึงจุดหมายปลายทาง (4) เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการวางแผนระยะยาว (5) ต้องการข้อมูลย้อนกลับของผลงานที่ได้กระทำ และ (6) เมื่อประสบผลสำเร็จจึงจะอ้างสาเหตุภายใน เช่น ความสามารถ และความพยายาม

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของกอร์แมน Gorman (2004) นักจิตวิทยาชาวอเมริกันที่ได้ศึกษาและรวบรวมความต้องการทางจิตของมนุษย์ไว้ 18 ชนิด ซึ่งจะรวมไปถึงความต้องการเอาชนะ และประสบความสำเร็จด้วย เขาจึงเป็นบุคคลแรกที่ได้กล่าวถึงความต้องการทางจิตที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุก

คน เพราะมนุษย์ต้องการเป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะเอาชนะอุปสรรค มุ่งมั่นที่จะกระทำในสิ่งที่ยากให้ประสบความสำเร็จซึ่งทฤษฎีความต้องการของเมอร์เรย์สามารถสรุปเป็นข้อได้ 18 ข้อ ดังนี้

(1) ความต้องการที่จะเอาชนะด้วยการแสดงความก้าวร้าวออกมาเป็นความต้องการที่จะเอาชนะผู้อื่น เอาชนะสิ่งกีดขวางทั้งปวงด้วยความรุนแรงมีการต่อสู้การแก้แค้น การทำร้ายร่างกายเช่น การพูดประชดประชันกับผู้ที่ตนเองไม่ชอบ เป็นต้น

(2) ความต้องการที่จะเอาชนะฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆเป็นความต้องการที่จะฟันฝ่าอุปสรรคความล้มเหลวต่างๆด้วยการสร้างความพยายามขึ้น เช่น เมื่อได้รับคำดูถูกดูหมิ่น ผู้ที่ได้รับจะเกิดความพากเพียรเอาชนะคำสบประมาทจนประสบความสำเร็จ เป็นต้น

(3) ความต้องการที่จะยอมแพ้ เป็นความต้องการที่จะยอมแพ้ ยอมรับผิด ยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์หรือยอมรับการถูกลงโทษ เช่น การเผาตัวเพื่อประท้วงการปกครอง

(4) ความต้องการป้องกันตนเอง เป็นความต้องการที่จะป้องกันตนเองจากคำวิพากษ์วิจารณ์การตำหนิติเตียนซึ่งเป็นการป้องกันทางด้านจิตใจ พยายามหาเหตุผลมาอธิบายการกระทำของตน มีการป้องกันตนเองเพื่อให้พ้นผิดจากการกระทำต่างๆ ทั้งปวง

(5) ความต้องการเป็นอิสระ เป็นความต้องการจะเป็นอิสระจากสิ่งกีดขวางทั้งปวง ต้องการที่จะดิ้นรนเพื่อเป็นตัวของตัวเอง ไม่ตกอยู่ภายใต้การควบคุมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

(6) ความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่างๆที่ยากลำบากให้ประสบความสำเร็จ พยายามเอาชนะอุปสรรคทั้งปวง เพื่อให้การทำงานของตนประสบความสำเร็จ

(7) ความต้องการสร้างมิตรภาพกับบุคคลอื่น เป็นความต้องการที่จะทำให้บุคคลอื่นรักใคร่ ต้องการรู้จักหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น มีความซื่อสัตย์ต่อเพื่อนฝูง พยายามสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบุคคลอื่น

(8) ความต้องการความสนุกสนาน เป็นความต้องการที่จะแสดงความสนุกสนานต้องการหัวเราะเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด มีการสร้างหรือเล่าเรื่องตลกขบขัน มีการพักผ่อนหย่อนใจ มีการเล่นเกมกีฬา เป็นต้น

(9) ความต้องการแยกตนเองออกจากผู้อื่น เป็นความต้องการหรือเป็นความปรารถนาของบุคคลในการที่จะแยกตนเองออกจากผู้อื่น โดยไม่มีความรู้สึกยินดียินร้ายกับผู้อื่น ต้องการเมินเฉยกับบุคคลอื่น

(10) ความต้องการที่จะให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่น เป็นความต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับบุคคลอื่น โดยการให้ความช่วยเหลือแก่บุคคลที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้หรือให้การช่วยเหลือบุคคลอื่นให้พ้นจากอันตรายต่างๆ

(11) ความต้องการสร้างความประทับใจในตนเองให้แก่ผู้อื่น เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นได้เห็น ได้ยินเกี่ยวกับเรื่องราวของตนเองต้องการให้ผู้อื่นมีความสนใจสนุกสนาน แปลกใจ หรือตกใจในเรื่องราวของตนเอง

(12) ความต้องการมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นทำตามคำสั่งของตนเอง ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนมีอำนาจเหนือผู้อื่น

(13) ความต้องการที่จะยอมรับผู้ที่อาวุโสกว่า เป็นความต้องการการยอมรับนับถือผู้ที่อาวุโสกว่าด้วยความยินดีรวมทั้งนิยมชมชอบในบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า พร้อมทั้งจะให้ความร่วมมือด้วยความยินดี

(14) ความต้องการหลีกเลี่ยงความรู้สึกล้มเหลว เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดทางด้านจิตใจ ต้องการได้รับความปลอดภัยจากอันตราย

(15) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากอันตราย เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดทางด้านร่างกาย ต้องการได้รับความปลอดภัยจากอันตราย

(16) ความต้องการหลีกเลี่ยงจากการถูกตำหนิหรือถูกลงโทษ เป็นความต้องการหลีกเลี่ยงการลงโทษด้วยการคล้อยตามกลุ่มหรือยอมรับคำสั่ง หรือปฏิบัติตามข้อบังคับของกลุ่มเพราะไม่ต้องการถูกลงโทษ

(17) ความต้องการความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นความต้องการจัดสิ่งของต่างๆให้อยู่ในสภาพที่เป็นระเบียบเรียบร้อย มีความประณีตงดงาม

(18) ความต้องการที่จะรักษาชื่อเสียง เป็นความต้องการที่จะรักษาชื่อเสียงของตนที่มีไว้จนสุดความสามารถ

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของฮาร์เตอร์ฮาร์เตอร์ Harter (1983) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นแรงจูงใจที่ได้มาจากความรู้สึกว่าตนมีความสามารถและทำอะไรที่ยากขึ้นได้ก็ต้องการที่จะทำหรือฝีกอะไรที่ยากกว่า เมื่อรับรู้ว่าคุณประสบความสำเร็จและในทางตรงข้ามจะไม่อยากทำเมื่อรู้ว่าตนเป็นคนล้มเหลว เป็นแรงจูงใจเกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณเองมีความสามารถ ก็เกิดความมั่นใจ ความต้องการที่จะทำการฝีกให้ยากยิ่งขึ้น มีแรงจูงใจที่จะกระทำมากขึ้น โค้ช เพื่อนร่วมทีมหรือคนใกล้ชิด มีผลมากในการสร้างแรงเสริมให้เกิดการรับรู้ว่าคุณเองมีความสามารถ ดังที่ได้เสนอการสร้างเสริมการรับรู้ตนเองว่าคุณมีความสามารถอาจกระทำได้อดังนี้

(1) การประสบความสำเร็จ (Perceive Success) นักกีฬาควรถูกฝีกให้มีการรับรู้ว่าคุณ “ความสำเร็จ” ทั้งในการฝีกซ้อมหรือการแข่งขันไม่ใช่การทำงานสำเร็จ หรือแพ้-ชนะ แต่ควรเน้นที่ความพยายามที่จะกระทำเพื่อบรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้และควรเป็นจุดมุ่งหมายที่ยากขึ้นและทำได้

(2) โดยการใช้คำพูดกระตุ้น เพื่อให้กำลังใจ (Verbal Persuasion) เป็นการพูดให้กำลังใจ สร้างความเชื่อมั่นจากโค้ช เพื่อน และคนใกล้ชิดอื่นๆ เป็นการให้ผลย้อนกลับไปในทางบวกก่อนลงแข่งขันหรือฝึกซ้อมทักษะใหม่ ๆ

(3) โดยการให้สังเกตและเลียนแบบจากแม่แบบ (Vicarious Experience) โดยการใช้บุคคลที่มีอายุ เพศ และระดับความสามารถใกล้เคียงกันมาเป็นแม่แบบ เพื่อเปรียบเทียบและเห็นวิธีการเพื่อเสริมความมั่นใจที่จะกระทำการฝึกซ้อม

(4) โดยการกระตุ้นทางอารมณ์ (Emotional Arousal) ในการเล่น ให้ได้ผลสูงที่สุดนั้นควรมีระดับของแรงกระตุ้นที่พอเหมาะไม่ให้อยู่ในระดับสูงหรือต่ำเกินไป ดังนั้นการ จัดปรับระดับแรงกระตุ้น เป็นสิ่งที่จะช่วยให้การฝึกซ้อมและแข่งขันได้ผลสูงสุดเต็มศักยภาพของ นักกีฬา

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของเฮอร์แมน Herman and Bailey (1970) ได้ศึกษาการวัด แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์โดยอาศัยหลักการและแนวคิดของทฤษฎี 10 ประการ คือ

- (1) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความทะเยอทะยานสูง
- (2) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความหวังอย่างมากว่าตนจะประสบความสำเร็จถึงแม้ว่าผลของการกระทำนั้นจะขึ้นอยู่กับโอกาส
- (3) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความพยายามไปสู่สถานะที่สูงขึ้น
- (4) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะอดทนทำงานที่ยากได้เป็นเวลานาน
- (5) เมื่องานที่กำลังกระทำอยู่ถูกขัดจังหวะหรือถูกผู้อื่นมารบกวน ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะพยายามทำต่อไปให้สำเร็จ
- (6) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความรู้สึกที่เวลาเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งและสิ่งต่างๆ จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว
- (7) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะคำนึงถึงเหตุการณ์ในอนาคตมาก
- (8) ในการเลือกเพื่อนร่วมงานผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักจะเลือกเพื่อนที่มีความสามารถ เป็นอันดับแรก
- (9) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงต้องการเป็นที่รู้จักแก่คนอื่น โดยพยายามทำงานของตนให้ดี
- (10) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะพยายามปฏิบัติสิ่งต่างๆ ให้ดีอยู่เสมอ

2.2.3 ทฤษฎีการอ้างเหตุ (Attribution Theory)

ทฤษฎีการอ้างสาเหตุจะให้ความสำคัญกับเรื่องของการที่บุคคลอธิบายสาเหตุของการประสบความสำเร็จและประสบความล้มเหลวอย่างไร จากงานวิจัยจำนวนมากเราสามารถอธิบายถึงความสำเร็จ และความล้มเหลวได้ดังนี้

(1) ความมั่นคง (Stability) ปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความสำเร็จหรือความล้มเหลวนั้นเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นเป็นประจำหรือว่าเกิดขึ้นชั่วคราว เช่น สาเหตุของความสำเร็จหรือความล้มเหลวเกิดจากความสามารถหรือว่าเกิดจากโชคชะตา

(2) ปัจจัยที่ทำให้เกิด (Locus of Causality) ปัจจัยนั้นเป็นปัจจัยภายนอกหรือภายในบุคคล เช่น คุณประสบความความสำเร็จเพราะคุณพยายามอย่างมากในการแข่งขันหรือความสามารถของคุณแข่งขัน

(3) ปัจจัยด้านการควบคุม (Locus of Control) ปัจจัยที่เป็นสาเหตุของความสำเร็จเราสามารถควบคุมได้หรือไม่ เช่น แข่งชนะเพราะวางแผนในการแข่งขันมาดี หรือชนะเพราะคู่แข่งอ่อนอยู่ในสภาพที่ไม่พร้อมสำหรับการแข่งขัน (Weiner, 1979)

2.2.4 ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal setting Theory)

เป้าหมาย (Goal) คือ บางสิ่งบางอย่างที่เราต้องการจะกระทำให้สำเร็จ เป้าหมาย มี

คุณสมบัติ 2 ประการ (สุปราณี ขวัญบุญจันทร์, 2544 อ้างใน ภัทรดนัย ประสานตรี, 2556) คือ (1)เนื้อหา (Content) หมายถึง เนื้องานที่กำหนด (2) ความหนักของงาน (Intensity) หมายถึง ปริมาณของงานที่ผู้กำหนดเป้าหมายจะใช้เพื่อความสำเร็จของงานนั้น นอกจากนี้ Locke and latham. (1985) อธิบายถึง หลักการทำงานในทฤษฎีการกำหนดเป้าหมายว่า เป็นกระบวนการและองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ดังต่อไปนี้ (1) ผลกระทบของการกำหนดเป้าหมายที่มีต่อทิศทาง ความหนักของงานความเพียรพยายาม รวมทั้งการพัฒนากลยุทธ์ในการพัฒนางานให้ดีขึ้น (2) องค์ประกอบ 4 ประการที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายและงานได้แก่ ความสามารถ ความทุ่มเทต่องาน การให้ข้อมูลย้อนกลับ และความซับซ้อนของงาน (3) องค์ประกอบทางสถานการณ์ กลไกของการกำหนดเป้าหมายที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน หรือการเล่นกีฬา โดยการกำหนดเป้าหมายมีอิทธิพลในการเพิ่มประสิทธิภาพของงาน 4 ประการ คือ

(1) เป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความตั้งใจและการกระทำโดยตรง (Direct Attention and Action) ฝึกสอนกำหนดเป้าหมายในการฝึกซ้อม หรือแข่งขันให้นักกีฬา การกำหนดเป้าหมายเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมและความตั้งใจของนักกีฬา ทั้งยังเป็นแรงจูงใจให้นักกีฬาตั้งใจในการฝึกซ้อม และตั้งใจในการเข้าแข่งขัน เช่น ผู้ฝึกสอนกำหนดเป้าหมายว่า ในการแข่งขันครั้งนี้ทีมของเราจะต้องผ่านเข้ารอบสุดท้ายให้ได้ เป็นต้น (2) การใช้พลังในการเล่นหรือแข่งขัน (Mobilizer Expenditure) ขณะที่นักกีฬามีความตั้งใจ และทำการเตรียมตัวเพื่อกระทำกิจกรรมที่กำหนดไว้ นักกีฬาควรที่จะกำหนดพลังที่ตนเองใช้หรือทุ่มเทให้แก่กิจกรรมนั้นอย่างเหมาะสมด้วย เพราะนักกีฬาสามารถใช้พลังในแต่ละกิจกรรม

แตกต่างกันรู้จักแบ่งเวลาและจังหวะของการใช้พลังให้พอดีกับกิจกรรมว่าในช่วงต้น ช่วงกลาง และ ช่วงสุดท้ายควรเป็นอย่างไร เช่น การแข่งขันวิ่งระยะไกล นักกรีฑาควรจะกำหนดการวิ่งว่าควรใช้พลัง อย่างเป็นอย่างไรจนกว่าจะถึงเส้นชัย เป็นต้น (3) ความพยายามต่องานระยะยาว (Prolong Effort) การกำหนด เป้าหมายของกิจกรรมจะส่งผลถึงความอดทน หรือความเพียรพยายามในการปฏิบัติกิจกรรมนั้นด้วย นักกีฬาที่กำหนดเป้าหมายไว้ล่วงหน้าจะมีความอดทน และความพยายามในการบรรลุเป้าหมายได้ ยาวนานกว่านักกีฬาที่ไม่มีการกำหนดเป้าหมาย (4) การพัฒนายุทธวิธีสร้างแรงจูงใจ (Motivates Strategy Development) การกระตุ้นให้นักกีฬาพัฒนายุทธวิธีในการฝึกซ้อม การวางแผนในการ ฝึกซ้อม และการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น ผู้ฝึกสอนมีวิธีปฏิบัติ คือควรกระตุ้นให้นักกีฬา รู้จักจัดตารางเวลาของตนเองกับกิจกรรมตารางการฝึกซ้อมให้เหมาะสม เพื่อช่วยให้นักกีฬาได้รู้จักการ จัดการกับตนเอง โดยรู้ว่าเวลาไหนควรฝึกซ้อมหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เหมาะสม จ า ก การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจ สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีแรงจูงใจ คือ หลักการกำหนดทิศทางการ แสดงออกถึงพฤติกรรมของนักกีฬาซึ่งมีผลกระทบต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนักกีฬา ทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬามี 4 ทฤษฎี คือ หนึ่ง ทฤษฎีแรงจูงใจภายในและการประเมิน ความรู้ (Intrinsic Motivation and Cognitive Evaluation Theory) ประกอบด้วย ทฤษฎีแรงจูงใจ ภายใน ทฤษฎีการประเมินความรู้ การรับรู้ในการควบคุม และกระบวนการประเมินข้อมูล สอง ทฤษฎี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation Theory) จากการค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่ สัมฤทธิ์ทำให้ทราบถึงทฤษฎีแรงจูงใจที่สำคัญ คือ ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ ทฤษฎี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของเมอร์เรย์ ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของฮาร์เตอร์ฮาร์เตอร์ และทฤษฎีแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ของเฮอร์แมน สาม ทฤษฎีการอ้างเหตุ (Attribution Theory) ความมั่นคง (Stability) ปัจจัยที่ทำให้เกิด (Locus of Causality) ปัจจัยด้านการควบคุม (Locus of Control) และสี่ ทฤษฎี การกำหนดเป้าหมาย (Goal setting Theory) การกำหนดเป้าหมายมีอิทธิพลในการเพิ่มประสิทธิภาพ ของงาน 4 ประการ คือ เป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความตั้งใจและการกระทำโดยตรง (Direct Attention and Action) การใช้พลังในการเล่นหรือแข่งขัน (Mobilizer Expenditure) ความพยายามต่องานระยะ ยาว (Prolong Effort) และการพัฒนายุทธวิธีสร้างแรงจูงใจ (Motivates Strategy Development)

3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา พบว่า มีนักคิด นักวิชาการได้อธิบายไว้ดังนี้

Szmigin (2003) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรม ของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผลการจัดหาและการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้ได้มาซึ่ง การบริโภค

Kotler (2002) อธิบาย ถึงอิทธิพลต่อผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมของผู้ซื้อ นั้นขึ้นอยู่กับ การรับตอบรับสิ่งเร้าภายนอก จึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลือกซื้อ โดยนักการตลาดจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับผู้บริโภค เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าที่ตามต้องการ

Schwarz and Hunter (2008) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา คือ การดำเนินการที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาการสั่งซื้อการซื้อการใช้และการประเมินสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคคาดหวัง จะตอบสนองความต้องการและจำเป็นของเขา

Funk et al. (2008) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬาและการแข่งขัน (SECB : Sport and Event Consumer Behavior) ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคล หรือกลุ่มในการเลือกจัดซื้อใช้หรือจัดการหลังการบริโภคกีฬาและการแข่งขันที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและการได้รับสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ผู้บริโภคกีฬาจะต้องอุทิศเวลาในการชมทั้งการแข่งขันในสนาม และผ่านโทรทัศน์วิทยุหรืออินเทอร์เน็ต รวมถึงความทุ่มเทเงินสำหรับการบริโภคกิจกรรมการซื้อตั๋วการสมัครสมาชิกการเดินทาง ของที่ระลึกการลงทะเบียนกีฬาอุปกรณ์กีฬา สื่อต่างๆ เป็นต้น

ซึ่งปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจและการเลือกใช้ของผู้บริโภคนั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538) ประกอบไปด้วย

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นปัจจัยแรกสุดที่มีผลต่อการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ค่านิยม การรับรู้ ความพอใจและพฤติกรรมของสถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษา ยกตัวอย่าง เด็กที่สหรัฐอเมริกาจะมีค่านิยมในการชอบการแข่งขันกีฬา ซึ่งการแข่งขันกีฬานั้นเป็นกิจกรรมที่สำคัญของเด็กสหรัฐอเมริกา ส่วนเด็กที่เกิดในประเทศไทยก็จะมีค่านิยมที่แตกต่างกับเด็กสหรัฐอเมริกา อย่างเช่น มีค่านิยมด้านการเรียนและการสอบเข้ามหาวิทยาลัยมากกว่าการเล่นกีฬา ส่วนความบันเทิงของเด็กไทย คือ การดูคอนเสิร์ตมากกว่าการเข้าชมการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ได้แก่ ครอบครัวที่เป็นสถาบันที่สำคัญที่สุดของทุกคน และเป็นสังคมแรกสุดที่ทุกคนต้องเติบโต โดยสมาชิกในครอบครัวจะเป็นกลุ่มอ้างอิงที่เป็นแบบปฐมภูมิที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

กลุ่มอ้างอิง คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งได้แก่ กลุ่มเพื่อน ครอบครัว ดารา นักแสดง และอาจจะเป็นบุคคลที่อยู่ในสังคมย่อย

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ประกอบด้วย ลำดับชั้นทางสังคม วงจรชีวิต อายุ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งบุคลิกภาพส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) บุคคลหนึ่งสามารถมีความต้องการได้หลายประการ รวมทั้งความต้องการด้านดำรงชีวิต เช่น การหิวข้าว ความกระหายน้ำ ซึ่งปัจจัยด้านจิตวิทยานี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้น หลังจากได้รับแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นแล้วนั้น บุคคลนั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอมรศักดิ์ บุญเรือง (2546 อ้างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) เป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและพฤติกรรมการใช้สินค้า ซึ่งประกอบด้วย

การจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระตุ้นให้กระทำหรือดำเนินการให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตั้งไว้ นับว่าเป็นปัจจัยภายในตัวแรกที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการจัดระเบียบและแปลความสิ่งที่มากระทบ เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย โดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น การสัมผัส และความรู้สึกทางใจ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิดความรู้สึก และสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค

การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์ไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและจะเกิดการตอบสนอง

ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีต เป็นตัวที่ทำให้เกิดจินตภาพของผลิตภัณฑ์ขึ้นในผู้บริโภคถ้าทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพดี คุ่มค่ากว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เป็นการสร้างจินตภาพที่ดีให้อยู่ในใจผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทำให้มีโอกาสที่จะขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจของบุคคลความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้นโดยอาจแสดงออกในทางบวกหรือลบก็ได้

กลุ่มทฤษฎีที่ศึกษาแรงกระตุ้น ที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ โดยมักจะใช้กรอบทฤษฎีแรงผลักและแรงดึง (Theory of Push and Pull Motivations) (Dann, 1997; Crompton, 1979; Yuan & McDonald, 1990) แนวคิดเบื้องหลังทฤษฎีนี้แบ่งออกเป็น 2 มิติ คือ มิติที่ 1 กล่าวว่า นักท่องเที่ยวออกมาท่องเที่ยวด้วยสาเหตุแรงผลักซึ่งเป็นแรงผลักภายใน (Push Factor) และอีกมิติ เรียกว่าแรงดึง (Pull Factor) ซึ่งเป็นแรงดึงดูดให้ไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ (Dann, 1997) แรงผลักหรือแรงผลักภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกไปเที่ยว เช่น ความต้องการที่จะหลบหนีชีวิตประจำวัน ความต้องการพักผ่อนกับครอบครัว ความต้องการสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ความสนใจในกีฬา ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการการตื่นเต้น ความต้องการการสนับสนุน

ชุมชนหรือท้องถิ่น ความต้องการทางด้านสุขภาพ ความต้องการในการเข้าสังคม และความสนใจในผู้เล่น ในขณะที่ปัจจัยที่ตั้งใจเน้นถึงแรงดึงดูดภายนอกของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การมีหาดทรายที่สวยงาม สภาพภูมิศาสตร์ที่สวยงาม การมีวัฒนธรรมที่แปลกใหม่และโดดเด่น อาหารที่มีเอกลักษณ์

Crompton (1979) ได้ศึกษา 9 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และ 9 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนี้จัดอยู่ในจิตวิทยาสังคม เช่น การหลบหนีจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ การผจญภัย การค้นหาความสำเร็จ การพักผ่อน การแสวงหาสิ่งเป็นความรู้ใหม่ การเข้าสังคมในกลุ่มที่เข้าใจกัน การเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ การเข้าสังคมในกลุ่มประเภทเดียวกันหรือวัยเดียวกัน และความต้องการประสบการณ์ในต่างแดน

จากการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกีฬา สามารถสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มที่แสดงออกถึงความต้องการในการจัดหาหรือจัดซื้อสินค้าและบริการด้านกีฬา อาทิเช่น ตั๋วบัตรเข้าชมกีฬา อุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้ากีฬา เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) คือ ค่านิยม การรับรู้ ความพอใจ และพฤติกรรมของสถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษา ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ได้แก่ ครอบครัว สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) คือ ลำดับชั้นทางสังคม วงจรชีวิต อายุ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมทั้งบุคลิกภาพส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้น หลังจากได้รับแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นแล้วนั้น บุคคลนั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา (Sport Consumer Motivation) Mullin, Hardy, and Sutton (2007) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นอิทธิพล หรือส่งผลในตอนเริ่มต้น ที่ขับเคลื่อนการตอบสนองความพึงพอใจของความจำเป็นและต้องการ เมื่อเกิดความเครียดทางอารมณ์ผู้บริโภคจะวางแผนที่จะเติมเต็มความจำเป็นด้วยอิทธิพลมาจากบุคลิก และขบวนการเรียนรู้ผลลัพธ์จากการริเริ่มของพฤติกรรมจะนำความคาดหวังไปสู่การเติมเต็มของความจำเป็น และต้องการแรงจูงใจผู้บริโภคกีฬามีหลายรูปแบบ อาทิเช่น ความสำเร็จและความภูมิใจ ทักษะการเล่นของซูเปอร์สตาร์สุขภาพร่างกายและการออกกำลังกาย ความสนุกและงานเทศกาลความรักความผูกพัน หรือชุมชน ความตื่นเต้น ความเสี่ยง และการพนัน ความบันเทิงและการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน การเติมเต็มสิ่งเหล่านี้จะลดความเครียดลงและผู้บริโภคได้รับความพอใจ ขั้นตอนของพฤติกรรมที่แสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบสินค้าและบริการของผู้บริโภคคือ ทศนคติซึ่งเป็นรูปแบบที่

รวมกันของบุคลิกภาพและการเรียนรู้ส่วนปัจจัยภายนอกมาจากสภาพแวดล้อม อีกทั้ง พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542) กล่าวว่า การจูงใจเป็นกระบวนการที่อิทธิพลกระตุ้น จากสิ่งเร้าให้มีพฤติกรรมมุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทาง ถ้ามีแรงจูงใจมากพฤติกรรมจะมีมาก ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์จึงเกิดจากแรงจูงใจเป็นสำคัญ ส่วน กมลรัตน์ หล้าสุขุณ (2541) ได้แบ่งแรงจูงใจเป็น 2 ประเภท คือ 1. แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivation) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการของร่างกาย เพื่อให้ร่างกายสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ต่อไป ซึ่งประกอบไปด้วย ความหิว ความกระหายน้ำ การพักผ่อนที่เพียงพอ ความปลอดภัย ความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด ความต้องการทางเพศ เป็นต้น 2. แรงจูงใจทางด้านสังคม (Social Motivation) คือ ความต้องการที่เกิดจากสภาพแวดล้อมนอกร่างกายของมนุษย์ โดยแรงจูงใจด้านสังคมนั้น เกิดความต้องการอยู่ร่วมกัน หลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับในสังคม ความมีเกียรติได้รับการยกย่องชมเชย เป็นต้น

นอกจากนี้แรงจูงใจยังสามารถแบ่งตามการแสดงของพฤติกรรมเป็น 2 ประเภท คือ 1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการที่จะกระทำการใด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยความเต็มใจ โดยอาจจะแสดงออกทางพฤติกรรมบางสิ่งบางอย่างด้วยเหตุผลหรือความชอบของตนเอง เช่น ความพอใจ ความสำเร็จ ความผิตหวัง 2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น กระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ โดยแรงจูงใจภายนอกนั้นคือ รางวัล การแข่งขัน เป็นต้น

4.1 การวัดแรงจูงใจในการบริโภคกีฬา

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา พบว่ามีนักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้

Wann (1995) คิดค้นเครื่องมือในการวัดระดับของแรงจูงใจแฟนกีฬาเครื่องมือมีชื่อว่า SFMS (the sport fan motivation scale) สำหรับการวัดแรงจูงใจของแฟนกีฬาและค้นพบปัจจัยพื้นฐาน 8 ปัจจัยที่ทำให้แฟนกีฬาเข้าชมการแข่งขัน คือ ความตื่นเต้น (Eustress) ความภาคภูมิใจ (Self-esteem) การละออกจากชีวิตประจำวันของตน (Escape from everyday life) ความสนุกสนาน (Entertainment) เศรษฐกิจ (Economic factors) คุณค่าทางศิลป์ (Aesthetics) กลุ่มพันธมิตร (Group affiliation) และครอบครัว (Family needs) โดยนำไปใช้ในปี ค.ศ.2008 ในการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจที่ผู้เข้าชมกีฬาชนิดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจำนวน 886 คน โดยใช้ SFMS เป็นเครื่องมือในการวัดแรงจูงใจแฟนกีฬา ในชนิดกีฬาที่แตกต่างกัน

Funk et al. (2001) ได้พัฒนาแบบวัด Sport Interest Inventory (SII) วัดความสนใจ 10 มิติคือความบันเทิง (Drama) ตัวแทนความสำเร็จ (Vicarious achievement) ความสนใจในทีม (Interest in team) ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player) ความชอบในกีฬาฟุตบอล (Interest in soccer) ความภาคภูมิใจในประเทศ (National pride) ความสวยงาม (Aesthetics) ความตื่นเต้น (Excitement) โอกาสในสังคม (Social opportunities) และสนับสนุนโอกาสของสตรี (Support for women's opportunities) และได้นำไปใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของผู้ชมกีฬาหญิงในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล FIFA Women's World Cup

Trail and James (2001) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้วัดแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา มีชื่อว่า MSSC (The Motivation Scale for Sport Consumption) ประกอบไปด้วย 9 ตัวแปรได้แก่ ความสำเร็จ (Achievement) ความรู้ (Knowledge) ความงดงาม (Aesthetics) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) การหลีกเลี่ยง (Escape) ครอบครัว (Family) แรงดึงดูดทางกายภาพ (Physical Attraction) ทักษะ (Skill) และสังคม (Social) และได้นำไปใช้ในปี ค.ศ. 2009 ในการศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันเบสบอลในสี่ชาติที่แตกต่างกัน คือ คนอเมริกัน และคนญี่ปุ่น ทำการเปรียบเทียบแรงจูงใจของผู้เข้าชมเบสบอลของทั้ง 2 ประเทศ

Shank and Kotler (2009) ได้รวบรวมปัจจัยแรงจูงใจของแฟนกีฬา ดังนี้ การเพิ่มความภาคภูมิใจตัวเอง (self-esteem enhancement) แฟนบอลจะได้รับรางวัลจากความรู้สึกของความสำเร็จ เมื่อผู้เล่นหรือทีมที่ชอบของพวกเขากำลังชนะ การเชื่อมโยงของพวกเขากับทีมน่าจะสูงขึ้นเมื่อทีมกำลังชนะและลดลงเมื่อทีมกำลังแพ้ ส่วนการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน (Diversion from everyday life) การดูกีฬา คือการทำสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งที่ทำซ้ำ ๆ ในชีวิตทุกวัน เหมือนการหลีกเลี่ยงอย่างหนึ่ง และมูลค่าความบันเทิง (Entertainment value)

คุณค่าความบันเทิงของการเล่นกีฬาหรือชมกีฬานั้นทำให้เกิดการจูงใจสูงสุดของปัจจัยทั้งหมด ได้แก่ 9 ปัจจัยการจูงใจ คือ เป็นตัวแทนความสำเร็จ (Vicarious achievement) สิ่งที่ได้มาของความรู้ (Acquisition of knowledge) คุณค่าทางศิลป์ (Aesthetics) การพบปะทางสังคม (Social interaction) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama/excitement) การพักผ่อน (Escape) ครอบครัว (Family) การดึงดูดของลักษณะกายภาพของผู้มีส่วนร่วมกีฬา (Physical attractiveness of participants) และคุณภาพของผู้มีส่วนร่วมกับกีฬา

Wang and Matsuoka (2014) ได้พัฒนาเครื่องมือแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลรายการ Chinese Super League (CSL) ใช้แรงจูงใจในการวัดทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ ความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังคม (Socialization) การหลีกเลี่ยง

(Escape) ความตื่นเต้น เร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) ความสนใจในผู้เล่น จากผลวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเข้าชมฟุตบอล CSL ของคนจีน คือความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (Achievement) และการพบปะสังสรรค์ (Socialization) ส่วนแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) สายสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) และความสนใจในตัวผู้เล่น (Interest in player) และพบว่าผู้เข้าชมเพศชายมีความสนใจในการเข้าชมฟุตบอล CSL มากกว่าเพศหญิง

โดยสรุปแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬา ประกอบด้วย 9 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ความสนใจในกีฬา (Sport Interest)

Funk et al. (2001) ความสนใจในกีฬา (Sport interest) เป็นภาวะที่บุคคลต้องการที่จะกระทำหรือเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น ความต้องการเรียนเพื่อต้องการความรู้ทำงานเพราะต้องการความสนุกและความชำนาญ ซึ่งความต้องการหรือความสนใจเป็นพิเศษ ตลอดจนความรู้สึกรักใคร่ หรือทัศนคติแต่ละบุคคล จะผลักดันให้บุคคลสร้างพฤติกรรมขึ้นซึ่งได้แก่ความอยากรู้อยากเห็น ความสนใจ ความรัก ความศรัทธา เป็นต้น

2. ความสำเร็จ (Achievement)

Mullin, Hardy, and Sutton (2007) ความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการที่จะกระทำสิ่งต่างๆที่ยากลำบากให้ประสบความสำเร็จ พยายามเอาชนะอุปสรรคทั้งปวง เพื่อให้การทำงานของตนประสบความสำเร็จ

Trail and James (2001) ความสำเร็จ (Achievement) เป็นแรงจูงใจที่บุคคลต้องการความสำเร็จหรือความสัมฤทธิ์เป็นความปรารถนาที่บุคคลต้องการจะกระทำสิ่งใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จ ต้องการรู้สึกรับรู้ ต้องรู้สึกรู้ว่าตนเองมีอิทธิพลต่อบุคคลต่อสถานการณ์ต้องการได้ชื่อ มีคนยอมรับในความสามารถและความสำเร็จ แรงจูงใจประเภทนี้มีส่วนที่ทำให้บุคคลมีความพยายามในสิ่งที่ตนเองมุ่งหวังแม้สิ่งที่มุ่งหวังจะยากสักเพียงใดบุคคลก็จะไปให้ถึงเป้าหมายจนได้เป็นแรงจูงใจที่สร้างความพอใจให้กับบุคคล

3. การพบปะสังสรรค์ (Socialization)

Mullin, Hardy, and Sutton (2007) ความต้องการสร้างมิตรภาพกับบุคคลอื่น เป็นความต้องการที่จะทำให้บุคคลอื่นรักใคร่ต้องการรู้จักหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น มีความซื่อสัตย์ต่อเพื่อนฝูง พยายามสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบุคคลอื่น

Shank and Kotler (2009) การพบปะสังคม (Socialization) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงต้องมีการติดต่อสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีการอยู่ร่วมกันเพื่อจะได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม และได้รับการยกย่อง การที่บุคคลติดต่อสัมพันธ์กันนั้นมีใช้เพื่อมีมิตรภาพเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับศรัทธา และเชื่อถือได้

Funk et al. (2001) โอกาสในสังคม (social opportunities) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในสังคมอาจได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสิ่งเร้าที่บุคคล หรือจากวัตถุที่มองเห็นได้จับต้องได้ หรือมาจากภาวะสังคมที่มองไม่เห็นก็ได้เช่น การมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น การเป็นผู้นำการสร้างมิตร เป็นต้น

4. การหลีกหนี (Escape)

Mullin, Hardy, and Sutton (2007) ความต้องการหลีกเลียงความรู้สึกลึ้มเหลว เป็นความต้องการหลีกเลียงความเจ็บปวดทางด้านจิตใจ ต้องการได้รับความปลอดภัยจากอันตราย ความต้องการที่จะหลีกเลียงจากอันตราย เป็นความต้องการหลีกเลียงความเจ็บปวดทางด้านร่างกาย ต้องการได้รับความปลอดภัยจากอันตราย ความต้องการหลีกเลียงจากการถูกตำหนิหรือถูกลงโทษ เป็น

ความต้องการหลีกเลียงการลงโทษด้วยการคล้อยตามกลุ่มหรือยอมรับคำสั่ง หรือปฏิบัติตามข้อบังคับของกลุ่มเพราะไม่ต้องการถูกลงโทษ อีกทั้ง

Skinner (1990) การเสริมแรง จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมซ้ำ และพฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่ จะเป็นพฤติกรรมการเรียนรู้แบบปฏิบัติ (Operant learning) และพยายามเน้นว่า การตอบสนองต่อสิ่งเร้าใดๆ ของบุคคล สิ่งเร้านั้นจะต้องมีสิ่งเสริมแรงอยู่ในตัว หากลดสิ่งเสริมแรงลงเมื่อใด การตอบสนองจะลดลงเมื่อนั้น เปลี่ยนเงื่อนไขของสิ่งเร้าหรือสัญญาณที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่จะหลีกหนี เช่น ไปตากอากาศที่ชายทะเลเพื่อหลีกหนีสัญญาณต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งอาจช่วยให้แสดงพฤติกรรมที่ต้องการบางอย่างได้มากขึ้นด้วย นอกจากนี้

Shank and Kotler (2009) การหลีกหนีจากชีวิตประจำวัน (diversion from everyday life) การดูกีฬา คือ การทำสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งที่ทำซ้ำๆ ในชีวิตทุกวัน เหมือนการหลีกหนีอย่างหนึ่ง

5. ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama)

Mullin, Hardy, and Sutton (2007) ความต้องการความสนุกสนาน เป็นความต้องการที่จะแสดงความสนุกสนานต้องการหัวเราะเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด มีการสร้างหรือเล่าเรื่องตลกขบขัน มีการพักผ่อนหย่อนใจ มีการเล่นเกมกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้

Shank and Kotler (2009) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นขณะที่รับชมกีฬา โดยเนื้อหาในแข่งขันจะทำให้ผู้ที่รับชมมีความรู้สึก ตื่นเต้น มีความหวัง นอกจากนี้ สีสันในการเชียร์ บรรยากาศในสถานที่แข่งขันกีฬาก็มีผลทำให้ผู้ชมมีความตื่นเต้นเร้าใจ ทำให้ผู้ที่รับชมรู้สึกมีอารมณ์ความรู้สึกที่มีความสุข จึงเป็นอีกแรงจูงใจที่มีความสำคัญอย่างมีต่อการเลือกชมกีฬาแต่ละครั้ง

6. สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge)

Trail and James (2001) ความรู้ (Knowledge) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการรับชมกีฬาหรือการเล่นกีฬา อย่างเช่น การเล่นกีฬาจะทำให้ร่างกายแข็งแรง ร่างกายกระฉับ มีรูปร่างดี มีอารมณ์ความรู้สึกแจ่มใส และสุขภาพจิตดี

Shank and Kotler (2009) สิ่งที่ได้มาของความรู้ (acquisition of knowledge) เป็นแรงจูงใจอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญไม่น้อยกว่าข้ออื่น คือ สิ่งที่ได้มาของความรู้ จากการรับชมกีฬาในประเภทต่าง ๆ โดยแต่ละกีฬาก็ให้ความรู้ในแต่ด้านไม่เหมือนกัน ซึ่งเป็นผลให้ผู้คนสนใจที่จะเลือกรับชมกีฬา

7. การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city)

Funk et al. (2001) ความภาคภูมิใจในประเทศ (national pride) ความต้องการมีความรักและพวก เป็นความต้องการทางจิตใจขึ้นต่อเนื่องจากเราอยู่ในสังคมมนุษย์ถ้าเขาไม่ยอมรับเราเข้าเป็นพรรคพวก เราก็อยู่กับเขาไม่ได้การที่จะให้กลุ่มยอมรับเข้าเป็นพวกนั้นก็ขึ้นอยู่กับเรา โดยต้องยึดหลักที่ว่าต้องการจากเขา เราต้องให้เขาก่อนหรือถ้าต้องการให้เขารักเรา เราต้องารักเขาก่อน

8. ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding)

Wann (1995) ครอบครัว (family needs) การรับชมกีฬาที่ต้องการของสมาชิกในครอบครัว โดยเกิดจากผู้ใหญ่ในครอบครัวมีความสนใจที่จะรับชมกีฬาในประเภทใดประเภทหนึ่งอยู่ จึงเป็นแรงจูงใจให้สมาชิกคนอื่น ๆ มีความต้องการที่จะชมกีฬาประเภทนั้น ๆ

Shank and Kotler (2009) ครอบครัว (Family) เป็นแรงจูงใจอีกด้านที่ผู้คนเลือกที่จะชมกีฬาในประเภทต่าง โดยผลการวิจัยพบว่า การรับชมกีฬา เป็นการทำกิจกรรมของครอบครัวอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้สมาชิกในครอบครัวไปพบปะมีเรื่องพูดคุยกันมากขึ้น

9. ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)

Funk et al. (2001) ความสนใจในผู้เล่น (interest in player) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากผู้คนเกิดจากความสามารถ หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่มีลักษณะนิสัยที่มีความน่าสนใจ มีทักษะใน

การเล่นกีฬาที่เก่งกว่าผู้ร่วมทีมคนอื่น ซึ่งก่อให้เกิดความชื่นชอบ และติดตามผลงานของนักกีฬาที่ชื่นชอบ ซึ่งส่วนใหญ่แฟนบอลจะชื่นชอบความสามารถของนักกีฬา ที่เป็นซูเปอร์สตาร์ ที่มีความทุ่มเทในการเล่นเต็มร้อยตลอดเวลา สม่ำเสมอทุกนัด เล่นตามกฎกติกา ไม่เล่นนอกเกม ทักชะการเล่นยอดเยี่ยม

Mullin, Hardy, and Sutton (2007) ความต้องการสร้างความประทับใจในตนเองให้แก่ผู้อื่น เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นได้เห็น ได้ยินเกี่ยวกับเรื่องราวของตนเองต้องการให้ผู้อื่นมีความสนใจสนุกสนาน แปลกใจ หรือตกใจในเรื่องราวของตนเอง

จากศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬา สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา โดยแรงจูงใจแบ่งได้ 2 ประเภท คือ แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physical Motivation) คือ แรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการของร่างกาย เพื่อให้ร่างกายสามารถดำรงชีวิตอยู่ และแรงจูงใจทางด้านสังคม (Social Motivation) คือ ความต้องการที่เกิดจากสภาพแวดล้อม โดยแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬาที่นำมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ จะประกอบด้วย 9 ด้าน คือ ความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังคม (Socialization) การหลีกเลี่ยง (Escape) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) และความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)

5. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation)

5.1 แนวคิดและทฤษฎีการแบ่งส่วนตลาด

การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีการแบ่งส่วนตลาด พบว่ามีนักวิชาการ ได้อธิบายไว้ดังนี้ Armstrong and Kotler (2007) ได้ให้ความหมาย การแบ่งส่วนการตลาดว่า เป็นการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มของผู้ซื้อที่แตกต่างกันโดยถือเกณฑ์ความจำ เป็นลักษณะหรือพฤติกรรม ซึ่งต้องการผลิตภัณฑ์หรือส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

Solomon (2007) ได้ให้ความหมายว่า เป็นขั้นตอนการกำหนดกลุ่มลูกค้าตามลักษณะความต้องการที่คล้ายกัน แล้วใช้กลยุทธ์การตลาดที่สามารถจูงใจแต่ละกลุ่มตลาดนั้น

Stanton et al. (2007) เป็นขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาดรวมของสินค้า และบริการ ออกเป็นกลุ่มย่อยหลาย ๆ กลุ่ม ซึ่งสมาชิกภายในแต่ละกลุ่มจะมีความหมายเหมือนกัน โดยเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์

Kotler et al. (2006) กล่าวว่า การแบ่งส่วนการตลาด เป็นที่ยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด การทำการตลาดมี 3 แนวทาง

- แนวทางที่หนึ่ง คือ การทำตลาดแบบมวลชน (Mass Marketing) เป็นกระบวนการผลิตจำนวนมาก สินค้าไม่แตกต่างการกระจายสินค้า และการประชาสัมพันธ์ทำออกไปครั้งเดียว โดยลูกค้าทุกคนได้รับสินค้าเหมือนกันโดยมีความเชื่อว่าจะเป็นแนวทางในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ
- แนวทางที่สอง คือ การตลาดแบบที่สร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้า (Product – Variety Marketing) เป็นการทำให้สินค้ามีความแตกต่างเพื่อตอบสนองความพอใจให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น
- แนวทางสุดท้าย คือ การทำการตลาดเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย Target Marketing คือ การที่ผู้ขายแบ่งส่วนการตลาดของผู้บริโภคและนำเสนอสินค้า และบริการรวมถึงส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixes) ที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

Armstrong and Kotler (2007) และ Blackwell, Miniard, and Engel (2006) ได้อธิบายหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค (Based for segmenting consumer market) ไว้ดังนี้ การศึกษาเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค พบว่า มีตัวแปรที่สำคัญที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคดีังนี้ (1) ภูมิศาสตร์ (Geographic) (2) ประชากรศาสตร์ (Demographic) (3) จิตวิทยา (Psychographic) (4) พฤติกรรม (Behavioristic)

การแบ่งส่วนตลาดตามภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศ รัฐ ภูมิภาคเมือง หรือประเทศเพื่อนบ้าน โดยบริษัทอาจจะดำเนินงานในพื้นที่แห่งเดียว หรือบางส่วน หรือทั้งหมดแต่จะมุ่งเฉพาะตัวแปรท้องถิ่น

การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาด โดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย ทำเลที่ตั้ง อายุ เพศ ศาสนา อาชีพ และลักษณะอื่น ๆ แต่การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้กันเป็นจำนวนมาก ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ โดยเกณฑ์ความต้องการของลูกค้า และพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้ามักมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ดังนี้

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด และพฤติกรรมที่เหมือนหรือแตกต่างกัน เพราะแต่ละช่วงอายุจะมีความต้องการที่แตกต่างกันนักการตลาดจึงผลิตสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้อายุเป็นตัวแบ่งส่วนของตลาด

2. เพศ (Sex) จากการศึกษาพบว่า เพศหญิงกับเพศชาย มีความคิด ค่านิยมและทัศนคติแตกต่างกัน เนื่องจากสังคม และวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ในสังคมที่ต่างกันอย่างชัดเจน เพศหญิงเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหว (Emotional) และมีความเป็นแม่บ้านที่ ส่วนเพศชายใช้

เหตุผลในการตัดสินใจจะเป็นส่วนใหญ่และจดจำข่าวสารได้ดีกว่าเพศหญิง เพศจึงเป็นตัวแปรอีกตัวที่ใช้แบ่งส่วนการตลาด

3. สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ (Social-Economic status) ประกอบด้วย พื้นฐานทางครอบครัว (Family Background) อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) รวมทั้งเชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) โดยพื้นฐานทางครอบครัว (Family Background) จากทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับว่าครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อความคิดค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่วนอาชีพ (Occupation) จะมีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้บริโภคในด้าน แนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น คนที่มีอาชีพรับราชการจะคำนึงถึงเรื่องของสวัสดิการศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ส่วนรายได้ (Income) จะเป็นสิ่งที่กำหนดความรู้สึกนึกคิด และความต้องการเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค และเชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and ethnic group) จะมีวัฒนธรรมย่อยแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนด ค่านิยม ทศคติความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาตินั้น ๆ

4. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ที่แตกต่างกัน จะก่อให้เกิด มีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกัน

5. สถานภาพ (Status) สถานภาพสมรสเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวแปรที่สำคัญ เนื่องจากคนโสดจะมีความเป็นอิสระมากกว่า และมีความต้องการที่เป็นของตนเองมากกว่าคนที่แต่งงานแล้วเพราะไม่ต้องรับผิดชอบต่อบุคคลอื่น และไม่มีภาระผูกพัน

6. ศาสนา (Religion) คนที่นับถือศาสนาที่แตกต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป โดยเกิดการคำสอนของแต่ละศาสนาที่แตกต่างกัน

7. ภูมิภาคนา (Geographic distribution) เป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ ทศนคติ รสนิยม ค่านิยม ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคตามวัฒนธรรมย่อยของแต่ละภูมิภาคและวัฒนธรรม

การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic segmentation) จะมีหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดจากการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มบุคคล หรืออาจใช้ความแตกต่างกันทางด้านบุคลิกลักษณะ เป็นตัวแบ่งส่วนตลาดก็ได้

การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic segmentation) การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม จะมีหลักเกณฑ์ในการแบ่ง คือ แบ่งส่วนตามตามความรู้ทัศนคติการใช้ผลิตภัณฑ์หรือแบ่งส่วนตลาดตามการตอบสนองต่อคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์

5.2 กระบวนการแบ่งส่วนตลาด

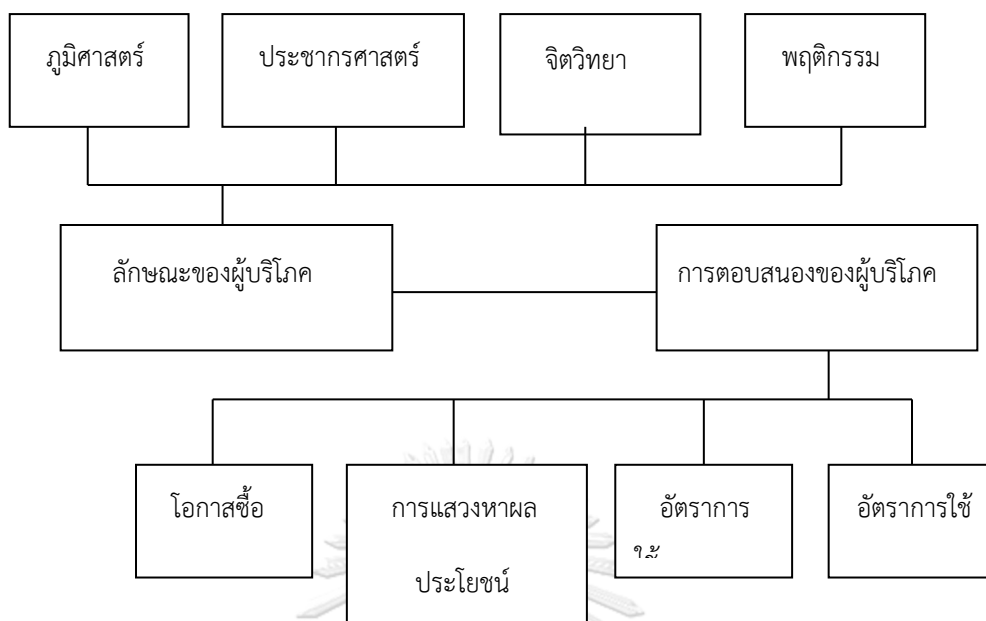
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) กล่าวว่า กระบวนการแบ่งส่วนตลาดว่า มีลำดับขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นสำรวจ (Survey Stage) ผู้วิจัยต้องสำรวจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อรู้ถึงแรงจูงใจของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดเตรียมแบบสอบถาม ตัวอย่างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค มีดังนี้ 1) การให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์และความสำคัญของแต่ละคุณสมบัตินั้น 2) รู้จักตราสินค้า และการให้คะแนนตราสินค้า 3) รูปแบบการใช้ผลิตภัณฑ์ 4) ทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์ 5) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ของผู้วิจัย

2. ขั้นวิเคราะห์ (Analysis Stage) ขั้นนี้จะต้องนำข้อมูลที่ได้ในขั้นที่หนึ่ง หรือสำรวจนำมาวิเคราะห์ในด้านทัศนคติประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์จิตวิทยา และพฤติกรรมที่มีลักษณะเด่นชัดเฉพาะที่คล้ายคลึงกัน โดยแยกออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะที่เด่นชัด

3. ขั้นการกำหนดโครงร่าง (Profiling Stage) จากลักษณะเด่นชัด เฉพาะอย่างของแต่ละกลุ่มในขั้นที่สอง นำมากำหนดโครงร่างในการแบ่งส่วนตลาด เช่น รถยนต์อาจใช้เกณฑ์รายได้ ค่านิยม รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้ใช้ลูกค้าธนาคารอาจใช้เกณฑ์รายได้และอาณาเขตทางภูมิศาสตร์

หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค (Base for segmenting consumer Market) จากการค้นหาตัวแปรที่สำคัญ ๆ ตัวแปรที่จะได้ถือหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ตัวแปรที่สำคัญ เช่น ลักษณะตัวแปรทางภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรเหล่านี้สามารถจัดเป็นกลุ่มได้ 2 กลุ่ม คือ 1) ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer characteristics) 2) การตอบสนองของผู้บริโภค (Consumer response) ดังรูปที่ 3.1 และแบ่งออกเป็น 4 เกณฑ์คือ 1) ภูมิศาสตร์ (Geographic) 2) ประชากรศาสตร์ (Demographic) 3) จิตวิทยา (Psychographic) 4) พฤติกรรม (Behavioral)



ภาพที่ 2 การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะการบริโภคและการตอบสนองของผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะกรรมการบริหารการตลาดยุคใหม่

(กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์ม และโซเท็กซ์จำกัด, 2541)

Kotler and Keller (2006) กล่าวว่า เกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดที่ใช้กันทั่วไป จะใช้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ โดยเกณฑ์ดังกล่าวสามารถใช้ได้ทุกปัจจัยหรือปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดก็ได้ การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์บุคคลจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน คือ เป็นการแบ่งคุณลักษณะของลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของแต่ละกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ภูมิฐานะ ฯลฯ เมื่อทราบถึงความต้องการของแต่ละกลุ่มและยังนำไปจัดกลุ่มความต้องการของลูกค้าอีก ได้แก่ กลุ่มที่มีความต้องการเหมือนกัน (Homogeneous need) และความต้องการที่แตกต่างกัน (Heterogeneous need)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

หนึ่งฤทัย ทองจันทร์ (2550) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของนิสิตระดับปริญญาตรี ที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล กลุ่มตัวอย่างเป็น นิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลที่สูงที่สุด คือ ด้านความบันเทิง การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจที่มีต่อการแข่งขันกีฬาฟุตบอล พบว่านิสิตที่มีเพศ สายการเรียน รายได้และความรู้เกี่ยวกับฟุตบอลต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจที่มีต่อการแข่งขันกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน ในขณะที่ชั้นปีที่ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

กิตติศักดิ์ มีเจริญ (2550) ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเล่นฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอล โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเล่นฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 18 ปีที่เข้าร่วมการแข่งขันคิกจูเนียร์ฟุตบอลไทยแลนด์แชมป์เปียนชิพ ครั้งที่ 7 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักกีฬาฟุตบอล รุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ที่เข้าร่วมการแข่งขันคิกจูเนียร์ฟุตบอลไทยแลนด์แชมป์เปียนชิพ ครั้งที่ 7 รอบคัดเลือกภาคกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นผลการวิจัยพบว่า 1. นักกีฬาฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 18 ปีมีแรงจูงใจในการเล่นฟุตบอล ด้านความรัก

ความถนัดและความสนใจในกีฬา ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้านรายได้และผลประโยชน์ ด้านเกียรติยศชื่อเสียง และด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 2. นักกีฬาฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ที่มีระยะเวลาในการเล่นฟุตบอลน้อยกว่า 3 ปีมีแรงจูงใจในการเล่นฟุตบอล ด้านรายได้และผลประโยชน์ ด้านเกียรติยศชื่อเสียง ด้านความรักความถนัดและความสนใจ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องและด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3. นักกีฬาฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 18 ปี ที่มีระยะเวลาในการเล่นฟุตบอลตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไปมีแรงจูงใจในการเล่นฟุตบอล ด้านความรัก ความถนัดและความสนใจ ด้านรายได้และผลประโยชน์และด้านเกียรติยศชื่อเสียง มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสำหรับด้านโอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต และ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

อภิชัย บัวหู่ (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจ เข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพ กลุ่มตัวอย่างคือนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจในการเล่นเทนนิสระดับอาชีพ ในปีพ.ศ. 2550 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน เป็นเพศชาย 87 คน เพศหญิง 73 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposively Selected) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น 0.93 ผลการวิจัยพบว่า 1. แรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพปี พ.ศ.2550 ด้านความรักความสนใจและความถนัด ด้านรายได้และผลประโยชน์ ด้านเกียรติยศชื่อเสียง และด้านความก้าวหน้าในอนาคต จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง 2. แรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพปี พ.ศ.2550 ด้านความรักความสนใจและความถนัด ด้านรายได้และผลประโยชน์ ด้านเกียรติยศชื่อเสียง และด้านความก้าวหน้าในอนาคต จำแนกตามประสบการณ์ในการแข่งขัน 1-3 ปีและตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป 3. แรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพด้านความรักความสนใจและความถนัด ด้านรายได้และผลประโยชน์ด้านเกียรติยศชื่อเสียง และด้านความก้าวหน้าในอนาคต จำแนกตามเพศ และประสบการณ์ในการแข่งขัน พบว่า นักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านรายได้และผลประโยชน์ ด้านเกียรติยศชื่อเสียงและด้าน

ปรัศนี สินพิมลบุรณ์ (2552) ทำการศึกษาเกี่ยวกับศึกษาเรื่องการรับรู้ภาพมายาต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลด้วยการสังเกตทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง การบันทึกเสียงการบันทึกภาพและการจดบันทึกข้อมูล สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนบอลในจังหวัดเชียงใหม่ อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 4 คน เพื่อค้นหาสาเหตุที่ทำให้พวกเขาารู้จักและชื่นชอบในฟุตบอลรายการนี้พวกเขามีความรู้สึกอย่างไรต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ พวกเขาชื่นชอบทีมใดและนักฟุตบอลคนไหนเป็นพิเศษ และความเชื่อรวมไปถึงอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ที่มีต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผลของการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย ประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่ 1.) สังคมแวดล้อมของพวกเขา ส่งผลให้ปัจเจกมีการคล้อยตามปทัสถานทางสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่และนำมาถือปฏิบัติ 2.) สื่อมวลชนไทยมีการนำเสนอข่าวคราวเกี่ยวกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษมากกว่ากีฬาชนิดอื่น ๆ มีการให้ความสำคัญและมีความถี่ในการนำเสนอที่มากที่สุด ส่งผลให้ติดตามฟุตบอลรายการนี้ได้อย่างสม่ำเสมอ 3.) ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของสโมสรฟุตบอลที่สร้างความผูกพันให้แฟน ๆ อย่างสม่ำเสมอด้วยการจัด

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และผลของการศึกษาในหน้าที่ 2 พบว่า การรับรู้ ภาพมายาฟุตบอล พรีเมียร์ลีกอังกฤษ มีทั้งการรับรู้ ภาพมายาที่สร้างขึ้นโดยฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเอง และภาพมายาที่แฟนฟุตบอลสร้างขึ้นเอง

ตรีรัตน์ หนูแก้วขวัญ (2552) ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ต้องการทราบพฤติกรรมทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับการเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาใน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต รวมถึงแรงจูงใจในการเล่นพนันฟุตบอลของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิต ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ อันประกอบด้วย การศึกษา ข้อมูลเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึกนักศึกษามีพฤติกรรมเล่นและเคยเล่นการพนันฟุตบอล จำนวน 10 คน ทั้งการสัมภาษณ์ปกติและการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สำหรับแนวประเด็นคำถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอลครั้งแรกและครั้งต่อมา รวมถึงแรงจูงใจในการเล่นพนัน ฟุตบอล ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เริ่มเล่นพนันฟุตบอลครั้งแรกขณะที่กำลังศึกษาใน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยมีเพื่อนเป็นผู้ชักชวนให้เล่นพนันฟุตบอล นักศึกษาส่วนใหญ่รู้สึก สนุกและตื่นเต้นเมื่อได้เล่นพนันฟุตบอลไปพร้อมกับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขัน นักศึกษาทั้งหมด รู้สึกดีใจเมื่อได้เงินพนันฟุตบอลในครั้งแรก และรู้สึกอยากเล่นพนันฟุตบอลอีกเนื่องจากต้องการได้เงิน คืน นักศึกษาทั้งหมดมีความสนใจกีฬาฟุตบอลก่อนการเริ่มเล่นพนันในครั้งแรก ปัจจุบันนักศึกษส่วนใหญ่ยังคงมีพฤติกรรมการเล่นพนันฟุตบอล โดยมักเล่นพนันฟุตบอลเดี่ยว ซึ่งนักศึกษาที่เล่นพนันฟุตบอล เดี่ยวทั้งหมดจะเล่นพนันแบบทบทั้งสิ้นเพื่อต้องการได้เงินคืน แต่หากได้เงินพนันในวันแรกก็จะเล่น พนันกันแบบทบเช่นกัน เนื่องจากต้องการได้เงินเพิ่ม การชำระหนี้พนันฟุตบอล นักศึกษาส่วนใหญ่จะ จ่ายเงินให้แก่โต๊ะรับเล่นพนันโดยตรง อย่างไรก็ตาม หากไม่มีเงินจ่ายหนี้ค่าพนันฟุตบอล นักศึกษา ส่วนใหญ่ก็จะไม่คิดหนี้พนัน แต่จะพยายามยืมเงินจากคนรู้จักเพื่อมาชำระหนี้พนันฟุตบอล นักศึกษาทั้งหมดใช้เงินที่ได้จากการพนันฟุตบอลไปกับการเที่ยวเตร่ เลี้ยงสุราและอาหารเพื่อนฝูง รวมถึงการซื้อของใช้ส่วนตัว เช่น เสื้อผ้า รองเท้า หนังสือพิมพ์สปอร์ตพูล เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่นักศึกษา ทั้งหมดรู้จัก และใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกเล่นพนันฟุตบอลในแต่ละสัปดาห์ นอกจากนี้ นักศึกษาส่วนใหญ่จะตรวจสอบข้อมูลผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์การแข่งขัน ฟุตบอลโดยตรง และส่วนใหญ่จะติดตามชมการถ่ายทอดฟุตบอลคู่ที่ตนเองเล่นพนันฟุตบอลไว้ ส่วนคู่ ที่มีถ่ายทอดสด จะรับฟังการรายงานผลจากวิทยุ บิดา มารดาของนักศึกษส่วนใหญ่ไม่ทราบวาบุตร ของตนมีพฤติกรรมการพนันฟุตบอล แต่สำหรับนักศึกษาที่มีแฟนจะบอกเรื่องดังกล่าวให้แฟน ทราบ แต่แฟนก็มีได้ว่ากล่าวตักเตือนแต่อย่างไรก็ตาม นอกจากการพนันฟุตบอลแล้ว นักศึกษาทั้งหมดล้วนมีพฤติกรรมการพนันประเภทอื่นด้วย เช่น ไพ่ป๊อกเด้ง ไพ่ดรัมมี่ และหวย

เป็นต้น นักศึกษาทั้งหมดรู้สึกสนุก ตื่นเต้น และอยากได้เงิน จึงเลือกเล่นการพนันฟุตบอล นักศึกษาทั้งหมดยอมรับว่า การเล่นพนันฟุตบอลทำให้พฤติกรรมของตนเองเปลี่ยน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเกิดอารมณ์หงุดหงิดเมื่อเสียพนันฟุตบอล นักศึกษาทั้งหมดไม่สนใจต่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการต่อต้าน และการนำเสนอเกี่ยวกับโทษของการเล่นพนันฟุตบอล แต่นักศึกษาทั้งหมดคิดว่าการเล่นพนันฟุตบอลจะส่งผลโดยตรงต่อการเรียน เช่น ไม่มีเวลาอ่านหนังสือ ไปเรียนสาย สำหรับแรงจูงใจของนักศึกษาส่วนใหญ่ในการเล่นพนันฟุตบอลในครั้งแรก คือ ความอยากได้เงินและการเล่นพนันตามเพื่อน สำหรับแรงจูงใจของนักศึกษาส่วนใหญ่ในการเล่นพนันฟุตบอลในครั้งต่อมา คือ ความอยากได้เงิน และคิดว่าสามารถหาเงินได้ง่ายจากการเล่นพนันฟุตบอล

ณิกานต์ จงเหมือนหยก (2553) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย เพื่อศึกษาขั้นตอนการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่แฟนบอลชาวไทยมีต่อการรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการวิจัย คือ การสัมภาษณ์ จำนวน 40 คน และสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสังเกตการณ์ร่วม จำนวน 4 คน ผลการวิจัยพบว่า แฟนบอลชาวไทยที่รับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตมีแรงจูงใจในการรับชมส่วนใหญ่เป็นเรื่องของต้นทุนค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ได้รับ และรองลงมาคือ รูปแบบการดำเนินชีวิต โดยแฟนบอลศึกษาวิธีการรับชมด้วยตนเองผ่านสื่อออนไลน์มากกว่าการสอบถามจากบุคคลใกล้ชิด สำหรับพฤติกรรมการรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ ก่อนการแข่งขัน แฟนบอลจะเตรียมตัวในการรับชม โดยการตรวจสอบโปรแกรมการแข่งขันผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์เป็นประเภทกีฬา และเลือกคู่ที่จะรับชม ระหว่างการแข่งขัน แฟนบอลส่วนใหญ่จะรับชมคนเดียว ในสถานที่ส่วนตัว คือที่บ้าน มากกว่าการรับชมกับเพื่อนนอกบ้าน และยังพบพฤติกรรมสื่อสารระหว่างการแข่งขัน คือ แฟนบอลส่วนมากมีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อแสดงความคิดเห็นที่มีต่อเกมการแข่งขัน ส่วนพฤติกรรมหลังการแข่งขัน แฟนบอลส่วนมากจะแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนโดยตรง รองลงมาเป็นการพูดคุยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันโดยภาพรวมแล้ว แฟนบอลมีความพึงพอใจในการรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ต ที่สามารถตอบสนองความต้องการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลได้ และรู้สึกถึงความคุ้มค่าจากประโยชน์การใช้งานของอินเทอร์เน็ตที่หลากหลาย ถึงแม้ว่าจากการประเมินคุณภาพตัวสื่อ

ของแฟนบอล พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตยังคงเป็นสื่อทางเลือกเสริม ที่ยังไม่สามารถทดแทนสื่อหลักอย่าง โทรทัศน์ได้ในปัจจุบัน

ญาณวุฒิ ทวีนนท์ และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการเล่นกีฬายิมนาสติกของสมาชิกศูนย์ฝึกกีฬาไทย-ญี่ปุ่นดินแดง พ.ศ.2553 วัตถุประสงค์เพื่อทราบและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเล่นกีฬายิมนาสติกของสมาชิกศูนย์ฝึกกีฬาไทย-ญี่ปุ่นดินแดง พ.ศ.2553 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเล่นกีฬายิมนาสติกโดยรวม แรงจูงใจภายในสมาชิกชอบความสนุกสนานในการเล่นกีฬายิมนาสติก และแรงจูงใจภายนอกชอบความท้าทายในการเล่นอุปกรณ์ยิมนาสติกอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบแรงจูงใจของสมาชิกยิมนาสติกที่มีเพศต่างกัน พบว่าแรงจูงใจในการเล่นยิมนาสติกของสมาชิกด้านแรงจูงใจภายใน ด้านแรงจูงใจภายนอก และแรงจูงใจโดยรวมแตกต่างกัน และการเปรียบเทียบแรงจูงใจของสมาชิกยิมนาสติกที่มีประสบการณ์ต่างกัน พบว่าแรงจูงใจในการเล่นยิมนาสติกของสมาชิกด้านแรงจูงใจภายในแตกต่างกัน แต่ด้านแรงจูงใจภายนอก และแรงจูงใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน

พลากร มะโนรัตน์, ธงชัย เจริญทรัพย์มณี และผาณิต บิลมาศ (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ณ สนามแข่งขัน จำนวน 400 คน เป็นชาย 300 คน และหญิง 100 คน ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ด้านผู้ชม และแฟนคลับ ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ด้านผู้ชม และแฟนคลับ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสโมสรมีการสร้างชุมชนของทีม เพื่อการปลูกฝังให้ประชาชนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกรักถิ่นฐานบ้านเกิดรวมไปถึงการให้ประชาชนมีความรักในสโมสรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ และมีการจัดทำฐานข้อมูลแฟนคลับในการสมัครเป็นสมาชิก ทุก ๆ สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกกำลังดำเนินการสร้างกระแสแฟนคลับอย่างต่อเนื่องมีการสมัครสมาชิกแฟนคลับ มีการจัดทำเว็บไซต์ของทีม มีการตั้งทีมเชียร์รวบรวมทีมเชียร์ เพื่อเข้าไปเชียร์ในสนามแข่งขัน

ณัฐวุฒิ พลศรี (2556) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก ในฤดูกาล 2012 ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย คือ 1.) ปัจจัยแรงดึงดูดจากเกมการแข่งขัน 2.) ปัจจัยแรงจูงใจของแฟนคลับ 3.) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ 4.) ปัจจัยปฏิสัมพันธ์ และ 5.) ปัจจัยกิจกรรมบันเทิง กล่าวได้ว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการเข้าชมการแข่งขัน โดยผลสรุปจากการศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจของแฟนคลับที่มีผลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันที่อยู่ในระดับมาก คือ ตัวแปรความภูมิใจ ตัวแปรความบันเทิง และตัวแปรความสนใจ

ในกีฬาฟุตบอล ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความถี่ในการเข้าชมการแข่งขันในอนาคต การเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬา ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากต่อรายได้ของสโมสร และผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสโมสรฟุตบอลอาชีพในการรักษาแฟนคลับ และบริหารสโมสรให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

ภัทรดนัย ประสานตรี (2556) ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอลในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอล ในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนักกีฬาบาสเกตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40 รวมทั้งสิ้นจำนวน 240 คน เป็นชายจำนวน 144 คน เป็นหญิงจำนวน 96 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 ผลการศึกษาพบว่า 1. แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอล ในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40 โดยรวม มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 2. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬา

บาสเกตบอลในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40 2.1 แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอล ในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40 จำแนกตามตัวแปรเพศพบว่า แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลไม่แตกต่างกัน 2.2 แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอล ในการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40 จำแนกตามประสบการณ์ในการเล่นกีฬาบาสเกตบอล พบว่า แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอล ไม่แตกต่างกัน

วทัณญ ลีวงศ์วรกุล (2557) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในเรื่องของกีฬาฟุตบอลไทยของคนในสังคมไทย ทั้งทางด้านการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ จากการเข้าชมเกมส์ การแข่งขันในสนาม และสิ่งต่าง ๆ ของวงการกีฬาฟุตบอลไทย 2) เพื่อสำรวจค่านิยมของสังคมไทยที่มีต่อกีฬาฟุตบอลไทย 3) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลไทยผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ 4) เพื่อศึกษาทัศนคติของคนในสังคมไทยที่มีต่อกีฬาฟุตบอลไทย และ 5) เพื่อศึกษาหาสาเหตุสำคัญอันเป็นเหตุผลของการเปลี่ยนแปลงพัฒนางานวงการฟุตบอลไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรชาวไทยที่มีความสนใจในกีฬาฟุตบอลไทยในจังหวัด

กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยทำการแจกแบบสอบถามภาคสนาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย คือ การพัฒนาองค์กรแต่ละด้าน ค่านิยมของสังคมแต่ละด้าน การรับรู้สื่อแต่ละด้าน และทัศนคติแต่ละด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การพัฒนาองค์กรของวงการฟุตบอล ค่านิยมของสังคม การรับรู้สื่อ และทัศนคติที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาองค์กรของวงการฟุตบอล ค่านิยมของสังคม การรับรู้สื่อ และทัศนคติมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสรุปเป็นรายข้อดังนี้ 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 73 มีอายุระหว่าง 15 -30 ปี ร้อยละ 80.3

มีสถานภาพสมรสโสด ร้อยละ 85.8 มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.8 มีการออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน ร้อยละ 31.5 ความชื่นชอบในการรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทย ร้อยละ 82.5 2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการพัฒนาองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ องค์กรกีฬาฟุตบอลไทยมีการพัฒนาการทำงานที่ดีขึ้น มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ระบบการทำงานตลอดจนการบริหารทีมฟุตบอลไทยมีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงระบบที่ดีขึ้น องค์กรกีฬาฟุตบอลไทยมีการเพิ่มความสามารถบุคลากรในองค์กร เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้น กระบวนการวางแผนที่จะมุ่งพัฒนาความสามารถองค์กรกีฬาฟุตบอลไทยนั้นสามารถบรรลุ และมีการปฏิบัติงานเป็นที่น่าพึงพอใจที่สุด องค์กรกีฬาฟุตบอลไทยมีการปรับปรุงวัฒนธรรมองค์กรส่งผลให้สามารถปรับปรุงสถานะหรือสถานภาพขององค์กรให้ก้าวไปสู่วัฒนธรรมใหม่ ของการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะที่ดียิ่งขึ้น และองค์กรกีฬาฟุตบอลไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมาชิกขององค์กร และน้อยที่สุดคือ องค์กรกีฬาฟุตบอลไทยมีการพัฒนาการบริหาร สามารถปรับตัว แก้ไขปัญหาต่างๆ พร้อมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรอย่างเป็นระบบ และองค์กรกีฬาฟุตบอลไทยมีพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่มีขีดจำกัดที่ตายตัว

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อค่านิยมของสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ กีฬาฟุตบอลไทยมีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความสุขเพลิดเพลินในกีฬาฟุตบอลไทย ชื่นชอบความสามารถของนักกีฬาฟุตบอลไทย กีฬาฟุตบอลไทยเป็นการทำงานร่วมกันและพึ่งพากันอย่างดีเยี่ยม ผลการทำงานของนักกีฬาฟุตบอลไทยสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวัง และกีฬาฟุตบอลไทยสร้างความสามัคคี และน้อยที่สุดคือ กีฬาฟุตบอลไทยทำให้รู้จักการรู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ความสนใจในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลไทยผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น

อินเทอร์เน็ต ฯลฯ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลผ่านทาง การรับชมรับฟังจากสื่อมากกว่าการอ่าน การเปิดรับและสนใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับฟุตบอลไทย และไปสเตอร์/ป้ายโฆษณาส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารกีฬาฟุตบอลไทย และ 66 น้อยที่สุดคือ มักจะติดตามความเคลื่อนไหวหรือกระแสของกีฬาฟุตบอลไทยผ่านกระดานข่าวในเว็บบอร์ดต่าง ๆ 5. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อทัศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ เชื่อว่านักกีฬาฟุตบอลไทยจะสามารถพัฒนาได้ดีขึ้น มีความคิดเห็นอยู่

ในระดับมาก รองลงมาคือ เห็นด้วยในการพัฒนาทักษะความสามารถของนักกีฬาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ของกีฬาฟุตบอลไทยให้ดียิ่งขึ้น ทัศนคติที่มีต่อกีฬาฟุตบอลไทยเปลี่ยนแปลง ขึ้นชมทักษะความสามารถของนักกีฬาฟุตบอลไทย มีทัศนคติที่ดีต่อกีฬาฟุตบอลไทย มีความพึงพอใจต่อการทำงานของนักกีฬาฟุตบอลไทย และมีความเชื่อถือต่อกีฬาฟุตบอลไทย และน้อยที่สุดคือ พอใจกับการคัดเลือกนักกีฬาขององค์กรกีฬาฟุตบอลไทย 6. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณารายด้านพบว่า มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ชื่นชอบในการดูการยิงประตูท่าคะแนนในเกมส์การแข่งขัน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ฟุตบอลเป็นกีฬาที่สามารถเพิ่มพูนความแข็งแรงและเสริมสร้างความอดทนเพิ่มมากขึ้น ชื่นชอบการเล่นกีฬาที่ต้องมีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วและเป็นเป็นทีม มีความรัก และสนใจในกีฬาฟุตบอล รู้สึกมีความสุขที่ได้เล่นฟุตบอล เล่นกีฬานี้เพื่อต้องการผ่อนคลายความเครียดหลังการทำงาน หรือการเรียน และมีโอกาสออกไปสร้างสรรค์กับเพื่อนฝูงหรือรู้จักเพื่อนใหม่ๆเมื่อมีการแข่งขันฟุตบอล และน้อยที่สุดคือ การเล่นฟุตบอลทำให้มีแรงบันดาลใจในการทำสิ่งอื่นๆ

อนันต์ เมืองทอง (2557) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประชาชนกรณีศึกษา: สโมสรฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่ม ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของสโมสรฟุตบอลเอส ซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำนวน 400 ราย การเก็บข้อมูลจัดทำในวันที่มีการแข่งขันกันระหว่างสโมสร ฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด พบกับ สโมสรฟุตบอลชัยนาท เอพซี ในวันที่เสาร์ที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 ที่สนามฟุตบอลเอสซีจี สเตเดียม จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21 -25 ปี รายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วง 10,001 -30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาระดับปริญญาตรี และมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล 2) ความสำเร็จจากการประชาสัมพันธ์ของสโมสรเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด มาจากความเป็นมืออาชีพของทีมงาน 3) สื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรที่มีความง่าย

ที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ 4) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ วันละ 1 ครั้ง 5) ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ ครั้งละครึ่งชั่วโมง 6) ช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด คือ ช่วง 17.00 - 21.00 น. 7) ความสนใจต่อข้อมูลของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสโมสรมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลของนักฟุตบอล 8) ประเด็นที่มีระดับ ความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ สโมสรมีความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ 9) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ ได้แก่ ความชื่นชอบบรรยากาศในการเชียร์ภายในสนามของ สโมสรและความชื่นชอบในตัวนักฟุตบอลสโมสร

6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

Giffune (1990) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการเข้าร่วมการเล่นกีฬาของโรงเรียนมัธยมศึกษา การศึกษามีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวกำหนดแรงจูงใจในที่จะเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาโรงเรียนมัธยมศึกษาของนักกีฬาฟุตบอล กับนักรักบี้ฟุตบอล และเพื่อแยกแยะตัวกำหนดเหล่านั้นให้เป็นหมวดหมู่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนและนักกีฬา จำนวน 341 คน ผลการศึกษาพบว่า นักกีฬาโดยทั่วไปเข้าร่วมการแข่งขันจะมีแรงจูงใจภายในมากกว่าแรงจูงใจภายนอก

Vincent and Furnhem (1997) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันฟุตบอลในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักกีฬาชาย 52 คน นักกีฬาหญิง 46 คน โดยการใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า นักกีฬาที่เข้าร่วมเพราะต้องการความสนุกสนานปรับปรุงทักษะให้ดีขึ้น และการมีเพื่อนใหม่นักกีฬาชายที่เข้าร่วมเพราะต้องการมีสมรรถภาพร่างกายที่ดีตามแบบฉบับของนักกีฬาฟุตบอล ตรงกันข้ามกับนักกีฬาหญิงไม่ได้สนใจเรื่องสมรรถภาพร่างกายหรือเรื่องของการมีเพื่อนในทีม

Funk and Sweatt (2009) ได้รับความยอมรับถึงความสำเร็จของการวิจัย โดยใช้วิธีการวัดแรงจูงใจในการกีฬากับแต่ละรายการ วิธีนี้เป็นไปตาม Funk and Sweatt (2009) ได้นำไปสู่การสืบสวนของจำนวนปัจจัยที่แตกต่างจากการศึกษาไป การศึกษาจากกีฬาสู่กีฬาและจากแต่ละบุคคล พวกเขาสนับสนุนการใช้มุมมองแบบแมโครเพื่อวัดโครงสร้างที่ซับซ้อน เช่น แรงจูงใจ เป็นต้น ดังนั้น จึงใช้แมโครวิธีการได้รับการใช้ในการศึกษาโครงสร้างเช่นความพึงพอใจและการระบุดับผลที่มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (Funk et al., 2009) ข้อดีของมุมมองมาโครคือว่าช่วยให้มีวิธีการที่มากขึ้นในการศึกษาโครงสร้างพื้นฐานและให้ กรอบทฤษฎีที่ครอบคลุมสิ่งที่ขาดหายไปมุมมองจุลภาค ตรงกันข้ามกับวิธีการแบบจุลภาค Funk et al. (2009) ใช้อัตราส่วนไฮบริดรวมทั้งแมโครและวิธีการแบบ

จุลภาคที่รวมถึงการขัดเกลาทักษะสังคม โดยการแสดงความตื่นเต้นความภาคภูมิใจและการผัน (SPEED) ตามที่ Funk and Sweatt (2009) ระบุว่าการศึกษาส่วนใหญ่อธิบายร้อยละ 20 หรือความแปรปรวนในการเข้าร่วมกีฬาลดลง อย่างไรก็ตาม Funk et al. (2009) ในการศึกษาของพวกเขาพบว่า 5 ปัจจัย - ความเร็ว - อธิบายร้อยละ 30 ของความแปรปรวนในการเข้าร่วมในอดีตของกิจกรรมกีฬา ในทำนองเดียวกันนี้ มี 5 ปัจจัย ยังสามารถอธิบาย 75 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวนในความมุ่งมั่นของทีม การทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีความซับซ้อนในการทำความเข้าใจปัจจัยต่างๆที่กระตุ้นให้ผู้คนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬารวมถึงเกมฟุตบอลมากขึ้นอีกด้วย

Chanho, Jaedeoch, and Gregg (2014) ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภคสินค้ากีฬาระหว่างนักเรียนอเมริกากับนักเรียนเอเชีย จากมหาวิทยาลัย Southwestern ผลจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่มีความคล้ายคลึงกันระหว่าง 2 กลุ่มคือ ความบันเทิง ความตื่นเต้น ความสนใจในทีม และความภาคภูมิใจโรงเรียนตัวเอง โดยทั้ง 4 ปัจจัยนี้เป็นเหตุผลหลักที่เข้าร่วมดูเกมฟุตบอล โดยความสนใจในตัวผู้เล่นมีค่าต่ำที่สุด

Wang and Matsuoka (2014) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลรายการ Chinese Super League (CSL) ใช้แรงจูงใจในการวัดทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ ความสนใจในกีฬา (Sport Interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังสรรค์ (Socialization) การหลีกเลี่ยง (Escape) ความตื่นเต้น เร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) ความสนใจในผู้เล่น ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ชมรายการ Chinese Super League (CSL) จำนวน 400 คน จากผลวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเข้าชมฟุตบอล CSL ของคนจีน คือความสนใจในกีฬา (Sport interest) ความสำเร็จ (achievement) และการพบปะสังสรรค์ (Socialization) ส่วนแรงจูงใจที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) สายสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) และความสนใจในตัวผู้เล่น (Interest in player) และพบว่าผู้เข้าชมเพศชายมีความสนใจในการเข้าชมฟุตบอล CSL มากกว่าเพศหญิง

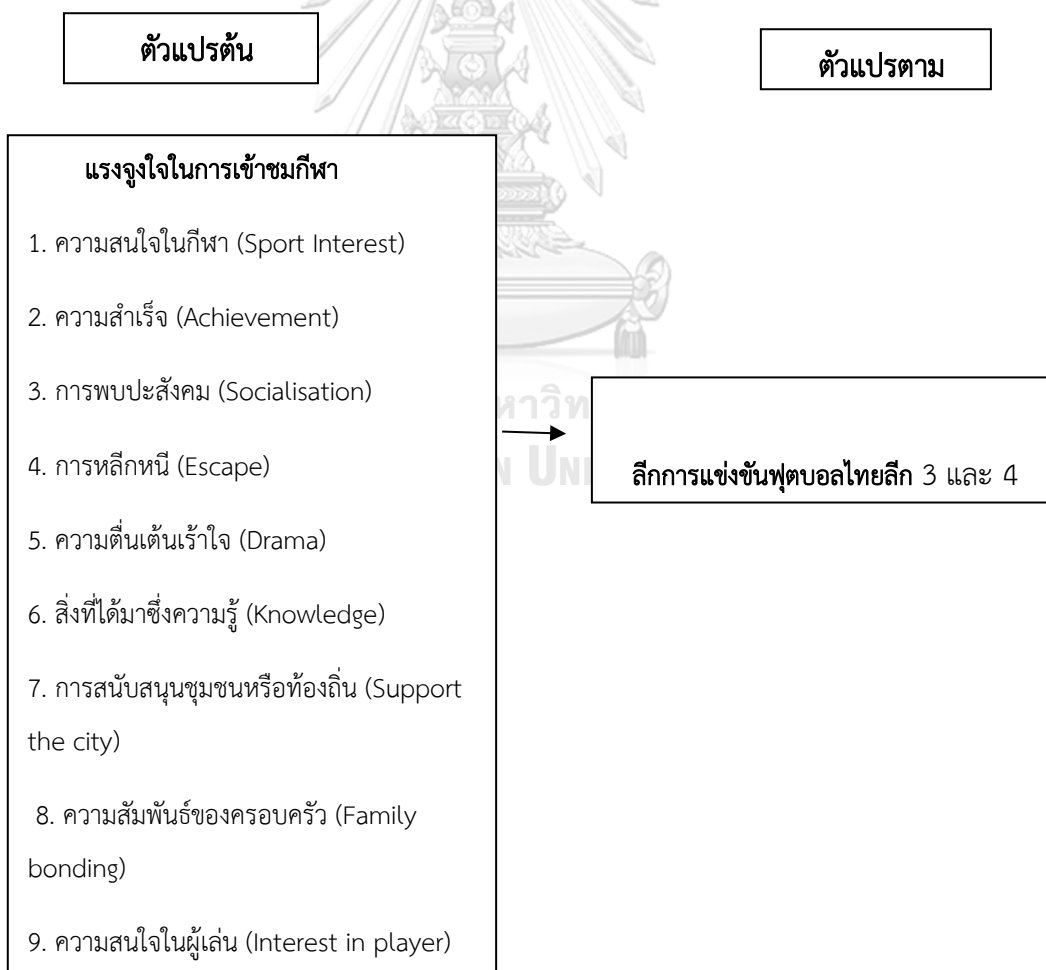
Karakaya, Yannopoulos, and Kefalaki (2016) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ในกรุงเอเธนส์ ประเทศกรีซ ทั้งหมด 252 คน โดยเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมกีฬา ตั้งแต่ อายุ 16 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง และเก็บข้อมูลจาก 2 แมตช์การแข่งขันในวันที่ 9 และ 16 พฤษภาคม 2553 ผลจากงานวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาฟุตบอลมากที่สุดในครั้งนี้คือ ความตื่นเต้นทาง

อารมณ์ รองลงมาคือ การขัดเกลาทางสังคม และบรรยากาศในสนามตามลำดับ ซึ่งเพศชาย จะตอบสนองต่อการเข้าชมกีฬาในครั้งนี้มากกว่าเพศหญิง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ ตัวแปรต้น คือ ลีการแข่งขันฟุตบอล T3-T4 และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจ (Motives) ประกอบด้วย ความสนใจในกีฬา (Sport Interest) ความสำเร็จ (Achievement) การพบปะสังคม (Socialization) การหลีกเลี่ยง (Escape) ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama) สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city) ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding) และความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ไทยลีก 3-4 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีแนวทางในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3-4 ภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล รวมทีมที่แข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3-4 ฤดูกาล 2562 จำนวน 88 ทีม

สโมสรฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) ตอนบน 14 ทีม

- ขอนแก่น ยูไนเต็ด
- กำแพงเพชร_เอฟซี
- สีมอก เอฟซี
- ฉะเชิงเทรา
- แพร่ ยูไนเต็ด
- เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด
- ลำพูน วอร์ริเออร์
- บางกอก เอฟซี
- สระแก้ว เอฟซี
- อ่างทอง ยูไนเต็ด
- อุดรธานี เอฟซี
- เชียงราย ซิตี้
- อุบลราชธานี เอฟซี
- นาวิกโยธิน ยูเรก เอฟซี

สโมสรฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) ตอนล่าง 14 ทีม

- บีทียู ส.บุญมีฤกษ์ เอฟซี
- จามจุรี ยูไนเต็ด
- ระนอง เอฟซี
- ราชประชา

- ทหารบก เอฟซี
- ตรัง เอฟซี
- กระบี่ เอฟซี
- นรา ยูไนเต็ด
- ภูเก็ต เอฟซี
- ม.เกษมบัณฑิต
- สุราษฎร์ เอฟซี
- นอร์ทกรุงเทพ
- นครศรีฯ ยูไนเต็ด
- นครปฐม เอฟซี

สโมสรฟุตบอลไทยลีก 4(T4) จำนวน 60 ทีม แบ่งตามโซนภูมิภาคดังนี้

โซนภาคเหนือ (10 ทีม)

- นครแม่สอด ยูไนเต็ด
- วัดโบสถ์ ซิตี้
- สิงห์บุรี เอฟซี
- สุโขทัย เอฟซีบี
- เจแอล เชียงใหม่
- น่าน เอฟซี
- พิษณุโลก เอฟซี
- อุดรดิตถ์ เอฟซี
- แม็จ้ ยูไนเต็ด
- สิงห์ เชียงราย ยูไนเต็ด

โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (13 ทีม)

- มาแซร์ ชัยภูมิ ยูไนเต็ด
- ห้วยแถลง ยูไนเต็ด
- มหาสารคาม ยูไนเต็ด
- หนองบัว พิชญ เอฟซี
- ขอนแก่นมอดินแดง
- ยโสธร เอฟซี
- ร้อยเอ็ด ยูไนเต็ด
- เลย์ซีตี้ อาร์แอร์ไลน์ เอฟซี
- ศรีสะเกษ ยูไนเต็ด
- สกลนคร เมืองไทย เอฟซี

- บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เอฟซี บี
- สุรินทร์ ซิตี้
- สุรินทร์ ชูแก้ว

โซนภาคตะวันตก (9 ทีม)

- สระบุรี ยูไนเต็ด
- ลุกอีสาน เอฟซี
- สมุทรสงคราม เอฟซี
- หัวหิน ซิตี้
- ชัยนาท ยูไนเต็ด
- ชัยนาท ฮอร์นบิล เอฟซี บี
- สพล. สมุทรสาคร ยูไนเต็ด
- อัสสัมชัญ ยูไนเต็ด
- ราชบุรี มิตรผล เอฟซี

โซนภาคตะวันออก (8 ทีม)

- ปลวกแดง ยูไนเต็ด
- บ้านค่าย ยูไนเต็ด
- จันทบุรี เอฟซี
- สายมิตร กบินทร์ เอฟซี
- พัทยา ดิสคอฟเวอรี่ ยูไนเต็ด
- สโมสรฟุตบอล กองเรือ เอฟซี
- พานทอง เอฟซี
- เทศบาลตำบลเกาะขวาง

โซนกรุงเทพและปริมณฑล (13 ทีม)

- เกร็กคู สายไหม เอฟซี
- ธนบุรี ยูไนเต็ด
- บ้านคุณแม่ เอฟซี
- ม.รังสิต
- ทรุ แบงค็อก ยูไนเต็ด
- โคปุน วอริเออร์

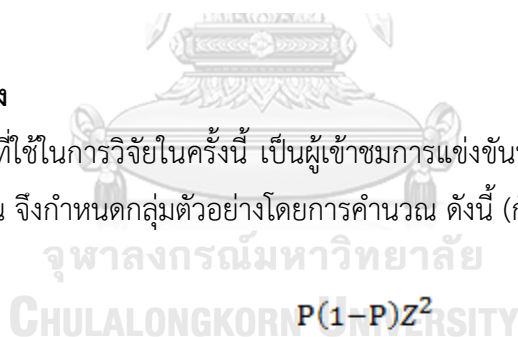
- มหาวิทยาลัยปทุมธานี
- สมุทรปราการ เอพีซี
- สยาม เอพีซี
- โปლის เทโร เอพีซีบี
- เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด
- แอร์ฟอร์ซ โรบินส์
- รังสิต ยูไนเต็ด

โซนภาคใต้ (7 ทีม)

- เมืองคอน WU
- คาเต็นซ่า สตูล ยูไนเต็ด
- ปัตตานี เอพีซี
- สุราษฎร์ธานี ซิตี้
- พัทลุง เอพีซี
- หาดใหญ่ เอพีซี
- ยาลอ ซิตี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทย 3 – 4 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)



$$\text{จากสูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ .05)

Z มีค่าเท่ากับ 2.58 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (ระดับ .01)

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนของประชากรเท่ากับ .45 ต้องการระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 จะมีขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน

$$\text{จากสูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

กำหนดค่า $P = .45$

ระดับความเชื่อมั่น 95% เป็นค่า $Z = 1.96$

ความคลาดเคลื่อน 5% เป็นค่า $e = 0.05$

$$n = \frac{(.45)(1-.45)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= \frac{(.45)(.55)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= \frac{0.9504}{0.0025}$$

$$= 380.16$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 380 ตัวอย่างและเพื่อป้องกันการขาดหายของแบบสอบถามและไม่ให้มีเศษของแบบสอบถามจึงได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 22 ชุด รวมทั้งสิ้นจำนวน 402 ชุด ในที่นี้เพื่อให้เป็นการแสดงความเป็นตัวแทนของประชากรผู้ชมในแต่ละลีก ผู้วิจัยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างในแต่ละลีก โดยกำหนดฟุตบอลไทยลีก 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 402 คน และฟุตบอลไทยลีก 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 402 คน รวมทั้งหมด 804 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรของผู้เข้าชมฟุตบอลไทยในแต่ละลีกได้

การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากสโมสรฟุตบอลในไทยลีก 3 - 4 ได้กระจายอยู่ในเกือบทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเดินทางไปเก็บทุกทีม รวมทั้งยังมีข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณและนอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาอาชีพในต่างประเทศและตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติในฐานข้อมูล Scopus ก็ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกเกมการแข่งขันที่จะไปเก็บข้อมูล เช่น งานของ Trail et al. (2003) ที่เก็บข้อมูลในผู้ชมอเมริกันฟุตบอลระดับมหาวิทยาลัย ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่เก็บข้อมูล

จาก 1 เกมสกีใหญ่ จากแต่ละ ดิวิชั่นเท่านั้น งานของ Wang and Matsuoka (2014) ที่เก็บข้อมูลผู้เข้าชมกีฬาฟุตบอล Chinese super league ในประเทศจีนก็เก็บจาก 2 เกมสกีใหญ่เท่านั้นเช่นกัน นอกจากนี้งานของ Karakaya et al. (2016) ที่เก็บข้อมูลผู้ชมฟุตบอลในประเทศกรีกก็เก็บจาก 2 เกมสกีใหญ่เช่นกัน

ดังนั้นเนื่องจากข้อจำกัดในด้านเวลาและงบประมาณ ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยจะทำการเลือกสุ่ม 6 สโมสรในไทยลีก 3 มี 2 โซน แบ่งเป็นตอนบนและตอนล่าง ผู้วิจัยจะทำการสุ่มแบบง่ายมา 3 ทีม จากแต่ละโซนรวมเป็น 6 ทีม สำหรับไทยลีก 4 ซึ่งมีทั้งหมด 6 โซน ผู้วิจัยจะทำการสุ่มแบบง่ายโดยเลือกมา 6 สโมสร โดยจะสุ่มเลือกหนึ่งสโมสรจากแต่ละโซนประกอบไปด้วย โซนตะวันตก 1 ทีม, โซนตะวันออก 1 ทีม, โซนกรุงเทพและปริมณฑล 1 ทีม, และโซนภาคใต้ 1 ทีม โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ทีม และโซนภาคเหนือ 1 ทีมเมื่อได้ชื่อของสโมสรในแต่ละลีกและโซนแล้ว ผู้วิจัยจะออกไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากสนามการแข่งขันนัดเหย้าของแต่ละสโมสร โดยจะทำการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience sampling) สำหรับเกณฑ์การคัดเลือกเกิดจาก เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามให้ผู้ที่มาชมกีฬาฟุตบอลดั่งที่ผู้วิจัยได้กำหนดทีมเอาไว้ และเก็บข้อมูลจากชายและหญิง ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป

แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของสโมสรฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3)

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้นำรายชื่อสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยลีก 3 ฤดูกาล 2562 จำนวน 28 สโมสร แบ่งเป็นตอนบนและตอนล่าง ดังนี้

สโมสรฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) ตอนบน 14 ทีม

- ขอนแก่น เอฟซี
- กำแพงเพชร เอฟซี
- เชียงใหม่ เอฟซี
- ฉะเชิงเทรา ไฮเทค
- แพร่ ยูไนเต็ด
- เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด
- ลำพูน วอร์ริเออร์
- บางกอก เอฟซี
- สระแก้ว เอฟซี
- อยุธยา ยูไนเต็ด
- อยุธยา เอฟซี
- เชียงราย ซิตี้
- อุบลราชธานี เอซี
- นาวิกโยธิน ยูเรก เอฟซี

สโมสรฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) ตอนล่าง 14 ทีม

- บีทียู ส.บุญมีฤกษ์ เอฟซี
- จามจรี ยูไนเต็ด
- ทหารบก เอฟซี
- ตรัง เอฟซี
- เอ็ม โอ เอฟ ศุภกากร
- นรา ยูไนเต็ด
- ภูเก็ต เอฟซี
- ระนอง เอฟซี
- ราชประชา
- ม.เกษมบัณฑิต
- สุราษฎร์ เอฟซี
- สีมอก เอฟซี
- นครศรี ยูไนเต็ด
- ทหารบก เอฟซี

ตารางที่ 1 ตารางที่สรุปกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเก็บของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3)

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้นำรายชื่อสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยลีก 3 จากขั้นตอนที่ 1 มาทำการสุ่มแบบง่ายในการเลือกสโมสร ได้ดังนี้ คือ สโมสรฟุตบอลในไทยลีก 3 (T3) จำนวน 6 สโมสร โดยแบ่งเป็นตอนบน 3 ทีม และตอนล่าง 3 ทีม

ตอนบน ได้แก่ 1) เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด 2) บางกอก เอฟซี 3) อุทุมพร เอฟซี

ตอนล่าง ได้แก่ 1) จามจรี ยูไนเต็ด 2) นรา ยูไนเต็ด 3) นครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด

แสดงการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของสโมสรฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4)
 ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้นำรายชื่อสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยลีก 4 ฤดูกาล 2562 คือ สโมสรฟุตบอลใน

สโมสร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด	67
2. บางกอก เอฟซี	67
3. จามจุรี ยูไนเต็ด	67
4. นรา ยูไนเต็ด	67
5. นครศรีธรรมราช ยูไนเต็ด	67
6. อยุทธยา เอฟซี	67
รวม	402

ไทยลีก 4 (T4) จำนวน 60 สโมสร แบ่งเป็นโซนตามภูมิภาค ดังนี้

โซนภาคเหนือ (10 ทีม)

- นครแม่สอด ยูไนเต็ด
- น่าน เอฟซี
- วัดโบสถ์ ซิตี้
- พิชญ์โลก เอฟซี
- สิงห์บุรี เอฟซี
- อุดรดิตต์ เอฟซี
- สุขุทัย เอฟซีบี
- แม่ใจ ยูไนเต็ด
- เจแอล เชียงใหม่
- สิงห์ เชียงราย ยูไนเต็ด

โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (13 ทีม)

- มาแซร์ ชัยภูมิ ยูไนเต็ด
- ยโสธร เอฟซี
- ห้วยแถลง ยูไนเต็ด
- ร้อยเอ็ด ยูไนเต็ด
- มหาสารคาม ยูไนเต็ด
- เลย์ซีดี อาร์แอร์ไลน์ เอฟซี
- หนองบัว พิชญ์ เอฟซี
- ศรีสะเกษ ยูไนเต็ด

- ขอนแก่นมอดินแดง
- บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เอฟซี บี
- สกลนคร เมืองไทย เอฟซี
- สุรินทร์ ซิตี้
- สุรินทร์ ชูแก้ว

โซนภาคตะวันตก (9 ทีม)

- สระบุรี ยูไนเต็ด
- สมุทรสงคราม เอฟซี
- ชัยนาท ยูไนเต็ด
- สพล. สมุทรสาคร ยูไนเต็ด
- ราชบุรี มิตรผล เอฟซี
- ลูกอีสาน เอฟซี
- หัวหินซิตี
- ชัยนาท ฮอว์นบิล เอฟซี บี
- อัสสัมชัญ ยูไนเต็ด

โซนภาคตะวันออก (8 ทีม)

- ปลวกแดง ยูไนเต็ด
- จันทบุรี เอฟซี
- พัทยา ดิสคอปเวอริ ยูไนเต็ด
- พานทอง เอฟซี
- บ้านค่าย ยูไนเต็ด
- สายมิตร กบินทร์ เอฟซี
- สโมสรฟุตบอล กองเรือ เอฟซี
- เทศบาลตำบลเกาะขวาง

โซนกรุงเทพและปริมณฑล (13 ทีม)

- เกร็กคู สายไหม เอฟซี
- บ้านคุณแม่ เอฟซี
- ธนบุรี ยูไนเต็ด
- ม.รังสิต

- ทรู แบงค็อก ยูไนเต็ด
- มหาวิทยาลัยปทุมธานี
- สยาม เอฟซี
- เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด
- รังสิต ยูไนเต็ด
- โคปุน วอริเออร์
- สมุทรปราการ เอฟซี
- โปლის เทโร เอฟซีบี
- แอร์ฟอร์ซ โรบินส์

โซนภาคใต้ (7 ทีม)

- เมืองคอน WU
- ปัตตานี เอฟซี
- พัทลุง เอฟซี
- ยาลอ ซิตี้
- คาเดินซ่า สตูล ยูไนเต็ด
- สุราษฎร์ธานี ซิตี้
- หาดใหญ่ เอฟซี

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้นำรายชื่อสโมสรฟุตบอลอาชีพไทยลีก 4 จากขั้นตอนที่ 1 มาทำการสุ่ม แบบง่าย ในการเลือกสโมสร ได้ดังนี้ คือ สโมสรฟุตบอลในไทยลีก 4 (T4) จำนวน 6 สโมสร โดยแบ่งเป็นตาม โซนภูมิภาคดังนี้

- โซนภาคตะวันตก ได้แก่ สพล. สมุทรสาคร เอฟซี
- โซนภาคตะวันออก ได้แก่ พัทยา ดิสคอฟเวอร์รี่ ยูไนเต็ด
- โซนกรุงเทพและปริมณฑล ได้แก่ สยาม เอฟซี
- โซนภาคใต้ ได้แก่ 1) ปัตตานี เอฟซี
- โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 1) มหาสารคาม เอฟซี

- โชนภาคเหนือ ได้แก่ 1) สิงห์บุรี บางระจัน

ตารางที่ 2 ตารางที่สรุปกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเก็บของการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4)

สโมสร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. สพล. สมุทรสาคร เอฟซี	67
2. พัทยา ดิสคอฟเวอร์รี่ ยูไนเต็ต	67
3. สยาม เอฟซี	67
4. ปัตตานี เอฟซี	67
5. สิงห์บุรี บางระจัน	67
6. มหาสารคราม เอฟซี	67
รวม	402

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการใช้เครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนทฤษฎี แนวคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งไทยและต่างประเทศ เป็นแบบสอบถามปลายปิด ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ทำการแปลเป็นไทยโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ แบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3-4 9 ด้าน จำนวน 27 ข้อ แบบสอบถามนำมาจาก Wang and Matsuoka (2014)

1. ความสนใจในกีฬา (Sport Interest)
2. ความสำเร็จ (Achievement)
3. การพบปะสังคม (Socialization)

4. การหลีกเลี่ยงหนี (Escape)
5. ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama)
6. สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge)
7. การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city)
8. ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding)
9. ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)

แบบสอบถามที่จะประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับ (Likert scale) อ้างถึงใน พิชิตฤทธิ์

จรรยา (2548) คือ

เห็นด้วยมากที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

การแปลผลค่าคะแนนของตัวแปรเกี่ยวกับแรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3-4 จะขึ้นกับความคิดเห็นของผู้เข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก ปี 2561 แปลผลโดยถือตามเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตรอัตราภาคขั้น

$$\frac{5-1}{5} = 0.80$$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด หมายถึง แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย หมายถึง แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง หมายถึง แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก หมายถึง แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด หมายถึง แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับมากที่สุด

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือโดยมีขั้นตอน ดังนี้

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจากงานวิจัยของ Wang and Matsuoka (2014) โดยนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของฟุตบอลไทย โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารทางด้านวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬา และการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ในระดับต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ

2. นำข้อมูล แนวความคิดที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงประยุกต์ โดยนำแบบสอบถามจากงานวิจัยของ Wang and Matsuoka (2004) ปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของฟุตบอลไทย ได้นำเทคนิคที่ใช้ในการแปลเครื่องมือวิจัย โดยวิธีการแปลย้อนกลับ (Back – translation) จากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ จำนวน 2 ท่าน

3. แบบสอบถามที่ได้จากวิธีการแปลย้อนกลับ นำมาปรึกษาและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของภาษา และปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่า IOC (Index of item – Objective Congruence) โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาข้อคำถาม โดยผู้วิจัยกำหนดดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป และนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปทดลองใช้ ซึ่งผลจากการหาค่า IOC เท่ากับ 0.98

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลภายในสนาม แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha – Coefficient ของ ครอนบาค Cronbach โดยผู้วิจัยกำหนดดัชนีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.7 ขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยได้หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยแบ่งได้ดังนี้

Name	Cronbach Alpha	N of Item
1. ความสนใจในกีฬา (Sport Interest)	0.88	4
2. ความสำเร็จ (Achievement)	0.84	3
3. การพบปะสังสรรค์ (Socialization)	0.76	2
4. การหลีกหนี (Escape)	0.78	2
5. ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama)	0.82	2

6. สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge)	0.75	3
7. การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city)	0.84	4
8. ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding)	0.93	3
9. ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)	0.88	4

6. ผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัยที่ทดลองใช้แล้ว (Try out) นำมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์เพื่อให้เหมาะสม และจึงนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

7. นำโครงร่างวิทยานิพนธ์ และแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย
8. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
9. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ
10. สรุป ทำรายงาน และนำเสนอข้อมูล

วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ติดต่อขอหนังสือแนะนำตัว เพื่อขอความร่วมมือในการทำหนังสือจากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงสโมสรฟุตบอลที่ทำการศึกษาเพื่อเก็บข้อมูล
2. จัดเตรียมแบบสอบถามให้พร้อมเพื่อทำการเก็บข้อมูล
3. นำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างจากสนามแข่งขันของสโมสรที่ระบุของแต่ละลีก ซึ่งผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามฉบับเดียวกันทั้งไทยลีก 3 และ 4 โดยจะมีการจำแนกชัดเจนตามสโมสรที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ หลังจากผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทำเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะมีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นสัดส่วนและจำแนกตามสโมสรของแต่ละลีกอย่างชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป โดยผู้วิจัยจะมีผู้ช่วยวิจัยในการเก็บข้อมูล จำนวน 5 คน ซึ่งผู้วิจัยจะชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ลักษณะของแบบสอบถาม จำนวนข้อ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ผู้ช่วยวิจัยทราบ ก่อนออกไปเก็บข้อมูล หลังจากนั้น ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
4. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง เพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการคำนวณสถิติพื้นฐานซึ่ง ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และจะทำการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยด้านแรงจูงใจจากมากไปน้อยเพื่อที่จะหาว่าผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3-4 มีปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านไหนมากที่สุด

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้วิธีการทดสอบค่าที (t – test Independent) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในแต่ละด้านระหว่างผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
2. ทราบถึงความแตกต่างในด้านปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลของผู้ชม ระหว่างฟุตบอลไทยลีก 3 และฟุตบอลไทยลีก 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล” เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านแรงจูงใจระหว่างการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 804 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าชม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล 9 ด้าน ได้แก่ ด้านความสนใจในกีฬา ด้านความสำเร็จ ด้านการพบปะสังสรรค์ ด้านการหลีกเลี่ยง ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว และด้านความสนใจในผู้เล่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าชม

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละของข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าชม	ฟุตบอลไทยลีก 3 (402 คน)		ฟุตบอลไทยลีก 4 (402 คน)		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	274	68.2	268	66.7	542	67.4
หญิง	128	31.8	134	33.3	262	32.5
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	80	19.9	102	25.4	182	22.6
20 - 29 ปี	249	61.9	214	53.2	463	57.5
30 - 39 ปี	47	11.7	64	15.9	111	13.8
40 - 49 ปี	19	4.7	14	3.5	33	4.1

50 ปีขึ้นไป	7	1.7	8	2	15	1.8
อาชีพ						
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	32	8.0	22	5.5	54	6.7
พนักงานบริษัทเอกชน/ รับจ้าง	134	33.3	127	31.6	261	20.0
ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว	48	11.9	32	8	66	8.2
ค้าขาย/อิสระ	89	22.1	116	28.9	205	25.5
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ ประมง	25	6.2	14	3.5	39	4.8
นักศึกษา/นิสิต	64	15.9	81	20.1	145	18.0
อื่น ๆ	10	2.5	10	2.5	20	2.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 10,000 บาท	84	20.9	124	30.8	208	25.9
10,001 – 20,000 บาท	180	44.8	164	40.8	344	42.8
20,001 – 30,000 บาท	67	16.7	53	13.2	120	14.9
30,001 – 40,000 บาท	48	11.9	41	10.2	89	11
40,000 บาทขึ้นไป	23	5.7	20	5	43	5.3
ระดับการศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	114	28.4	159	39.6	273	33.3
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	246	61.2	202	50.2	448	55.7
ปริญญาโท	33	8.2	39	9.7	72	9
สูงกว่าปริญญาโท	9	2.2	2	0.5	11	1.4
โดยรวม	402	100.0	402	100.0	804	100.0

จากตารางที่ 3 โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนทั้งสิ้น 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวนทั้งสิ้น 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ช่วงอายุที่มีผู้เข้ามาชมมากที่สุด คือ ช่วงอายุ ระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 463 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา

เป็น ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.8 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และน้อยที่สุด อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนประกอบอาชีพมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมา ค้าขาย/อิสระ จำนวน 205 คิดเป็นร้อยละ 5.5 นักเรียน/ นักศึกษา/นิสิต จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ธุรกิจ/กิจกรรมส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รายได้ ต่อเดือนที่มากที่สุด คือ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า กับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.9 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.9 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุด 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.3 ระดับ การศึกษาที่มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 448 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ปริญญาโท จำนวน 72 คน คิด เป็นร้อยละ 9 และน้อยที่สุด สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 เมื่อจำแนกตามการ แข่งขันฟุตบอล สำหรับผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 542 คน คิดเป็นร้อย ละ 67.4 เพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.8 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 ขณะที่ผู้เข้า ชมฟุตบอลไทยลีก 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4

มีอยู่ 9 ด้าน ได้แก่ ด้านความสนใจในกีฬา ด้านความสำเร็จ ด้านการพบปะสังสรรค์ ด้านการหลีกเลี่ยง ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ด้าน ความสัมพันธ์ของครอบครัว และด้านความสนใจในผู้เล่น

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจทั้ง 9 ด้าน ในการเข้าชมการ แข่งขันฟุตบอลในภาพรวม เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	\bar{x}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น	4.46	0.69	มากที่สุด
ด้านความสนใจในกีฬา	4.22	0.58	มากที่สุด
ด้านความสนใจในผู้เล่น	3.85	0.60	มาก
ด้านความสำเร็จ	3.74	0.72	มาก
ด้านพบปะสังคม	3.57	0.47	มาก
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ	3.31	0.68	ปานกลาง
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้	3.20	0.69	ปานกลาง
ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว	3.18	0.62	ปานกลาง
ด้านการหลีกเลี่ยง	2.96	0.68	ปานกลาง
ระดับแรงจูงใจโดยรวม	3.61	0.642	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านแรงจูงใจในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกในภาพรวมของไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจทั้ง 9 ด้าน ของผู้เข้าชมฟุตบอลมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีด้านแรงจูงใจที่อยู่ระดับมากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.69) และด้านความสนใจในกีฬา ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.58) รองลงมา ด้านความสนใจในผู้เล่น ($\bar{x} = 3.85$, S.D. = 0.60) ด้านความสำเร็จ ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 0.72) ด้านพบปะสังคม ($\bar{x} = 3.57$, S.D. = 0.47) ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 0.68) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.69) ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 0.62) และ ด้านการหลีกเลี่ยง ($\bar{x} = 2.96$, S.D. = 0.68)

ตารางที่ 5 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลในภาพรวม โดยจำแนกตามรายชื่อ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านความสนใจในกีฬา					
1.1 ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล	2	5	4.23	0.90	มากที่สุด
1.2 ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล	2	5	4.24	0.90	มากที่สุด
1.3 ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดย	2	5	4.09	0.94	มาก

ไม่ได้มุ่งหวังผลการแข่งขัน					
1.4 ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่นๆ	2	5	4.31	0.86	มากที่สุด
ด้านความสำเร็จ					
2.1 ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.76	1.19	มาก
2.2 ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับชัยชนะจากการแข่งขัน	2	5	3.74	1.05	มาก
2.3 ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.73	1.09	มาก
ด้านการพบปะสังคม					
3.1 เป็นการได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่าน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน	2	5	3.59	1.20	มาก
3.2 ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ	2	5	3.54	1.11	มาก
ด้านการหลีกเลี่ยง					
4.1 ท่านคิดว่าการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือการเปลี่ยนแปลงที่ดี จากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน	1	5	2.94	0.84	ปานกลาง
4.2 ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้	2	5	2.97	0.87	ปานกลาง
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ					
5.1 ท่านชอบความตื่นเต้นเร้าใจที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เพราะผลการแข่งขันมีความคาดเดาได้ยากไม่สามารถตัดสินผลได้จนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน	2	5	3.31	1.23	ปานกลาง
5.2 ท่านมีความจดจ่อต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลที่มีความเปลี่ยนแปลงไปมา	2	5	3.32	1.04	ปานกลาง

ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้

6.1	เมื่อท่านได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลทำให้ท่านได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	1	5	3.10	0.99	ปานกลาง
6.2	ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนของกลยุทธ์ของฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	1	5	3.26	0.91	ปานกลาง
6.3	ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับด้านเทคนิคการวางแผน และกฎกติกาจากการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.25	1.04	ปานกลาง

ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น

7.1	ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน	1	5	4.61	0.71	มากที่สุด
7.2	เมื่อทีมชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน ได้รับชัยชนะ ท่านเกิดรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น	1	5	4.38	0.85	มากที่สุด
7.3	ท่านสนับสนุนทีมของชุมชนหรือท้องถิ่นตนเอง เพราะทีมช่วยเพิ่มฐานะของชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นอย่างมาก	2	5	4.40	0.89	มากที่สุด
7.4	ท่านติดตามเข้าชมการแข่งขันทุกครั้งเมื่อทีม ชุมชนของท่านมีการแข่งขัน	1	5	4.47	0.82	มากที่สุด

ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว

8.1	การได้อยู่กับครอบครัวของท่านคือ เหตุผลว่าทำไมท่านถึงชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.20	0.90	ปานกลาง
8.2	เป็นโอกาสที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งที่ท่านชอบ เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.09	0.76	ปานกลาง
8.3	ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีของครอบครัว	1	5	3.24	0.91	ปานกลาง

ด้านความสนใจในผู้เล่น

9.1 ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชม ผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ	2	5	3.86	1.00	มาก
9.2 ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นในการ แข่งขันมากกว่าผลการแข่งขัน	1	5	3.90	1.18	มาก
9.3 ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีม ฟุตบอล	1	5	3.76	1.16	มาก
9.4 ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข เมื่อได้เข้า ชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.86	1.20	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงระดับแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลในภาพรวม เมื่อแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแยกเป็นรายข้อ จะพบว่าส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากและปานกลาง ยกเว้นในข้อคำถาม 2 ด้านคือ 1. ในด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ทุกข้อ ที่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยของด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น คือ ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.69) รองลงมา ที่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านความสนใจในกีฬา ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล ($\bar{x} = 4.24$, S.D. = 0.90) ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล ($\bar{x} = 4.23$, S.D. = 0.90) และ ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่นๆ ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.86) ส่วนข้อที่มีระดับแรงจูงใจต่ำที่สุด ทุกข้อ มีทั้งหมด 4 ด้าน คือด้านความตื่นเต้น โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.31$, S.D. = 0.68) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.69) ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 0.62) และด้านการหลีกเลี่ยง ($\bar{x} = 2.96$, S.D. = 0.68)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทั้ง 9 ด้าน ของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ฟุตบอลไทยลีก 3		
	\bar{x}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น	4.45	0.49	มากที่สุด
ด้านความสนใจในกีฬา	4.22	0.52	มากที่สุด
ด้านความสนใจในผู้เล่น	3.93	0.59	มาก
ด้านความสำเร็จ	3.80	0.61	มาก

ด้านการพบปะสังคม	3.63	0.68	มาก
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ	3.35	0.65	ปานกลาง
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้	3.20	0.57	ปานกลาง
ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว	3.17	0.62	ปานกลาง
ด้านการหลีกหนี	2.88	0.72	ปานกลาง
ระดับแรงจูงใจโดยรวม	3.63	0.21	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) ทั้ง 9 ด้าน มีระดับแรงจูงใจทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน ด้านที่มากที่สุดมี 2 ด้าน คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.49) และด้านความสนใจในกีฬา ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.52) รองลงมาตามลำดับด้านความสนใจในผู้เล่น ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.59) ด้านความสำเร็จ ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.61) ด้านการพบปะสังคม ($\bar{x} = 3.63$, S.D. = 0.68) ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 0.65) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.57) ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.62) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการหลีกหนี ($\bar{x} = 2.88$, S.D. = 0.72)

ตารางที่ 7 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) โดยจำแนกตามข้อ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ		ฟุตบอลไทยลีก 3 (T3)				ระดับแรงจูงใจ
		ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.	
ด้านความสนใจในกีฬา						
1.1	ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล	2	5	4.27	0.94	มากที่สุด
1.2	ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล	2	5	4.25	1.00	มากที่สุด
1.3	ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดยไม่ได้มุ่งหวังผลการแข่งขัน	2	5	4.20	1.02	มาก
1.4	ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่นๆ	2	5	4.17	0.95	มาก
ด้านความสำเร็จ						
2.1	ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.81	1.18	มาก

2.2 ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับชัยชนะจากการแข่งขัน	2	5	3.80	1.02	มาก
2.3 ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.80	0.98	มาก
ด้านการพบปะสังคม					
3.1 เป็นการได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน	2	5	3.62	1.05	มาก
3.2 ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอลเพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ	2	5	3.64	0.91	มาก
ด้านการหลีกเลี่ยง					
4.1 ท่านคิดว่าการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือการเปลี่ยนแปลงที่ดี จากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน	2	5	2.88	1.05	ปานกลาง
4.2 ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้	2	5	2.89	1.02	ปานกลาง
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ					
5.1 ท่านชอบความตื่นเต้นเร้าใจที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เพราะผลการแข่งขันมีความคาดเดาได้ยาก ไม่สามารถตัดสินผลได้จนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน	2	5	3.32	1.18	ปานกลาง
5.2 ท่านมีความจดจ่อต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลที่มีความเปลี่ยนแปลงไปมา	2	5	3.39	0.88	ปานกลาง
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้					
6.1 เมื่อท่านได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลทำให้ท่านได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	2	5	3.08	0.87	ปานกลาง
6.2 ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนของกลยุทธ์ของฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	2	5	3.30	0.97	ปานกลาง
6.3 ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับด้านเทคนิค การวางแผน	2	5	3.22	0.90	ปานกลาง

 และกฎกติกาจากการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล

ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น

7.1 ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน	1	5	4.55	0.85	มากที่สุด
7.2 เมื่อทีมชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน ได้รับชัยชนะ ท่านเกิดรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น	1	5	4.33	1.00	มากที่สุด
7.3 ท่านสนับสนุนทีมของชุมชนหรือท้องถิ่นตนเอง เพราะทีมช่วยเพิ่มฐานะของชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นอย่างมาก	2	5	4.50	0.90	มากที่สุด
7.4 ท่านติดตามเข้าชมการแข่งขันทุกครั้งเมื่อทีมชุมชนของท่านมีการแข่งขัน	1	5	4.43	0.91	มากที่สุด

ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว

8.1 การได้อยู่กับครอบครัวของท่าน คือ เหตุผลว่าทำไมท่านถึงชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.21	1.14	ปานกลาง
8.2 เป็นโอกาสที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งที่ท่านชอบ เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	2	5	3.02	0.83	ปานกลาง
8.3 ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีของครอบครัว	2	5	3.27	1.04	ปานกลาง

ด้านความสนใจในผู้เล่น

9.1 ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชมผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ	2	5	3.97	0.99	มาก
9.2 ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นในการแข่งขันมากกว่าผลการแข่งขัน	2	5	4.01	1.21	มาก

9.3 ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีมฟุตบอล	1	5	3.92	1.19	มาก
9.4 ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.82	1.20	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงระดับแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 (T3) เมื่อแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแยกเป็นรายข้อ จะพบว่าส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากและปานกลาง ยกเว้นในข้อคำถาม 2 ด้านคือ 1. ในด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ทุกข้อ ที่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยของด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น คือ ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.49) รองลงมา ที่มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านความสนใจในกีฬา ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.94) และ ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 1.00) ส่วนข้อที่มีระดับแรงจูงใจต่ำที่สุด ทุกข้อ มีทั้งหมด 4 ด้าน คือด้านความตื่นเต้น โดยมียค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 0.65) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.57) ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว โดยมียค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.17$, S.D. = 0.62) และด้านการหลีกเลี่ยง โดยมียค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 2.86$, S.D. = 0.72)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลทั้ง 9 ด้าน ของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4)

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ฟุตบอลไทยลีก 4		
	\bar{x}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น	4.48	0.36	มากที่สุด
ด้านความสนใจในกีฬา	4.21	0.40	มากที่สุด
ด้านความสนใจในผู้เล่น	3.77	0.57	มาก
ด้านความสำเร็จ	3.68	0.74	มาก
ด้านการพบปะสังคม	3.50	0.98	มาก
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ	3.27	0.83	ปานกลาง
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้	3.21	0.61	ปานกลาง

ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว	3.18	0.40	ปานกลาง
ด้านการหลีกหนี	3.03	0.43	ปานกลาง
ระดับแรงจูงใจโดยรวม	3.77	0.57	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4) ทั้ง 9 ด้าน มีระดับแรงจูงใจทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจที่มากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.36) รองลงมาตามลำดับ ด้านความสนใจในกีฬา ($\bar{x} = 4.20$, S.D. = 0.40) ความสนใจในผู้เล่น ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.57) ด้านความสำเร็จ ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.74) ด้านการพบปะสังสรรค์ ($\bar{x} = 3.50$, S.D. = 0.98) ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ($\bar{x} = 3.27$, S.D. = 0.83) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ($\bar{x} = 3.20$, S.D. = 0.61) ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว ($\bar{x} = 3.18$, S.D. = 0.40) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการหลีกหนี ($\bar{x} = 3.03$, S.D. = 0.43)

ตารางที่ 9 แสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4) โดยจำแนกตามข้อ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ฟุตบอลไทยลีก 4 (T4)				ระดับแรงจูงใจ
	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	\bar{x}	S.D.	
ด้านความสนใจในกีฬา					
1.1 ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล	2	5	4.18	0.87	มาก
1.2 ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล	2	5	4.22	0.80	มากที่สุด
1.3 ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดยไม่ได้มุ่งหวังผลการแข่งขัน	3	5	3.98	0.84	มาก
1.4 ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่นๆ	2	5	4.44	0.74	มากที่สุด
ด้านความสำเร็จ					
2.1 ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.71	1.20	มาก
2.2 ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับชัยชนะจากการแข่งขัน	2	5	3.68	1.08	มาก
2.3 ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	2	5	3.66	1.19	มาก

ด้านการพบปะสังสรรค์						
3.1	เป็นการได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน	2	5	3.55	1.32	มาก
3.2	ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอลเพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ	2	5	3.44	1.27	มาก
ด้านการหลีกเลี่ยง						
4.1	ท่านคิดว่าการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือ การเปลี่ยนแปลงที่ดี จากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน	1	5	3.00	.56	ปานกลาง
4.2	ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้	2	5	3.06	.67	ปานกลาง
ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ						
5.1	ท่านชอบความตื่นเต้นเร้าใจที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เพราะผลการแข่งขันมีความคาดเดาได้ยาก ไม่สามารถตัดสินผลได้จนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน	2	5	3.29	1.27	ปานกลาง
5.2	ท่านมีความจดจ่อต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลที่มีความเปลี่ยนแปลงไปมา	2	5	3.25	1.18	ปานกลาง
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้						
6.1	เมื่อท่านได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลทำให้ท่านได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	1	5	3.12	1.10	ปานกลาง
6.2	ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนของกลยุทธ์ของฟุตบอลมากยิ่งขึ้น	1	5	3.22	0.86	ปานกลาง
6.3	ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับด้านเทคนิค การวางแผน และกฎกติกาจากการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.27	1.17	ปานกลาง
ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น						
7.1	ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน	2	5	4.67	0.53	มากที่สุด

7.2	เมื่อทีมชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน ได้รับชัยชนะ ท่านเกิดรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น	2	5	4.44	0.67	มากที่สุด
7.3	ท่านสนับสนุนทีมของชุมชนหรือท้องถิ่นตนเอง เพราะทีมช่วยเพิ่มฐานะของชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นอย่างมาก	1	5	4.29	0.87	มากที่สุด
7.4	ท่านติดตามเข้าชมการแข่งขันทุกครั้งเมื่อทีมชุมชนของท่านมีการแข่งขัน	2	5	4.51	0.70	มากที่สุด
ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว						
8.1	การได้อยู่กับครอบครัวของท่าน คือ เหตุผลว่าทำไมท่านถึงชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	2	5	3.19	0.56	ปานกลาง
8.2	เป็นโอกาสที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งที่ท่านชอบ เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	1	5	3.16	0.67	ปานกลาง
8.3	ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีของครอบครัว	1	5	3.20	0.75	ปานกลาง
ด้านความสนใจในผู้เล่น						
9.1	ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชมผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ	2	5	3.75	1.00	มาก
9.2	ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นในการแข่งขันมากกว่าผลการแข่งขัน	1	5	3.78	1.14	มาก
9.3	ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีมฟุตบอล	1	5	3.65	1.11	มาก
9.4	ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	2	5	3.91	1.21	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงระดับแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 (T4) เมื่อแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแยกเป็นรายข้อ จะพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับแรงจูงใจอยู่ระดับมาก ยกเว้นในข้อคำถามที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด มี 2 ด้าน คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน ทุกข้อมีระดับแรงจูงใจมากที่สุด เฉลี่ย (\bar{x} = 4.48, S.D. = 0.36) รองลงมาคือด้าน

ความสนใจในกีฬา ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล ($\bar{x} = 4.22$, S.D. =0.80) และ ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่นๆ ($\bar{x} = 4.44$, S.D. =0.74) และมีข้อคำถามที่อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.18$, S.D. =0.40) ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.20$, S.D. =0.61) ด้านความตื่นตัว โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.27$, S.D. =0.83) และด้านการหลีกเลี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 3.03$, S.D. =0.43)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านแรงจูงใจการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})		ค่าสถิติ ทดสอบ t-test	Sig.
	ฟุตบอลไทยลีก 3 (n=402)	ฟุตบอลไทยลีก 4 (n=402)		
ด้านความสนใจในกีฬา	4.22	4.21	0.505	0.614
ด้านความสำเร็จ	3.80	3.68	2.516	0.012
ด้านการพบปะสังสรรค์	3.63	3.50	2.231	0.026
ด้านการหลีกเลี่ยง	2.88	3.03	-3.375	0.001
ด้านความตื่นตัว	3.35	3.27	1.530	0.126
ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้	3.20	3.21	-0.138	0.890
ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น	4.45	4.48	-0.915	0.360
ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว	3.17	3.18	-0.406	0.685
ด้านความสนใจในผู้เล่น	3.93	3.77	3.881	0.000
ระดับแรงจูงใจโดยรวม	3.63	3.77	0.649	0.302

*ถ้า $p < .05$ ** ถ้า $p < .01$ *** ถ้า $p < .001$

จากตารางที่ 10 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า และด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ ด้านความตื่นตัว ความสำเร็จ ด้านความสัมพันธ์ของครอบครัว ด้านความสนใจในกีฬา และด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และในด้านความสำเร็จ ด้านการ

พบปะสังสรรค์ ด้านการหลีกหนี และด้านความสนใจในผู้เล่น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าร่วมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่าด้านที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความสำเร็จ ด้านการพบปะสังสรรค์ ด้านการหลีกหนี และด้านความสนใจในผู้เล่น จึงได้ทำการวิเคราะห์ทั้ง 4 ปัจจัย เป็นรายด้านตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านความสำเร็จ

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})		ค่าสถิติ ทดสอบ t-test	Sig.
	ฟุตบอลไทยลีก 3 (n=402)	ฟุตบอลไทยลีก 4 (n=402)		
ด้านความสำเร็จ				
ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	3.81	3.71	1.182	0.238
ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับชัยชนะจากการแข่งขัน	3.80	3.68	1.670	0.095
ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี	3.80	3.66	1.836	0.067

จากตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามย่อยพบว่า ในรายข้อคำถามย่อยด้านความสำเร็จ ไม่มีข้อไหนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านการพบปะสังสรรค์

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})		ค่าสถิติ ทดสอบ t-test	Sig.
	ฟุตบอลไทยลีก 3 (n=402)	ฟุตบอลไทยลีก 4 (n=402)		
ด้านการพบปะสังคม				
การได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน	3.62	3.55	0.734	0.463
ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอลเพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ	3.64	3.44	2.604	0.009

จากตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามย่อยพบว่า มีเพียงหนึ่งข้อคำถาม ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอลเพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ ($t=2.604$, $p=0.009$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยในไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.64$) สูงกว่าในไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.44$)

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านการหลีกเลี่ยง

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})		ค่าสถิติ ทดสอบ t-test	Sig.
	ฟุตบอลไทยลีก 3 (n=402)	ฟุตบอลไทยลีก 4 (n=402)		

ด้านการหลีกหนี				
ท่านคิดว่า การเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือการเปลี่ยนแปลงที่ดีจากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน	2.88	3.00	-1.917	0.056
ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้	2.89	3.06	-2.803	0.005

จากตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ในด้านการหลีกหนี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามย่อย พบว่า มีเพียงหนึ่งข้อคำถาม ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้ ($t=-2.803, p=0.005$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยในไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.06$) สูงกว่าในไทยลีก 3 ($\bar{x} = 2.89$)

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ด้านความสนใจในผู้เล่น

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})		ค่าสถิติทดสอบ t-test	Sig.
	ฟุตบอลไทยลีก 3 (n=402)	ฟุตบอลไทยลีก 4 (n=402)		
ด้านความสนใจในผู้เล่น				
ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชมผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ	3.97	3.75	3.100	0.002
ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นมากกว่าผลการแข่งขัน	4.01	3.78	2.805	0.005
ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีมฟุตบอล	3.92	3.65	3.349	0.001

ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข เมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล	3.82	3.91	-1.050	0.294
---	------	------	--------	-------

จากตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมระหว่างผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความสนใจในผู้เล่น เกือบทุกข้อคำถาม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นในข้อคำถาม ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ($t=-1.050$, $p=0.294$) โดยในไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.91$) สูงกว่าในไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.82$)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 804 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยนำมาจากงานวิจัยของ Wang and Matsuoka (2014) โดยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามได้ถูกนำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการคำนวณสถิติพื้นฐานซึ่ง ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยใช้วิธีการทดสอบค่าที (t – test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในแต่ละด้านของผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. สรุปข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าชม

โดยภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนทั้งสิ้น 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวนทั้งสิ้น 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ช่วงอายุที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด คือ ช่วงอายุ ระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 463 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาเป็น ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และน้อยที่สุด อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ส่วนประกอบอาชีพมากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รองลงมา ค้าขาย/อิสระ จำนวน 205 คิดเป็นร้อยละ 5.5 นักเรียน/นักศึกษา/นิสิต จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ธุรกิจ/กิจกรรมส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และน้อยที่สุด คือ อื่นๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รายได้ต่อเดือนที่มากที่สุด คือ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ

10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.9 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.9 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุด 40,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.3 ระดับการศึกษาที่มากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 448 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ปริญญาโท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และน้อยที่สุด สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 เมื่อจำแนกตามการแข่งขันฟุตบอลสำหรับผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 542 คน คิดเป็นร้อยละ 67.4 เพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 61.9 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.8 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 ขณะที่ผู้เข้าชมฟุตบอลไทยลีก 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 20 - 29 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.8 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

2. สรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งมี 9 ด้าน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.69) และด้านความสนใจในกีฬา ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.58) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจใกล้เคียงกัน ส่วนด้านที่มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ด้านการหลีกเลี่ยง ($\bar{x} = 2.96$, S.D. = 0.68)

3. ผลการเปรียบเทียบลำดับปัจจัยด้านแรงจูงใจระหว่างการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่า ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.49) ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 4 มีระดับแรงจูงใจมากที่สุดคือด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.36) โดยในไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.91$) สูงกว่าในไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.82$)

4. สำหรับผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านแรงจูงใจระหว่างการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ประกอบไปด้วย ด้านความสำเร็จ ($t=2.516$, $p=0.012$) ด้านการพบปะสังสรรค์ ($t=2.231$, $p=0.026$) ด้านการหลีกเลี่ยง ($t=-3.375$, $p=0.001$) และด้านความสนใจในผู้เล่น ($t=3.881$, $p=0.000$)

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโดยภาพรวมทั้งไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่า ด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ($\bar{x} = 4.46$ S.D. = 0.69) อยู่ในลำดับที่ 1 เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าทุกข้อ มีระดับแรงจูงใจที่มาก และมากที่สุด ข้อที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน ($\bar{x} = 4.61$ S.D. = 0.71) ซึ่งในการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น มีส่วนช่วยทำให้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานศึกษาของ พลากร มะโนรัตน์, ธงชัย เจริญทรัพย์มณี และผาณิต บิลมาศ (2554) ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ด้านผู้ชม และแฟนคลับ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะสโมสรมีการสร้างชุมชนของทีม เพื่อการปลูกฝังให้ประชาชนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกรักถิ่นฐานบ้านเกิด รวมไปถึงการให้ประชาชนมีความรักในสโมสรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ และมีการจัดทำฐานข้อมูลแฟนคลับในการสมัครเป็นสมาชิกทุก ๆ สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีก กำลังดำเนินการสร้างกระแสแฟนคลับอย่างต่อเนื่องมีการสมัครสมาชิกแฟนคลับ มีการจัดทำเว็บไซต์ของทีม มีการตั้งทีมเชียร์รวบรวมทีมเพื่อเข้าเชียร์ในสนามแข่งขัน เป็นต้น ส่วนในด้านความสนใจในกีฬา ($\bar{x} = 4.22$ S.D. = 0.58) มีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจ อยู่ในลำดับที่ 2 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อ ผู้เข้าชมฟุตบอลส่วนใหญ่เป็นแฟนกีฬาฟุตบอล ($\bar{x} = 4.23$ S.D. = 0.90) จึงสนใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอย่างมาก อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน สอดคล้องกับงานศึกษาของ Wang and Matusoka (2014) ที่มีผลวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในการเข้าชมฟุตบอล CSL ของคนจีน คือ ความสนใจในกีฬาฟุตบอล มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด เพราะผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลส่วนมากจะมีความกระตือรือร้นต่อการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล (Funk, Mahony, & Ridinger, 2002) และสอดคล้องกับงานศึกษาของ ญัฐวุฒิ พลศรี (2556) ความชอบในกีฬาฟุตบอลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล และผู้เข้าชมชื่นชอบ ติดตามสโมสร อีกทั้งยังชอบเล่นกีฬาฟุตบอล ได้มากยิ่งขึ้น และส่วนด้านที่มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ด้านการหลีกเลี่ยง ($\bar{x} = 2.96$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อ ท่านคิดว่า

การเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือการเปลี่ยนแปลงที่ดี จากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน (\bar{x} = 2.94, S.D. = 0.84) มีค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจที่น้อยที่สุด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 ในภาพรวมเข้าชมเพราะมีแรงจูงใจด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นเพราะต้องการให้สโมสรในท้องถิ่นเป็นจุดศูนย์รวมของการรักบ้านเกิดและรวมถึงการให้ประชาชนมีความรักในสโมสรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงด้านความสนใจในกีฬาที่มีระดับแรงจูงใจมากรองลงมาก็เช่นกัน ความสนใจในกีฬาฟุตบอล เพราะมีความชอบ ความสนใจในกีฬาฟุตบอล และผู้เข้าชมจะให้ความสำคัญในด้านการหลีกเลี่ยงน้อยที่สุด

2. ในการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และไทยลีก 4 พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลไทยลีก 3 ที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (\bar{x} = 4.45, S.D. = 0.49) อยู่ในลำดับที่ 1 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อ ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลเพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน (\bar{x} = 4.55 S.D. = 0.85) อยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลไทยลีก 4 ที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (\bar{x} = 4.48, S.D. = 0.49) อยู่ในลำดับที่ 1 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อ มีระดับแรงจูงใจที่มาก และมากที่สุด ข้อที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน (\bar{x} = 4.67 S.D. = 0.53) ส่งผลให้ ค่าเฉลี่ยด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของไทยลีก 4 มีค่ามากกว่า ไทยลีก 3 เห็นได้ชัดเจนว่า ทั้งไทยลีก 3 และ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาฟุตบอลมากที่สุดคือ ด้าน การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น ซึ่งในการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น มีส่วนช่วยให้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3-4 มากยิ่งขึ้น และจะเห็นได้ว่า ฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 มีค่าเฉลี่ยด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นที่ใกล้เคียงกันมาก สอดคล้องกับงานศึกษาของ พลากร มะโนรัตน์, ธงชัย เจริญทรัพย์มณี และผาณิต บิลมาศ (2554) ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ด้านผู้ชม และแฟนคลับ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะสโมสรมีการสร้างชุมชนของทีม เพื่อการปลูกฝังให้ประชาชนในท้องถิ่นมีจิตสำนึกรักถิ่นฐานบ้านเกิด รวมถึงการให้ประชาชนมีความรักในสโมสรที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ และมีการจัดทำฐานข้อมูลแฟนคลับในการสมัครเป็นสมาชิก ทุก ๆ สโมสรในไทยพรีเมียร์ลีก กำลังดำเนินการสร้างกระแสแฟนคลับอย่างต่อเนื่องมีการสมัครสมาชิกแฟนคลับ มีการจัดทำเว็บไซต์ของทีม มีการตั้งทีมเชียร์รวบรวมทีมเพื่อเข้าเชียร์ในสนามแข่งขัน เป็นต้น รองลงมาลำดับที่ 2 คือด้านความสนใจในกีฬา ค่าเฉลี่ยของไทยลีก 3 คือ (\bar{x} = 4.22 S.D. = 0.52) ไทยลีก 4 คือ (\bar{x} = 4.21 S.D. = 0.40) ซึ่ง ด้านความสนใจในกีฬาของไทยลีก 3 มีค่ามากกว่า ไทยลีก 4 นอกจากนี้แล้ว ทั้ง ฟุตบอลไทยลีก 3 และ ไทยลีก 4 ยังมีค่าเฉลี่ยของแต่ละด้านที่

ไม่ต่างกันอีก เช่น ด้านสิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ในไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.20$ S.D. = 0.57) ไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.21$ S.D. = 0.61) ซึ่งไทยลีก 3 มีค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ไทยลีก 4 ในด้านการได้มาซึ่งความรู้ และด้านความสัมพันธ์ของครอบครัวไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.17$ S.D. = 0.62) ไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.18$ S.D. = 0.40) ซึ่งไทยลีก 4 มีค่าเฉลี่ยด้านความสัมพันธ์ทางครอบครัวมากกว่า ไทยลีก 3 และด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.35$ S.D. = 0.65) ไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.27$ S.D. = 0.83) ซึ่งไทยลีก 3 มีค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ไทยลีก 4 ในด้านความตื่นเต้นเร้าใจ

3. ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่างกันอย่างมีนัยสำคัญคือด้าน ความสำเร็จ ไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.80$, S.D. = 0.61) สูงกว่าไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.68$, S.D. = 0.74) แสดงให้เห็นว่าผู้ชมในไทยลีก 3 มีแรงจูงใจในการเข้าชมโดยเกิดจากปัจจัยด้านความสำเร็จมากกว่าผู้ชมในไทยลีก 4 หรือกล่าวคือ ผู้ชมในไทยลีก 3 ให้ความสำคัญในเรื่องความปรารถนาที่ต้องการให้ทีมที่ชื่นชอบได้รับชัยชนะ เมื่อทีมชนะผู้ชมมีความรู้สึก ได้รับความสำเร็จจากชัยชนะเช่นกัน และผู้ชมเกิดความภาคภูมิใจจากการที่ทีมประสบความสำเร็จ ด้านพบปะสังสรรค์ ไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.63$ S.D. = 0.68) สูงกว่าไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.50$ S.D. = 0.98) แสดงให้เห็นว่าผู้ชมในไทยลีก 3 มีแรงจูงใจในการเข้าชมเพราะต้องการพบปะสังสรรค์มากกว่าผู้ชมไทยลีก 4 กล่าวคือ ผู้ชมในไทยลีก 3 ให้ความสำคัญในการได้รับความสนุกกับการแข่งขันฟุตบอลเพราะทำให้ได้มีโอกาสใช้เวลาอยู่กับเพื่อนๆ ด้านการหลีกเลี่ยง ไทยลีก 3 ($\bar{x} = 2.88$ S.D. = 0.72) ต่ำกว่าไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.03$ S.D. = 0.43) กล่าวคือ ผู้ชมไทยลีก 4 ส่วนใหญ่ปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่ดี ๆ ในชีวิตประจำวันเหมือนการหลีกเลี่ยงอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้ลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของได้ และด้านความสนใจในผู้เล่น ไทยลีก 3 ($\bar{x} = 3.93$ S.D. = 0.59) สูงกว่าไทยลีก 4 ($\bar{x} = 3.77$ S.D. = 0.57) กล่าวคือ ผู้ชมส่วนใหญ่ในไทยลีก 3 มีความต้องการชมผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ และทำให้รู้สึกมีความสุขเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ชมมีแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลที่แตกต่างกันออกไปนี้ อาจเกิดจาก ทักษะ ความต้องการส่วนตัว เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ วุฒิ สุขเจริญ (2557) ที่ได้กล่าวถึงแรงจูงใจไว้ว่า ตอบสนองโดยมีกำหนดเป้าหมายที่จำเพาะและเลือกรูปแบบของการกระทำซึ่งเป็นผลมาจากบุคลิก การรับรู้ การเรียนรู้ และ ทักษะคติ เมื่อพิจารณา จากค่าเฉลี่ยรวมด้านของทั้ง 2 ลีกแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยของไทยลีก 4 จะมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าไทยลีก 3 คือ ($\bar{x} = 3.77$ S.D. = 0.57) และ ($\bar{x} = 3.63$ S.D. = 0.21)

ดังนั้นผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านแรงจูงใจของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลของ ทั้ง 2 ลีกที่เหมือนกัน โดยผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 จะเป็นด้านการสนับสนุนชุมชน หรือท้องถิ่นเพราะต้องการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น สโมสรฟุตบอลที่แข่งอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ ทำให้ ผู้เข้าชมติดตามชมและเชียร์สโมสรของชุมชนหรือท้องถิ่นของตนมากที่สุด เมื่อได้ทราบปัจจัยด้าน แรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลของแต่ละลีก นักการตลาด สโมสร ผู้จัดการแข่งขัน หรือผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในด้านการตลาดของไทยลีก 3 และ 4 ควรให้ความสำคัญในการสร้างกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ ที่เน้นการสนับสนุนทีมในชุมชนหรือท้องถิ่นเพื่อที่จะได้ดึงดูดให้ผู้ชมอยากเข้ามาชมมากขึ้น

นักการตลาดควรทำความเข้าใจปัจจัยแรงจูงใจที่กระตุ้นให้ผู้เข้าชมกีฬาฟุตบอลเกิดความ ต้องการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมได้ ที่เป็นตัวแปรสำคัญที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ ทำให้นักการตลาด สโมสรฟุตบอล หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถแบ่งส่วนการตลาดในการวางกลยุทธ์ทาง การตลาด สร้างความนิยมให้กับการแข่งขันฟุตบอลในแต่ละลีก เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ เข้าชมมากยิ่งขึ้นในอนาคตได้

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากแบบสอบถามใช้การตัดแปลงจากงานวิจัยต่างประเทศซึ่งอาจไม่สะท้อนปัจจัยด้าน แรงจูงใจของผู้ชมไทยทั้งหมด อีกทั้งงานนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบตัดขวาง (Cross-sectional survey) ทำให้อาจไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกมากนัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงลำดับปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทย ลีก 3 และไทยลีก 4 ผู้จัดการแข่งขัน สมาคมฟุตบอล ฯ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในแต่ละด้านตามลำดับ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชมการ แข่งขันภายในสนามฟุตบอล และสร้างแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันในครั้งต่อไป

2. การแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 นักการตลาด ผู้จัดการแข่งขัน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควร เน้นให้ความสำคัญในด้านการสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น เพื่อสร้างกระแสนิยมให้กับฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 มากขึ้น และที่สำคัญสโมสรควรสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนและท้องถิ่น เพื่อปลูกฝัง ให้มีความรักในสโมสรที่อยู่ในชุมชนและท้องถิ่นนั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. สำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรมีการวัดระดับแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทย ในลีกที่ต่ำกว่า หรือระดับลีกภูมิภาค เพื่อสามารถทราบแรงจูงใจของผู้เข้าชมในระดับลีกภูมิภาค และ เพื่อเป็นการสร้างกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลระดับลีกภูมิภาคเพิ่มมากขึ้น

2. สำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกีฬาอื่น ๆ ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่างๆ ร่วมกัน เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นต้น

3. เนื่องจากแบบสอบถามใช้การดัดแปลงจากต่างประเทศ ซึ่งอาจไม่สะท้อนผู้ชมฟุตบอลไทย ทั้งหมดได้ ซึ่งงานวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาและพัฒนาแบบสอบถามด้านแรงจูงใจที่อาจสะท้อนถึงผู้ชมฟุตบอลไทยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4. เนื่องจากงานนี้ใช้แบบสอบถามจึงทำให้ไม่ได้ข้อมูลเชิงลึก งานวิจัยในอนาคตอาจทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในด้านแรงจูงใจในการเข้าชมต่อไป





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการศึกษา/ อาจารย์คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา แผนกการจัดการการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ดร.จุฬา ดิงศภักดิ์	ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการศึกษา/อาจารย์ ภายนอกมหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราหม อินพรม	ผู้ทรงคุณวุฒิคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.สาริษฐ์ กุลธวัชวิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ดร. สมทบ ฐิตะฐาน	ผู้ทรงคุณวุฒิคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาคผนวก ข

เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202
ที่ จว 1379/2561 วันที่ 24 ธันวาคม 2561
เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 260.1/61 เรื่อง แรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4 (MOTIVATION TO ATTENDING THAILAND FOOTBALL LEAGUE 3 AND 4) ของ นายอัลอามีน แซลลีมา โดยมีข้อสังเกต ดังนี้

กรอบแนวคิดควรใส่ตัวแปรต้นและตัวแปรตามให้ชัดเจน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ณิพนธ์ รัตนกุล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณิพนธ์ ชัยชนะวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรียน *คณบดี คณะวิทยาศาสตร์ (อ.ดร.พรชัย ธีร)*

เพื่อโปรด

- ทราบ และดำเนินการต่อไป
- พิจารณา
- ลงนาม
- อื่นๆ

ลงชื่อ... *[Signature]*
24, ธ.ค., 2561

ปิยนุช วัฒนศิริ

แผนกฯ แห่ง ภาควิชาสังคมศาสตร์

อ.ศุภจิราภา เหมศิริสิงห์

ทศพร

25 ธ.ค. 61

แจ้งกรรมการ
นส.สุวิมล ธีร

[Signature]

25/12/61



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

254 อาคารจามจรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์/โทรสาร: 0-2218-3202 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 289/2561

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 260.1/61 : แร่จูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
 ผู้วิจัยหลัก : นายอัลอามีน แซลลีมา
 หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice
 (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....
 (รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปริดา ทักสันประดิษฐ์)

ลงนาม.....
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทริ ชัยชนะวงศาโรจน์)

ประธาน

กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 21 ธันวาคม 2561

วันหมดอายุ : 20 ธันวาคม 2562

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย
- 4) แบบสอบถาม



เลขที่โครงการวิจัย: 260.1/61
 วันที่รับรอง: 21 ธ.ค. 2561
 วันหมดอายุ: 20 ธ.ค. 2562

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการคิดจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-12) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ชื่อโครงการวิจัย แรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
 ชื่อผู้วิจัย นายอัลอามีน แซลิมา ตำแหน่ง นิสิตระดับมหาบัณฑิต
 สถานที่ติดต่อผู้วิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนพระราม 1 ปทุมวัน
 กรุงเทพฯ 10330
 โทรศัพท์มือถือ 086-4437477 E-mail : Pakiranam-_-dunk@hotmail.com

1. ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมในการวิจัยก่อนที่ท่านจะตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย มีความจำเป็นที่ท่านควรทำความเข้าใจว่างานวิจัยนี้ทำเพราะเหตุใด และเกี่ยวข้องกับอะไร กรุณาใช้เวลาในการอ่านข้อมูลต่อไปนี้อย่างละเอียดรอบคอบ และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่ชัดเจนได้ตลอดเวลา
2. โครงการนี้เกี่ยวข้องกับการวิจัยแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้
 - 3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4
 - 3.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ระหว่างไทยลีก 3 และ 4
4. รายละเอียดของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3-4 ภายในสนามการแข่งขันฟุตบอล รวมถึงทีมที่แข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3-4 ฤดูกาล 2562 จำนวน 12 ทีม

 - 4.1 ไทยลีก 3 แบ่งเป็นตอนบน 3 ทีม และตอนล่าง 3 ทีม

ตอนบน ได้แก่ 1) เมืองกาญจน์ ยูไนเต็ด 2) อยุธยา ยูไนเต็ด 3) อโยธยา เอฟซี

ตอนล่าง ได้แก่ 1) งามจรี ยูไนเต็ด 2) นรา ยูไนเต็ด 3) ดับบลิวยู นครศรีธรรมราช เอฟซี
 - 4.2 ไทยลีก 4 มีรูปแบบการแข่งขัน แบ่งเป็น 6 โซน คือ

โซนภาคตะวันตก	ได้แก่ นครปฐม ยูไนเต็ด
โซนภาคตะวันออก	ได้แก่ ชลบุรี เอฟซี บี
โซนกรุงเทพและปริมณฑล	ได้แก่ ม.รังสิต
โซนภาคใต้	ได้แก่ ปัตตานี เอฟซี
โซนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ได้แก่ เมืองเลย ยูไนเต็ด
โซนภาคเหนือ	ได้แก่ สิงห์บุรี บางระจัน



เลขที่โครงการวิจัย 260.1/61
 วันที่รับรอง 21 ธ.ค. 2561
 วันเสนอ 20 ธ.ค. 2562

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

ผู้ที่มาชมกีฬาฟุตบอลตั้งที่ผู้วิจัยได้กำหนดทีมเอาไว้ และเก็บข้อมูลจากชายและหญิง ตั้งแต่ อายุ 18 ปีขึ้นไป

5. กระบวนการวิจัยที่กระทำต่อกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ผู้วิจัยจะออกไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากสนามการแข่งขันนัดเหย้าของแต่ละสโมสร โดยจะทำการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามแบบสะดวก ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - มีนาคม พ.ศ.2562

6. ในการเข้าร่วมวิจัยไม่มีอันตรายร้ายแรงหรือความเสี่ยงต่อท่านและไม่มีการสอบถามหรือให้ระบุชื่อ-นามสกุลหรือข้อมูลใด ๆ ที่อาจสืบค้นกลับไปถึงตัวท่านได้

7. ประโยชน์ในการเข้าร่วมงานวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการ

7.1. ทราบถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 3 และ 4

7.2. ทราบถึงความแตกต่างในด้านปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลของผู้ชมระหว่างฟุตบอลไทยลีก 3 และฟุตบอลไทยลีก 4

8. การเข้าร่วมในการวิจัยของท่านเป็นโดยสมัครใจและสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผลและไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับและไม่มีผลกระทบต่อผู้เข้าร่วม

9. หากผู้เข้าร่วมมีข้อสงสัยให้สอบถามเพิ่มเติมได้โดยสามารถติดต่อผู้วิจัยได้ตลอดเวลา

10. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับท่านจะเก็บเป็นความลับ หากมีการเสนอผลการวิจัยจะเสนอเป็นภาพรวม ข้อมูลใดที่สามารถระบุถึงตัวท่านได้จะไม่ปรากฏในรายงาน

11. ผู้วิจัยได้มีของที่ระลึกในการทำแบบสอบถามให้กับผู้เข้าร่วม เป็นเข็มกลัดที่สกรีนว่า SPSC CHULA ให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

12. หากท่านไม่ได้รับการปฏิบัติตามข้อมูลดังกล่าวสามารถร้องเรียนได้ที่ คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์/โทรสาร 0-22183202 Email: eccu@chula.ac.th



เลขที่โครงการวิจัย..... 260-1/61
วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561
วันหมดอายุ..... 20 ธ.ค. 2562

แบบสอบถามการวิจัย
เรื่อง แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ระหว่าง ไทยลีก 3 และ 4 อีกทั้งเพื่อการศึกษาวิจัยสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต แขนงวิชา การจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 2 ส่วนประกอบด้วย

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี

() 2. 20-29 ปี

() 3. 30-39 ปี

() 4. 40-49 ปี

() 5. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

() 2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

() 3. ปริญญาโท

() 4. สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป



สาขาที่โครงการวิจัย..... 260, 1/61

วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561

วันหมดอายุ..... 20 ธ.ค. 2562

5. อาชีพ

- () 1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ
 () 2. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
 () 3. ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว
 () 4. ค้าขาย/อิสระ
 () 5. เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง
 () 6. นิสิต/นักศึกษา
 () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1

แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ความสนใจในกีฬา (Sport Interest)					
1. ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล					
2. ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล					
3. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดยไม่ได้ มุ่งหวังผลการแข่งขัน					



ส่งที่โครงการวิจัย..... ๑๖๐. 1/61
 วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561
 วันหมดอายุ..... 20 ธ.ค. 2562

4. ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่น ๆ					
ความสำเร็จ (Achievement)					
5. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี					
6. ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับ ชัยชนะจากการแข่งขัน					
7. ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี					
การพบปะสังคม (Socialization)					
8. การได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่านเป็นสิ่งสำคัญสำหรับท่าน					
9. ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะทำให้ท่านได้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อน ๆ					
การหลีกหนี (Escape)					
10. ท่านคิดว่าการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือ การเปลี่ยนแปลงที่ดีจากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน					



เลขที่โครงการวิจัย..... 260.1/61
 วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561
 วันหมดอายุ..... 20 ธ.ค. 2562

แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
11. ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพราะเมื่อท่านเข้าชม ทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้					
ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama)					
12. ท่านชอบความตื่นเต้นเร้าใจที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เพราะผลการแข่งขันมีความคาดเดาได้ยากไม่สามารถตัดสินผลได้ จนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน					
13. ท่านมีความจดจ่อต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลที่มีความเปลี่ยนแปลงไปมา					
สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge)					
14. เมื่อท่านได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทำให้ท่านได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากยิ่งขึ้น					
15. ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนของกลยุทธ์ ของฟุตบอลมากยิ่งขึ้น					
16. ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับด้านเทคนิค การวางแผน และกฎ กติกาจากการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city)					
17. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน					
18. เมื่อทีมชุมชนหรือท้องถิ่นของท่านได้รับชัยชนะ ท่านเกิดรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น					
19. ท่านสนับสนุนทีมของชุมชนหรือท้องถิ่นตนเอง เพราะทีมช่วยเพิ่มฐานะของชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นอย่างมาก					
20. ท่านติดตามเข้าชมการแข่งขันทุกครั้ง เมื่อทีมชุมชนของท่านมีการแข่งขัน					
ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding)					
21. การได้อยู่กับครอบครัวของท่าน คือเหตุผลว่าทำไมท่านถึงชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
22. เป็นโอกาสที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับสมาชิกในครอบครัว เป็นสิ่งที่ท่านชอบเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด



เลขที่โครงการวิจัย..... 260-1/61
 วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561
 หนามเตย..... 20 ธ.ค. 2562

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23. ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีของครอบครัว					
ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)					
24. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชมผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ					
25. ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นในการแข่งขันมากกว่าผลการแข่งขัน					
26. ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีมฟุตบอล					
27. ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					



เลขที่โครงการวิจัย..... 260-1/61
วันที่รับรอง..... 21 ธ.ค. 2561
ทั้งหมดนี้..... 20 ธ.ค. 2562



ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง แรงจูงใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ระหว่าง ไทยลีก 3 และ 4 อีกทั้งเพื่อการศึกษาวิจัยสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิต แขนงวิชา การจัดการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 2 ส่วนประกอบด้วย

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. เพศ

() 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 20-29 ปี

() 3. 30-39 ปี () 4. 40-49 ปี

() 5. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี () 2. ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
() 3. ปริญญาโท () 4. สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

4. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 2. 10,001 – 20,000 บาท
() 3. 20,001 – 30,000 บาท () 4. 30,001 – 40,000 บาท
() 5. 40,000 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

- () 1. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานของรัฐวิสาหกิจ
() 2. พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง
() 3. ธุรกิจ/กิจการส่วนตัว
() 4. ค้าขาย/อิสระ
() 5. เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง
() 6. นิสิต/นักศึกษา
() 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	หมายถึง	5
ระดับความคิดเห็นมาก	หมายถึง	4
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	หมายถึง	3
ระดับความคิดเห็นน้อย	หมายถึง	2
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	หมายถึง	1

แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
ความสนใจในกีฬา (Sport Interest)					
1. ท่านคิดว่าท่านเป็นแฟนกีฬาฟุตบอล					
2. ท่านชอบที่จะติดตามการแข่งขันฟุตบอล					
3. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดยไม่ได้ มุ่งหวังผล การแข่งขัน					
4. ท่านชื่นชอบกีฬาฟุตบอลมากกว่ากีฬาอื่น ๆ					
ความสำเร็จ (Achievement)					
5. ท่านรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี					
6. ท่านรู้สึกชอบเมื่อทีมโปรดของท่านได้รับ ชัยชนะ จากการแข่งขัน					
7. ท่านรู้สึกถึงความสำเร็จ เมื่อทีมโปรดของท่านเล่นได้ดี					
การพบปะสังคม (Socialization)					
8. การได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนของท่านเป็น สิ่งสำคัญสำหรับท่าน					
9. ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะทำให้ท่านได้ มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับเพื่อน ๆ					
การหลีกหนี (Escape)					
10. ท่านคิดว่าการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล คือ การ เปลี่ยนแปลงที่ดีจากสิ่งที่ท่านทำซ้ำๆ อยู่ใน ชีวิตประจำวัน					

แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
11. ท่านชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพราะเมื่อท่านเข้าชมทำให้ท่านลืมปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของท่านได้					
ความตื่นเต้นเร้าใจ (Drama)					
12. ท่านชอบความตื่นเต้นเร้าใจที่เกิดขึ้นจากการแข่งขัน เพราะผลการแข่งขันมีความคาดเดาได้ยากไม่สามารถตัดสินผลได้ จนกว่าจะสิ้นสุดการแข่งขัน					
13. ท่านมีความจดจ่อต่อเกมการแข่งขันฟุตบอลที่มีความเปลี่ยนแปลงไปมา					
สิ่งที่ได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge)					
14. เมื่อท่านได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล ทำให้ท่านได้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันฟุตบอลมากยิ่งขึ้น					
15. ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนของกลยุทธ์ของฟุตบอลมากยิ่งขึ้น					
16. ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับด้านเทคนิค การวางแผน และกฎกติกาจากการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
การสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่น (Support the city)					
17. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อสนับสนุนชุมชนหรือท้องถิ่นของท่าน					
18. เมื่อทีมชุมชนหรือท้องถิ่นของท่านได้รับชัยชนะ ท่านเกิดรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นคนในชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น					
19. ท่านสนับสนุนทีมของชุมชนหรือท้องถิ่นตนเอง เพราะทีมช่วยเพิ่มฐานะของชุมชนหรือท้องถิ่นเป็นอย่างมาก					
20. ท่านติดตามเข้าชมการแข่งขันทุกครั้ง เมื่อทีมชุมชนของท่านมีการแข่งขัน					

ความสัมพันธ์ของครอบครัว (Family bonding)					
21. การได้อยู่กับครอบครัวของท่าน คือเหตุผลว่าทำไมท่านถึงชอบเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
22. เป็นโอกาสที่จะได้ใช้เวลาอยู่กับสมาชิกในครอบครัว เป็นสิ่งที่ท่านชอบเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					
แรงจูงใจในเรื่องการเข้าชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก T3 และ T4	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
23. ท่านสนุกกับการแข่งขันฟุตบอล เพราะเป็นกิจกรรมที่ดีของครอบครัว					
ความสนใจในผู้เล่น (Interest in player)					
24. ท่านเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล เพื่อเข้าชมผู้เล่นที่ท่านชื่นชอบ					
25. ท่านให้ความสำคัญกับตัวผู้เล่นในการแข่งขันมากกว่าผลการแข่งขัน					
26. ท่านติดตามชมผู้เล่นมากกว่าติดตามทีมฟุตบอล					
27. ผู้เล่นทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อได้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล					



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- Armstrong G., K., P., & Kotler. (2007). *KL Administrator de marketing*. São Paulo: Trade Monica Rosenberg, Claudio Frere e Brazil Ramos Fernandez.
- Blackwell, D. R., Miniard, W. P., & Engel, F. J. (2006). *Consumer behavior*. Mason: South-western.
- Chanho, K., Jaedeoch, L., & Gregg, B. (2014). Comparative analysis of sport consumer motivation affecting sport consumption behavior between American and Asian international students. *International Journal of Sport Management*, 15 286-310.
- Chengcheng, W., & Matsuoka, H. (2014). *Motives of sport spectators in China: A case study of the Chinese Super League* (Vol. 15).
- Dann, G. M. (1997). Paradigms in tourism research. *Annals of tourism research*, 24(2) 472-474.
- Funk, A. J., & Sweatt, J. D. (2009). Lasting epigenetic influence of early-life adversity on The BDNF gene. *Biological psychiatry research*, 65(9) 760-769.
- Funk, J. L., Cleland, E. E., Suding, K. N., & Zavaleta, E. S. (2008). Restoration through reassembly: plant traits and invasion resistance. *Trends Ecol Evol*, 23(12), 695-703. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18951652>. doi:10.1016/j.tree.2008.07.013
- Giffune, K. M. (1989). The participation motivation of high school student-athletes. *Dissertation Abstracts International*, 50(5), 1197-A.
- Gorman, P. (2004). Motivation and emotion. Retrieved from https://www.academia.edu/3715224/1Motivation_and_Emotion-Philip_Gorman
- Harter, S. (1983). *Developmental perspectives on the self-system*. In E. M. Hetherington (Ed.), *Handbook of child psychology*. New York: John Wiley.
- Herman, L. M. B., D. R. (1970). Comparative effects of retroactive and proactive Interference in motor short-term memory. *Journal of Experimental Psychology*, 86(3), 407

- James, E. P., Tudor, M. J., Beeby, S. P., Harris, N. R., Glynne-Jones, P., Ross, J. N., & , & White, N. M. (2004). An investigation of self-powered systems for condition monitoring Applications. *Sensors and Actuators A: Physical*, *110(1-3)*, 171-176.
- Karakaya, F., Yannopoulos, P., & Kefalaki, M. (2016). Factors impacting the decision to attend soccer games: an exploratory study. *Sport, Business and Management: An International Journal*, *6(3)*, 320-340.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places*. Simon and Schuster.: Simon and Schuster.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*. [Online]. Retrieved from <http://socioline.ru/files/5/283/kotlerkellermarketingmanagement14tedition.pdf>
- Kotler, P., & Pfoertsch, W. (2006). *B2B brand management*. Springer Science & Business Media. São Paulo: Pearson: Monica Rosenberg, Claudio Frere e Brazil Ramos Fernandez.
- Mahony, D. F., Nakazawa, M., Funk, D. C., James, J. D., & Gladden, J. M., & (2002). Motivational factors influencing the behavior of J. League spectators. *Sport Management Review*, *5(1)*, 1-24.
- Mcclelland , D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A., & Lowell, E. L. (1953). *Appleton-Century-Crofts the achievement motive*. CT, US. : East Norwalk.
- Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2007). *Sport marketing* (Vol. (Vol. 13)). Champaign: IL: Human Kinetics.
- Schwarz, A., & Hunter, S. J. (2014). *U.S. Patent No.* Washington, DC: U.S: Patent And Trademark Office.
- Shank, E. A., & Kolter, R. (2009). New developments in microbial interspecies Signaling. *Current opinion in microbiology*, *12(2)*, 205-214.
- siamsport. (2017). siamsport [Online]. Retrieved from <http://www.siamsport.co.th/football/thaileague4/view/37698>
- Skinner, B. F. (1990). The behavior of organisms An experimental analysis. Retrieved from <http://sfwalker.org.uk/pubsebooks/pdfs/The20Behavior20of%20Organisms%20-%20BF%20Skinner.pdf>
- Solomon, S. (2007). Working Climate change 2007-the physical science basis. *group I contribution to the fourth assessment report of the IPCC*, (Vol. 4).

- Sports, T. W. s. M. V. (2006). Retrieved from Top End Sports. Retrieved from <http://www.topendsports.com/world/lists/popularsport/most-viewed.htm>
- Stanton, N. A., Walker, G. H., Young, M. S., Kazi, T., & Salmon, P. M. (2007). Changing Drivers' minds: the evaluation of an advanced driver coaching System. *Ergonomics*, 50(8) 1209-1234.
- Szmigin, I. (2003). Understanding the consumer. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/246911138>
- Thai League official T3-T4. (2017). Thai League T3-T4 [Online] Retrieved from <http://www.thaileague.co.th/official/t4/>
- Trail, G. T. a. J., Jeffrey D., (2001). The Motivation Scale for Sport Consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24, 108-127.
- Vincent, C., & Furnham, A, & (1997). *Complementary medicine. a research perspective John Wiley & Sons.*
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social Issues*, 19(4), 377-396.
- เดิมศักดิ์ ทวณิช. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์. (2541). การศึกษาบุคคลเป็นรายกรณี. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กิตติคุณ บุญเกตุม. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์. มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- กิตติศักดิ์ มีเจริญ. (2550). แรงจูงใจในการเล่นฟุตบอลของนักกีฬาฟุตบอลรุ่นอายุไม่เกิน 18 ปีภาคกรุงเทพมหานคร ที่เข้าร่วมการแข่งขันคิกจูเนียร์ฟุตบอลไทยแลนด์แชมป์เปียนชิพ ครั้งที่ 7. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ญาณวุฒิ ทวีนนท์ นำชัย เลวัลย์ และไพบุลย์ ศรีชัยสวัสดิ์. (2553). แรงจูงใจในการเล่นกีฬายิมนาสติกของสมาชิกศูนย์กีฬาไทย-ญี่ปุ่นดินแดง พ.ศ. 2553. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวุฒิ พลศรี. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณิชกานต์ จงเหมือนหยก. (2553). การรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่านอินเทอร์เน็ตของแฟนบอลชาวไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., กรุงเทพฯ.

- ตรีรัตน์ หนูแก้ววิญญู. (2552). พฤติกรรมการเล่นฟุตบอลลูกของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ปรีศนีย์ สีนพิมลบูรณ์. (2552). การรับรู้ภาพมายาต่อฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษของแฟนฟุตบอลชาวไทย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พงษ์พันธ์ พงษ์โสภณ. (2542). จิตวิทยาทางการศึกษา. พัฒนาศึกษา, กรุงเทพฯ.
- พลาพลกร มะโนรัตน์, ธ. เ. บ. (2554). ความคิดเห็นต่อผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, กรุงเทพฯ.
- ภัทรดนัย ประสานตรี. (2556). แรงจูงใจในการเล่นกีฬาบาสเกตบอลของนักกีฬาบาสเกตบอลในการแข่งขันกีฬา มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 40. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2549). การคิด. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วทัญญู สิวศ์วรกุล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการติดตามกีฬาฟุตบอลไทยของคนไทย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค (*Consumer Behavior*). กรุงเทพฯ: จี.พี.ไอ เบอร์พรีนซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. พัฒนาศึกษา, กรุงเทพฯ.
- สืบสาย บุญวีร์บุตร. (2546). จิตวิทยาการกีฬา. ชลบุรี: ชลบุรีการพิมพ์.
- สุภาณิช สุภาแสน. (2553). Vckarn [ออนไลน์]. Retrieved from <http://www.vcharkarn.com/vblog/65204>.
- หนึ่งฤทัย ทองจันทร์. (2550). ความคิดเห็นของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตบางเขนที่มีต่อแรงจูงใจในการชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อนันต์ เมืองทอง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพของประชาชนกรณีศึกษาสโมสรฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อภิชัย บัวหู่. (2551). แรงจูงใจของนักกีฬาเทนนิสสมัครเล่นที่สนใจเข้าร่วมการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	Al-ameen Saeleema
วัน เดือน ปี เกิด	25 Oct 1992
สถานที่เกิด	Narathiwat
วุฒิการศึกษา	Chulalongkorn University
ที่อยู่ปัจจุบัน	39/185 hunsa village phetkasem road nhongkhaem bkk 10160



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY