



# หนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings)

การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

**“การเผยแพร่องค์ความรู้  
เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬา  
และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”**



**20** ธันวาคม  
**2567**

จัดโดย  
สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย  
ร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต

# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

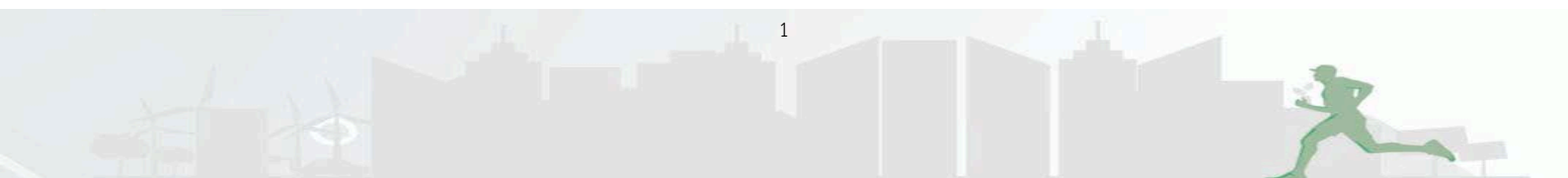
## คำกล่าวต้อนรับจากนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



ในฐานะนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ทางสมาคมฯ มีความยินดีและเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้ร่วมเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” การประชุมครั้งนี้ นับเป็นก้าวสำคัญต่อเนื่องจากความสำเร็จของการประชุมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2566 ที่สะท้อนถึงพันธกิจของสมาคมฯ ในการสร้างพื้นที่วิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ รวมถึงส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากร ตลอดจนสนับสนุนการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการจัดการกีฬา การประชุมครั้งนี้จึงเป็นเวทีสำคัญสำหรับนักวิชาการ นักศึกษา คณาจารย์ หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการกีฬา ได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และสร้างความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬา ทางสมาคมฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการประชุมครั้งนี้จะช่วยกระตุ้นการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำคัญบนฐานการวิจัยที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG (Bioeconomy, Circular Economy, Green Economy) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 และตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมกีฬาในระดับประเทศและสากล

ในโอกาสนี้ สมาคมฯ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ วิทยากร หน่วยงานพันธมิตร ผู้สนับสนุน และผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน เชื่อมั่นว่าความร่วมมือและความมุ่งมั่นของทุกฝ่ายจะนำพาให้อุตสาหกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาอย่างยั่งยืน และสร้างคุณค่าให้กับสังคมด้วย “งานวิจัยที่สร้างสรรค์ สร้างอุตสาหกรรมการกีฬาคุณภาพและยั่งยืน”

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา)  
นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

## สารบัญ

	หน้า
คำกล่าวต้อนรับจากนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย	1
สารบัญ	2
สารจากนายกกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย	5
รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิตร สมานิติโต	5
ดร.ชัย นิมากร	6
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมทบ จิตะฐาน	7
สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต	8
ดร.อรรณวิทย์ อุไรรัตน์	8
รายละเอียดโครงการ	10
ประวัติวิทยากร	19
คุณ ปริญญา ฤกษ์หรรษา	20
คุณ ภาคมน สุภาพพันธ์	21
รศ.ดร. ชานูชัย สุขสุวรรณ	22
ผศ.ดร. เกษม นครเขตต์	23
กำหนดการประชุม	24
กำหนดการนำเสนองานวิจัยด้วยวาจา	26
บทความวิจัยฉบับเต็ม (full paper) ประกอบการนำเสนองานวิจัยด้วยวาจา	28
เรื่องที่ 1 แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการ แห่งประเทศไทย	29
อรรวรรณ เขี่ยมรัมย์ และ วิพงษ์ชัย ร้องชนแก้ว	29
เรื่องที่ 2 โอกาสการส่งเสริมกีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักกอล์ฟ ชาวต่างชาติ	42
วีระยุทธ เพชรบัวศักดิ์ และ เกษม นครเขตต์	42



**การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567**

**สารบัญ (ต่อ)**

หน้า

**บทความวิจัยฉบับเต็ม (full paper) ประกอบการนำเสนองานวิจัยด้วยวาจา (ต่อ)**

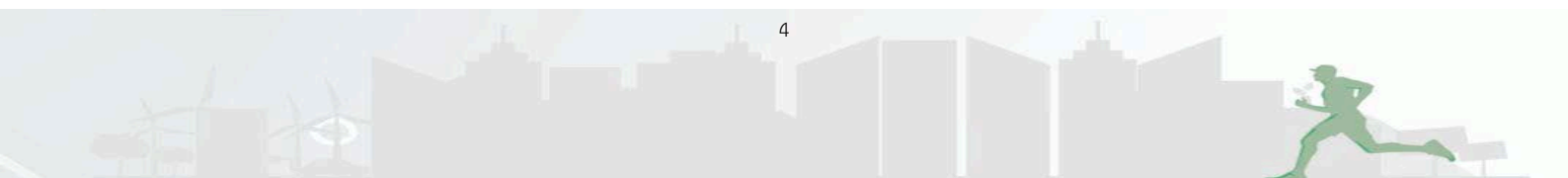
เรื่องที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทัศนศึกษา วิ พิตเนส สาขาเมเจอร์ปีนเกล้า นิชาพร เชื้อจาด, ภัทรพร ฉิมเจริญ, ศุภิสรา สีหาค้าง, กฤษฏี คงประสิทธิ์, ปุณณวัธ ศักดิ์ศรีสุข, ภาณุพล รัตนปนัดดา และ สุริยัน สมพงษ์	54
เรื่องที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้า เทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อูษา ศรีไชยา	69
เรื่องที่ 5 กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ : บทบาทของกีฬาต่อการเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิตและ คุณภาพชีวิตในผู้เปลี่ยนอวัยวะ สันหนัฐ สีจำปี	80
เรื่องที่ 6 แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย พิทักษ์ชน โชติกมลพงศ์ และ สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์	94
เรื่องที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน (Decathlon) สาขาบางนา อ. บางพลี จ.สมุทรปราการ อาริตสา กิจขุนทด, ณรงค์ปรภณ หงศาลา, สุเมธ แก้วแพรง และ นัทธพงศ์ ลัทธพินันท์	105
เรื่องที่ 8 ปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพและนักกีฬาอีสปอร์ต สัมครเล่น ปรียานาฏ ตัญหล้า, อิชฎิ กุฎอินทร์, พรชัย ตรัสใจธรรม และ สรายุทธ น้อยเกษม	118
เรื่องที่ 9 แนวทางการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย สรายุทธ มหวลีรัตน์, วาสนา บุตรโพธิ์, โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร, จักรนิคต คมนานุรักษ์, และ เอกรัฐ ไชยโชติช่วง	134



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการที่ฟ้า ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายชื่อคณะกรรมการดำเนินงาน	146
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (peer reviewer)	152
รายชื่อกองบรรณาธิการ	155



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567  
สารจากนายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



ในฐานะที่เป็นหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งและเคยดำรงตำแหน่งนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ขอแสดงความยินดีและภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ได้เห็นการเติบโตและความก้าวหน้าของสมาคมฯ ในฐานะองค์กรที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์และขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการจัดการกีฬาให้เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับสากล การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 นับเป็นก้าวสำคัญในการสืบสานพันธกิจของสมาคมฯ ในการสร้างพื้นที่ทางวิชาการที่เปิดโอกาสให้นักวิจัย นักวิชาการ และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกีฬา ได้แลกเปลี่ยนความรู้และสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่สำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ขอชื่นชมและสนับสนุนความตั้งใจของสมาคมฯ และมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดงานประชุมครั้งนี้ ที่ได้นำเอาแนวคิด “ทิศทางการวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” มาเป็นกรอบการดำเนินงาน อันสอดคล้องกับความต้องการของยุคสมัยและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืนตามโมเดล BCG เชื่อมั่นว่าการประชุมในครั้งนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรมทางการจัดการกีฬา ที่ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ความต้องการในปัจจุบัน แต่ยังช่วยปูทางสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนในระดับสากล

ขอให้ทุกท่านที่เข้าร่วมงานประชุมวิชาการในครั้งนี้ ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และนำสิ่งที่ได้ไปพัฒนาการทำงานและการวิจัยในแนวทางที่สร้างสรรค์ต่อไป

ด้วยความระลึกถึง

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิตร สมานิติ)

นายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย คนที่ 1





การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567  
สารจากนายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย

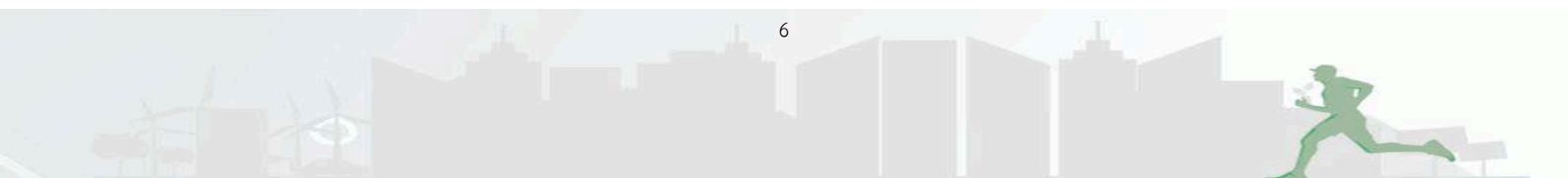


ในฐานะผู้ร่วมก่อตั้งและอดีตนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย (SMAT) รู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เห็นสมาคมฯ เติบโตเป็นองค์กรที่สร้างพื้นที่ทางวิชาการและขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านการจัดการกีฬาไปสู่ระดับชาติและนานาชาติ การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ถือเป็นอีกก้าวสำคัญในการสนับสนุนงานวิจัย บริการวิชาการ และเสริมเครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวสมาคมฯ มีบทบาทสำคัญด้านวิชาการ โดยรวบรวมผู้ทรงคุณวุฒิจากหลายสาขา ทั้งการศึกษา ธุรกิจ กีฬา และการท่องเที่ยว เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการจัดการกีฬา ซึ่งช่วยพัฒนาบุคลากรและเพิ่มมูลค่าให้อุตสาหกรรมกีฬาไทย แม้อุตสาหกรรมนี้ยังมีศักยภาพเติบโตอีกมาก แต่การเชื่อมโยงภาคทฤษฎีสู่การปฏิบัติ รวมถึงยุทธศาสตร์สำคัญ เช่น การพัฒนาโครงสร้าง การบูรณาการภาคส่วนต่าง ๆ และการลงทุนในเทคโนโลยี จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในระยะยาว ขอแสดงความยินดีกับสมาคมฯ และมหาวิทยาลัยรังสิตที่ร่วมจัดงานครั้งนี้ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาไทยตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG (Bioeconomy, Circular Economy, Green Economy) ทำดีที่สุด ขอขอบขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิวิทยากร และผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน หวังว่าการประชุมนี้จะเกิดประโยชน์และช่วยผลักดันสมาคมฯ ให้สร้างคุณค่าแก่วงการกีฬาไทยต่อไป



(ดร.ชัย นิมากร)

นายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย คนที่ 2



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567  
สารจากนายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



เรียน ภาศิครีอช่าย นักวิชาการ และนักศึกษาในอุตสาหกรรมกีฬา

ในฐานะอดีตนายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ผมรู้สึกยินดีและภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมพัฒนาพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬา เพื่อสนับสนุนการวิจัยและสร้างองค์ความรู้ที่ยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวของประเทศไทย การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นก้าวสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ และผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ นำเสนอผลงาน และสร้างนวัตกรรมที่นำไปใช้ได้จริง อุตสาหกรรมกีฬาไทยยังมีศักยภาพเติบโต หากเชื่อมโยงแนวคิดวิชาการกับการปฏิบัติ ผ่านการสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐ เอกชน และการศึกษา รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนา การส่งเสริมความยั่งยืนผ่านแนวคิด BCG (Bioeconomy, Circular Economy, Green Economy) จะช่วยผลักดันอุตสาหกรรมกีฬาไทยสู่มาตรฐานสากล การประชุมครั้งนี้ยังเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ สร้างองค์ความรู้ใหม่ และต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้อุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยว ทำயที่สุด ขอขอบคุณสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยรังสิต และทุกท่านที่ทำให้การประชุมครั้งนี้สำเร็จ ผมเชื่อมั่นว่าการประชุมครั้งนี้จะสร้างความร่วมมือทางวิชาการและนวัตกรรมที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมกีฬาไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

ด้วยความเคารพอย่างยิ่ง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมทบ ฐิตะฐาน)

นายกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย คนที่ 3





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 สารจากอธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต



มหาวิทยาลัยรังสิตให้ความสำคัญกับนักศึกษาซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยมุ่งมั่นพัฒนาด้านต่างๆ แบ่งเป็นด้านของพื้นที่การเรียนรู้ ที่เตรียมพร้อมสู่โลกของการทำงานได้อย่างมืออาชีพ ตามแบบฉบับ Practical University รวมทั้งเรื่องของรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรก็ต้องเป็น Smart Organization เพื่อขับเคลื่อนไปพร้อมกัน และสิ่งที่เราให้ความสำคัญคือ นักศึกษา เปิดพื้นที่การเรียนรู้ให้นักศึกษาได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ตลอด 24 ชั่วโมง ขณะเดียวกันมหาวิทยาลัยรังสิต พร้อมเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำสังคม โดยในฐานะสถาบันการศึกษา เราทุกคนทั้งผู้บริหาร คณาจารย์ นักศึกษา พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมขับเคลื่อนสังคมในทุกด้าน โดยสนับสนุนบุคคลที่ส่งผลด้านความคิด ให้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น หาแนวทาง ตลอดจนหาทางออกในการแก้ปัญหา และแก้วิกฤลประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านการแพทย์ ด้านการท่องเที่ยว ด้านกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง และอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของประเทศต่อไป

ในการเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” นี้ จึงเป็นการสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ และส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬา และด้วยแนวโน้มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยที่มีการเติบโตและความต้องการที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาและขยายตัวของอุตสาหกรรมจึงต้องอาศัยการวิจัยและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

การประชุมวิชาการด้านการจัดการกีฬาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนการตีพิมพ์ผลงานวิจัยด้านการจัดการกีฬา ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้เผยแพร่ผลงานและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และแนวคิดเชิงนวัตกรรมที่จะมีส่วนสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทย

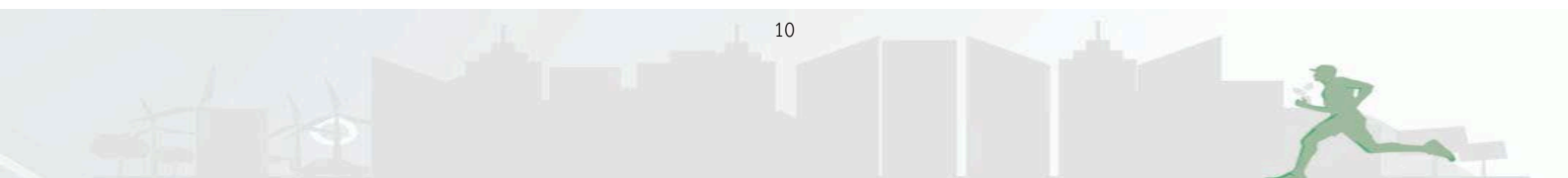
มหาวิทยาลัยรังสิต มีความยินดีอย่างยิ่งที่ได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดงานครั้งนี้ และมีความคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการดำเนินงานจะประสบผลสำเร็จและลุล่วงไปได้ด้วยดีตามวัตถุประสงค์ที่ได้คาดหวังไว้ทุกประการ



(ดร.อรรณวิท อุไรรัตน์)  
อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต



# รายละเอียดโครงการ



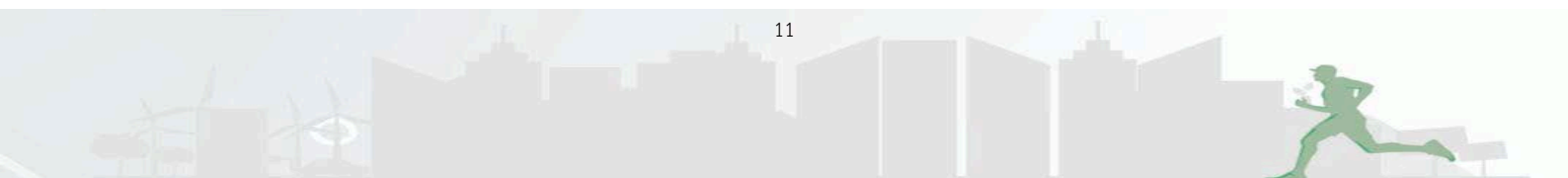
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

1. ชื่อโครงการ การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2  
(ภาษาไทย) : ประจำปี พ.ศ. 2567 โดยสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยรังสิต
- ชื่อโครงการ 2<sup>nd</sup> National Conference in Sport Management 2024  
(ภาษาอังกฤษ) : by Sport Management Association of Thailand and Rangsit University (2024 NCSM by SMAT & RSU)

### 2. หลักการและเหตุผล

สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย มีพันธกิจสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ และส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬา จึงเริ่มต้นจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 1 ประจำปี พ.ศ. 2566 ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์สุวรรณารัต โดยมียัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ ทั้งนี้ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ความคาดหวังจะจัดการประชุมวิชาการ ด้านการจัดการกีฬา อย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อให้ นักวิชาการ ด้านการจัดการกีฬา มีแหล่งตีพิมพ์ผลงานวิจัยหรือเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย รวมทั้งเป็นไปตามลักษณะการเผยแพร่ผลงานวิจัยในเอกสารแนบท้ายประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. ๒๕๖๔

อนึ่ง ด้วยแนวโน้มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยที่มีการเติบโตและความต้องการที่เพิ่มขึ้น การพัฒนาและขยายตัวของอุตสาหกรรมจึงต้องอาศัยการวิจัยและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การประชุมวิชาการด้านการจัดการกีฬาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการสนับสนุนการตีพิมพ์ผลงานวิจัยของด้านการจัดการกีฬาด้านการจัดการกีฬา ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้เผยแพร่ผลงานและสร้างพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และแนวคิดเชิงนวัตกรรมที่จะมีส่วนสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาไทย นอกจากนี้ การประชุมยังเป็นเวทีสำคัญในการกระตุ้นและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย ให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืนตามโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG (Bioeconomy, Circular Economy, Green Economy) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดหลักในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2565 - 2570) ในประเด็นการพัฒนาที่ 4 และ 5 ได้แก่ การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

เหนือสิ่งอื่นใด การประชุมวิชาการด้านการจัดการกีฬาจะเป็นเป็นโอกาสสำคัญที่สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทยจะได้สนับสนุนผู้ที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมกีฬา ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการ นักศึกษา และผู้ประกอบการ ให้สามารถนำเสนอผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมกีฬาไทยในการแข่งขันในเวทีสากล อีกทั้ง จะช่วยสร้างความตระหนักถึงโอกาสและความท้าทายในอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยว อาทิเช่น การพัฒนาเทคโนโลยีด้านกีฬา การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG มาประยุกต์ใช้ รวมถึงการสนับสนุนการทำวิจัยเชิงพาณิชย์และการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมกีฬา ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการและภาคธุรกิจสามารถเติบโตและสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกัน ยังเป็นการพัฒนาบุคลากรและเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมกีฬาอีกด้วย

ดังนั้น สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ภายใต้แนวคิด *“ทิศทางวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”*

### 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อจัดการประชุมวิชาการระดับชาติที่มีการเผยแพร่หนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings) เป็นไปตามจะเป็นไปตามลักษณะการเผยแพร่ผลงานวิจัยในเอกสารแนบท้ายประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564

3.2 เพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ

3.3 เพื่อให้ให้นักวิชาการ ด้านการจัดการกีฬา มีแหล่งตีพิมพ์ผลงานวิจัยหรือเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย

3.4 เพื่อส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อส่งเสริมสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬา

3.5 เพื่อเพิ่มสมาชิกเครือข่ายด้านการจัดการกีฬา

### 4. ความสอดคล้องกับบริบทที่เกี่ยวข้อง

4.1 แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2565 - 2570)

1) ประเด็นการพัฒนาที่ 4 การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬา

2) ประเด็นการพัฒนาที่ 5 การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา

4.2 ประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564

4.3 พันธกิจสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย

1) พันธกิจที่ 2 สร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

2) พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรม

กีฬา

### 5. กลุ่มเป้าหมาย

5.1 นักวิชาการในมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรด้านการจัดการกีฬาในประเทศไทย รวม 19 สถาบัน

5.2 นักวิชาการด้านการจัดการกีฬา บุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬาจำนวนประมาณ 12 กลุ่ม เพื่อให้มีเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการ

5.3 ผู้สนใจในอุตสาหกรรมกีฬา บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

### 6. ผู้รับผิดชอบโครงการ - สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการดังนี้

6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา	ที่ปรึกษา
6.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฏา ปาณะเสรี	ที่ปรึกษา
6.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิษฎี กุฎอินทร์	ที่ปรึกษา
6.4 ดร.สรายุทธ มหวลรัตน์	ที่ปรึกษา
6.5 ดร.อนุชิต กุลวานิช	ที่ปรึกษา
6.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แอน มหาคีตะ	ที่ปรึกษา
6.7 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐฐชัย จันทร์कुณา	ประธานคณะกรรมการ
6.8 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล	รองประธานคณะกรรมการ
6.9 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนานันท์ สมหาหิโต	กรรมการ (ฝ่ายวิชาการ)
6.10 อาจารย์อุทัยวรรณ ทองสุข	กรรมการ (ฝ่ายวิชาการ)
6.11 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรณสิทธิ สิริธิบรรณกุล	กรรมการ (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
6.12 นายสร้างรัฐ หัตถวงษ์	กรรมการ (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)
6.13 นางสาวสุภาพร วงเทียน	กรรมการ (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)
6.14 ดร.ชลันดา ขอบจิตร	กรรมการ (ฝ่ายเครือข่ายสัมพันธ์)
6.15 ดร.ธีระชัย วิเศษจ้ง	กรรมการ (ฝ่ายจัดหารายได้ฯ)
6.16 อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง	กรรมการ (เหรียญก)
6.17 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์	กรรมการและเลขานุการ
6.18 อาจารย์ ดร.กรรัช มากเจริญ	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ
6.19 นางสาวสุทิตินี ศรีบุรี	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 7. รูปแบบการประชุมวิชาการ แบบออนไลน์

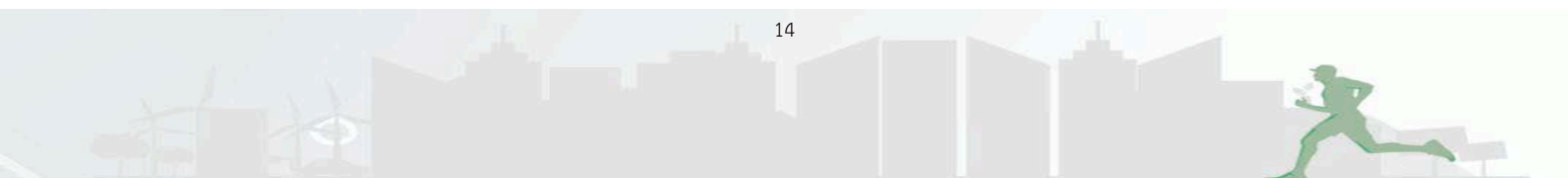
- 7.1 บรรยายโดยวิทยากร
- 7.2 นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา
- 7.3 นำเสนอผลงานวิจัยด้วยโปสเตอร์
- 7.4 มอบรางวัลผู้นำเสนอผลงานวิจัยดีเด่น

### 8. วันและสถานที่จัดการประชุมวิชาการ

- 8.1 วันที่จัดกิจกรรม : วันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567
- 8.2 สถานที่จัดการประชุม
  - 1) ห้องประชุมหลัก : ห้องประชุม 6-200 อาคารพระพิฆเนศ (อาคาร 6) มหาวิทยาลัยรังสิต
  - 2) ห้องประชุมนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา ห้อง 1 : ห้องประชุม 1 (6-211)
  - 3) ห้องประชุมนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา ห้อง 2 : ห้องประชุม 2 (6-212)

### 9. เส้นเวลา (timeline) การประชุมวิชาการ

วันที่	กิจกรรม
30 ตุลาคม ถึง 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567	1) ประชุมแต่งตั้งคณะกรรมการ 2) กำหนดรายละเอียดการประชุมวิชาการ 3) เชิญวิทยากรและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย/โปสเตอร์ 4) เตรียมระบบและแบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม
9 พฤศจิกายน ถึง 6 ธันวาคม พ.ศ. 2567	1) ประชาสัมพันธ์การประชุมวิชาการ 2) เปิดลงทะเบียนและรับบทความวิจัย 3) ทรวงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิจัย/ผู้ส่งผลงานวิจัยปรับปรุงแก้ไขผลงานวิจัย
7 ถึง 15 ธันวาคม พ.ศ. 2567	1) เตรียมสถานที่ วัสดุ และอุปกรณ์สำหรับการประชุมวิชาการ 2) ทดสอบระบบ ครั้งที่ 1
16 ธันวาคม พ.ศ. 2567	1) ประกาศผลการพิจารณาผลงานวิจัย 2) จัดทำหนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings)
19 ธันวาคม พ.ศ. 2567	1) ประชุมเตรียมความพร้อมคณะกรรมการและผู้รับผิดชอบทั้งหมด 2) ทดสอบระบบ ครั้งที่ 2
20 ธันวาคม พ.ศ. 2567	ประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 10. วิทยากร

- |  |   |
|--|---|
| 10.1 คุณ ปริญญา ฤกษ์หรั่ง                | ประธานคณะกรรมการจัดการกีฬา สมาพันธ์ราชภัฏ |
| 10.2 คุณ ภคมน สุภาพพันธ์                 | องค์การบริหารจัดการกีฬาเรือนกระจก         |
| 10.3 รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณ  | วิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต         |
| 10.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์ | วิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต         |

### 11. ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย/โปสเตอร์

#### คุณสมบัติผู้ทรงคุณวุฒิ

- 11.1 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกในหลักสูตรหรือสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกีฬา
- 11.2 มีตำแหน่งทางวิชาการระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไปในสาขาบริหารธุรกิจ อนุสาขาการจัดการกีฬา หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง
- 11.3 มีผลงานวิจัยเผยแพร่ในวารสารทางวิชาการที่มีรายชื่ออยู่ในฐานข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับนานาชาติ

#### การพิจารณาบทความวิจัย

- ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พิจารณาบทความวิจัยฉบับเต็ม (Full paper) ที่จะนำเสนอด้วยวาจาและโปสเตอร์ 1 บทความ โดยมีผลการพิจารณา 3 ประการ ได้แก่ “ผ่าน” หรือ “ผ่าน โดยปรับปรุงแก้ไข” หรือ “ไม่ผ่าน” โดยใช้เสียงข้างมากของผู้ทรงคุณวุฒิ และสรุปผลการพิจารณาโดยบรรณาธิการประจำการประชุมวิชาการ
- การสรุปผลการพิจารณาบทความวิจัยโดยบรรณาธิการประจำการประชุมวิชาการถือเป็นที่สุด

### 12. การจัดทำบทความวิจัย/บทคัดย่อ

ผู้มีความประสงค์จะนำเสนอบทความวิจัย/บทคัดย่อ สำหรับการนำเสนอด้วยวาจาหรือโปสเตอร์ต้องจัดทำบทความวิจัยตามข้อกำหนดดังนี้

- 12.1 จัดทำผลงานวิจัยโดยมีจริยธรรมการวิจัย
- 12.2 จัดทำบทความวิจัยฉบับเต็ม (Full paper) สำหรับการนำเสนอด้วยวาจา โดยใช้รูปแบบบทความวิจัย ฉบับเต็ม (Full paper) และส่วนประกอบของบทความของวารสารการจัดการกีฬาสมัยใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียนในเว็บไซต์ <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JournalMSM/Guidelines>
- 12.3 จัดทำบทคัดย่อ (Abstract) สำหรับการนำเสนอด้วยโปสเตอร์ โดยใช้รูปแบบบทคัดย่อของวารสารการจัดการกีฬาสมัยใหม่
- 12.4 ส่งบทความวิจัย/บทคัดย่อ พร้อมกับชำระค่าลงทะเบียนและส่งหลักฐานการชำระค่าลงทะเบียนผ่านแบบฟอร์มกูเกิ้ล (Google Form) ภายในวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ. 2567



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

12.5 ปรับปรุงแก้ไขบทความวิจัย/บทความคัดย่อตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

### 13. การลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุมวิชาการ

13.1 ผู้มีความประสงค์จะเข้าร่วมการประชุมวิชาการสามารถเข้าร่วมได้ 5 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา มีค่าลงทะเบียน 1,000 บาท/เรื่อง

ประเภทที่ 2 ผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ มีค่าลงทะเบียน 800 บาท/เรื่อง

ประเภทที่ 3 ผู้เข้าฟังการนำเสนอผลงานวิจัย มีค่าลงทะเบียน 500 บาท/คน

ประเภทที่ 4 ผู้เข้าฟังการนำเสนอที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าลงทะเบียน 100

บาท/คน

ประเภทที่ 5 ผู้เข้าฟังการนำเสนอที่เป็นสมาชิกสามัญและสมาชิกสมทบ ได้รับการยกเว้น

ค่าลงทะเบียน

#### หมายเหตุ

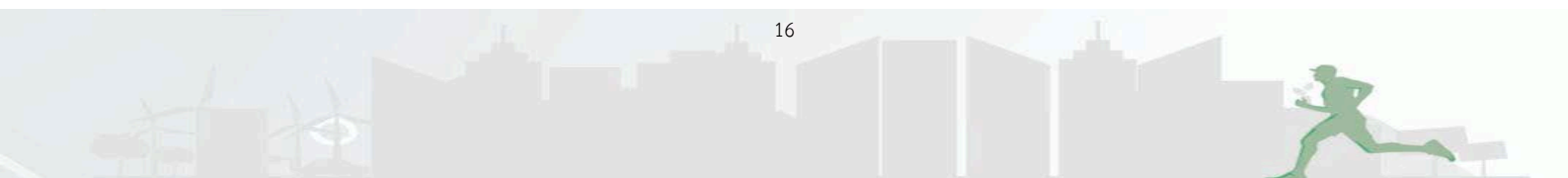
- กรณีมีผู้ร่วมวิจัยมากกว่า 1 คน ในการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาหรือโปสเตอร์ ให้หัวหน้าคณะผู้วิจัยเป็นผู้ลงทะเบียน

- ผู้ลงทะเบียนทุกประเภทจะได้รับสิทธิชิงรางวัล (ผลิตภัณฑ์/เงินรางวัลจากผู้ให้การสนับสนุน)

- คณะผู้วิจัยที่มีชื่อในผลงานวิจัยที่นำเสนอด้วยวาจาหรือโปสเตอร์ได้รับสิทธิชิงรางวัลทุกคน

13.2 ช่องทางการชำระค่าลงทะเบียน - ธนาคารกรุงไทย สาขาเดอะไนน์ ถนนพระราม 9 ซื่อบัญชีสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ประเภทออมทรัพย์ เลขที่ 661-430333-3

13.3 สิ่งที่ผู้ลงทะเบียนทุกคนจะได้รับ คือ หนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings) ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 14. กำหนดการประชุมวิชาการ - วันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567

เวลา	กิจกรรม
08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุม
09.00 – 09.30 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กล่าวต้อนรับ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลิ โนริยา นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย</li> <li>- กล่าวเปิดการประชุมฯ โดย ดร.อรรถวิท อุไรรัตน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>- แลก/มอบของที่ระลึกระหว่างสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>- บันทึกภาพหมู่ร่วมกัน</li> </ul>
09.30 – 12.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอภิปรายเป็นคณะ (Panel discussion) หัวข้อ “ทิศทางงานวิจัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”</li> <li>- วิทยากร 4 ท่าน ได้แก่               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) คุณปริญญญา ฤกษ์หรรษา ประธานคณะกรรมการกีฬา สภาผู้แทนราษฎร</li> <li>2) คุณภคมน สุภาพพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักรับรองธุรกิจคาร์บอนต่ำ</li> <li>3) รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์ ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต</li> </ol> </li> </ul>
13.00 – 13.20 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิธีลงนาม บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร</li> </ul>
13.20 – 16.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา จำนวน 9 เรื่อง</li> <li>ห้อง 1 ห้องประชุม (6-211) จำนวน 5 เรื่อง (เรื่องที่ 1 ถึง 5)</li> <li>ผศ.ดร. อิชฎี ภูอินทร์ ประธานกรรมการ</li> <li>ห้อง 2 ห้องประชุม (6-212) จำนวน 4 เรื่อง (เรื่องที่ 6 ถึง 9)</li> <li>ผศ.ดร. เกษม นครเขตต์ ประธานกรรมการ</li> </ul>
16.00 – 16.20 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบรางวัลผู้นำเสนอดีเด่น (ด้วยวาจา)</li> <li>- กิจกรรมร่วมสนุกแจกของรางวัล</li> <li>- การประกาศจัดการประชุมฯ ครั้งที่ 3</li> <li>- กล่าวปิดการประชุมฯ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. วรรณชลิ โนริยา นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย</li> </ul>

#### หมายเหตุ

- 1) รับประทานอาหารว่างเวลา 10.45 – 11.00 น. และ 15.30 – 15.45 น.
- 2) รับประทานอาหารกลางวันเวลา 12.00 – 13.00 น.
- 3) กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 15. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 15.1 ผู้นำเสนอผลงานวิจัยและผู้เข้าฟังการนำเสนอผลงานวิจัยมีการสร้างเครือข่ายด้านการจัดการกีฬา
- 15.2 มีการจัดการความรู้สำหรับการพัฒนาการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการกีฬาไทย
- 15.3 มีผู้สมัครสมาชิกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ประเภทสมาชิกสมทบ ไม่น้อยกว่า 50 คน

### 16. การประเมินผลโครงการ

วัตถุประสงค์	การวัด	การประเมินผล (ค่าเป้าหมาย)
1. เพื่อจัดการประชุมวิชาการระดับชาติที่มีการเผยแพร่หนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings) เป็นไปตามจะเป็นไปตามลักษณะการเผยแพร่ผลงานวิจัยในเอกสารแนบท้ายประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564	จำนวนครั้งการจัดการประชุมวิชาการ	ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปี
2. เพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ	จำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ	- ผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา 20 คน - ผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ 10 คน - ผู้เข้าฟังการนำเสนอผลงานวิจัย 80 คน รวม 110 คน
3. เพื่อให้ทันวิชาการ ด้านการจัดการกีฬา มีแหล่งตีพิมพ์ผลงานวิจัยหรือเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย	จำนวนผลงานวิจัย	- ผลงานวิจัยนำเสนอด้วยวาจา 20 เรื่อง - ผลงานวิจัยนำเสนอแบบโปสเตอร์ 10 เรื่อง รวม 30 เรื่อง
4. เพื่อส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬา	3.1 คุณภาพผลงานวิจัยที่ผ่านการประเมิน 3.2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการประชุมวิชาการ	3.1 ระดับดีขึ้นไป (คะแนนการประเมินร้อยละ 70 ขึ้นไป) 3.2 ระดับดีขึ้นไป (คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 3.41 จากคะแนนเต็ม 5.00)
5. เพื่อเพิ่มสมาชิกเครือข่ายด้านการจัดการกีฬา	จำนวนผู้สมัครสมาชิกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ประเภทสมาชิกสมทบ	ไม่น้อยกว่า 50 คน



# ประวัติวิทยากร





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ประวัติวิทยากร

คุณปริญญา ฤกษ์หร่าย



คุณปริญญา ฤกษ์หร่าย จบการศึกษาระดับศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ และระดับศิลปศาสตรบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ประธานคณะกรรมการกีฬา สภาผู้แทนราษฎร

คุณปริญญา ฤกษ์หร่าย มีประสบการณ์อันยาวนานในวงการการเมือง โดยเคยดำรงตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดกำแพงเพชร เขต 4 หลายสมัย ในปี พ.ศ. 2566-ปัจจุบัน และ พ.ศ. 2562-2566 รวมถึงเขต 4 ในปี พ.ศ. 2554-2556 และเขต 2 ในปี พ.ศ. 2550-2554 นอกจากนี้ ท่านยังเคยดำรงตำแหน่งเป็นโฆษกคณะกรรมการการกัญชา การยุติธรรม และสิทธิมนุษยชน สภาผู้แทนราษฎร

ในฐานะประธานคณะกรรมการกีฬา คุณปริญญา ฤกษ์หร่าย มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและการพัฒนากีฬาของประเทศ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมกีฬาในทุกระดับเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเยาวชนและชุมชนทั่วประเทศ ผ่านการกำหนดแผนงานและยุทธศาสตร์ด้านกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

ด้วยความมุ่งมั่นและประสบการณ์การทำงานที่โดดเด่น คุณปริญญา ฤกษ์หร่าย จึงเป็นบุคคลสำคัญในการพัฒนากีฬาและการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนและประเทศชาติ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการที่ฟ้า ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ประวัติวิทยากร

คุณภคมน สุภาพพันธ์



คุณภคมน สุภาพพันธ์ จบการศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม จากมหาวิทยาลัยมหิดล ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักรับรองธุรกิจคาร์บอนต่ำ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

คุณภคมน สุภาพพันธ์ มีประสบการณ์ในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง โดยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการจัดการธุรกิจคาร์บอนต่ำและส่งเสริมการตลาดปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งในระดับองค์กรและอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังเคยดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมตลาดคาร์บอนและนวัตกรรม และผู้อำนวยการสำนักงบประมาณและแผนกลยุทธ์ ขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก

ในบทบาทผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม คุณภคมน สุภาพพันธ์ ได้เข้าร่วมเป็นกรรมการและคณะทำงานในโครงการสำคัญหลายโครงการ เช่น การขับเคลื่อนการดำเนินงานสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Greenhouse Gas Emissions) นอกจากนี้ยังมีส่วนร่วมในโครงการพัฒนาเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำตามแผนยุทธศาสตร์ BCG Economy Model และการขยายผลการจัดทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์ระดับองค์กร

คุณภคมน สุภาพพันธ์ ยังมีประสบการณ์ด้านการฝึกอบรมและการศึกษาเพิ่มเติมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผ่านหลักสูตรสำคัญด้านการจัดการก๊าซเรือนกระจก การค้าคาร์บอน และระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน จากประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน และสิงคโปร์ ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปีในการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการคาร์บอน คุณภคมน สุภาพพันธ์ จึงเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ประวัตินิตยสาร

รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณณ์



รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณณ์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท (ปร.ด.) สาขา  
นิเทศศาสตร์ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยรังสิต และปริญญาครุศาสตรบัณฑิต วิชาเอก  
พลศึกษา จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งสำคัญในวงการกีฬาและการศึกษา

รศ.ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณณ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการบดีฝ่ายกีฬา และรักษาการคณบดี  
วิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต รวมถึงบทบาทในระดับประเทศและนานาชาติ เช่น กรรมการการกีฬา  
แห่งประเทศไทย รองประธานคณะกรรมการบริหารกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย และ นายกสมาคมกีฬา  
ยูยิตสูแห่งประเทศไทย อีกทั้งยังดำรงตำแหน่ง Vice President of the Asian Ju-Jitsu Federation และ  
President of Southeast Asian Ju-Jitsu

ด้วยประสบการณ์อันกว้างขวางในด้านการบริหารกีฬาและการส่งเสริมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ รศ.ดร.  
ชาญชัย สุขสุวรรณณ์ ได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากีฬามหาวิทยาลัย รวมถึงการจัดการแข่งขันระดับชาติและ  
นานาชาติ โดยเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่

นอกจากนี้ ท่านยังได้รับรางวัล บุคคลดีเด่นแห่งชาติด้านการบริหาร ประจำปี พ.ศ. 2567 จาก  
สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันถึง  
ความมุ่งมั่นและผลงานที่โดดเด่นในการพัฒนางานกีฬาและการศึกษาของประเทศ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ประวัตติวิทยาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์ จบการศึกษาระดับปริญญาเอกและปริญญาโท สาขาการบริหารการพลศึกษาและกีฬา จาก Indiana University Bloomington ประเทศสหรัฐอเมริกา ปริญญาโท ครุศาสตร์มหาบัณฑิต (พลศึกษา) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปริญญาตรี ครุศาสตร์บัณฑิต (พลศึกษา) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมกอล์ฟ และเป็นอาจารย์พิเศษ และผู้บริหารหลักสูตรในสาขาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ที่มหาวิทยาลัยชั้นนำหลายแห่ง

ผศ.ดร.เกษม นครเขตต์ มีประสบการณ์การทำงานด้านการศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬายาวนานกว่า 40 ปี โดยเคยดำรงตำแหน่งสำคัญ เช่น หัวหน้าภาควิชาพลานามัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และเป็นประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบัณฑิตศึกษา สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา ท่านยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาหลักสูตรการส่งเสริมสุขภาพ และการออกกำลังกายทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ

นอกจากนี้ ผศ.ดร.เกษม นครเขตต์ ยังเป็นผู้ทรงคุณวุฒิให้กับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการส่งเสริมกิจกรรมทางกายและการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ รวมถึงการเป็นคณะกรรมการด้านการพัฒนากีฬาขั้นพื้นฐานและแผนพัฒนากีฬาชาติ ทั้งยังได้รับรางวัล โล่พระราชทาน นักวิชาการดีเด่นระดับชาติ สาขาพลศึกษา จากสมาคมสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการแห่งประเทศไทย

ด้วยประสบการณ์อันกว้างขวางในการทำงานและวิจัยด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา สุขศึกษา และกิจกรรมทางกาย ผศ.ดร.เกษม นครเขตต์ จึงเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและเวทีนานาชาติ ในการพัฒนาวิชาการและนโยบายการส่งเสริมสุขภาพที่ยั่งยืน



# กำหนดการ



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กำหนดการประชุมวิชาการ

วันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567

ห้องประชุม 6-200 อาคารพระพิฆเนศ (อาคาร 6) มหาวิทยาลัยรังสิต

เวลา	กิจกรรม
08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุม
09.00 – 09.30 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กล่าวต้อนรับ โดย รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย</li> <li>- กล่าวเปิดการประชุมฯ โดย ดร.อรรถวิท อุไรรัตน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>- แลก/มอบของที่ระลึกระหว่างสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>- บันทึกภาพหมู่ร่วมกัน</li> </ul>
09.30 – 12.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอภิปรายเป็นคณะ (Panel discussion) หัวข้อ “ทิศทางการวิจัยเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”</li> <li>- วิทยากร 4 ท่าน ได้แก่               <ol style="list-style-type: none"> <li>1) คุณปริญญญา ฤกษ์ห่วย ประธานคณะกรรมการกีฬา สภาผู้แทนราษฎร</li> <li>2) คุณภคมน สุภาพพันธ์ ผู้อำนวยการสำนักรับรองธุรกิจคาร์บอนต่ำ</li> <li>3) รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย สุขสุวรรณ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต</li> <li>4) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์ ผู้อำนวยการหลักสูตรวิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต</li> </ol> </li> </ul>
13.00 – 13.20 น.	- พิธีลงนาม บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
13.20 – 16.00 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา จำนวน 9 เรื่อง</li> <li>ห้อง 1 ห้องประชุม (6-211) จำนวน 5 เรื่อง (เรื่องที่ 1 ถึง 5)</li> <li>ผศ.ดร. อิชฎี กุฎอินทร์ ประธานกรรมการ</li> <li>ห้อง 2 ห้องประชุม (6-212) จำนวน 4 เรื่อง (เรื่องที่ 6 ถึง 9)</li> <li>ผศ.ดร. เกษม นครเขตต์ ประธานกรรมการ</li> </ul>
16.00 – 16.20 น.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มอบรางวัลผู้นำเสนอดีเด่น (ด้วยวาจา)</li> <li>- กิจกรรมร่วมสนุกแจกของรางวัล</li> <li>- การประกาศจัดการประชุมฯ ครั้งที่ 3</li> <li>- กล่าวปิดการประชุมฯ โดย รองศาสตราจารย์ ดร. วรรณชลี โนริยา นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย</li> </ul>

**หมายเหตุ**

- 1) รับประทานอาหารว่างเวลา 10.45 – 11.00 น. และ 15.30 – 15.45 น.
- 2) รับประทานอาหารกลางวันเวลา 12.00 – 13.00 น.
- 3) กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา

วันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567

ห้องประชุม 6-211 อาคารพระพิฆเนศ (อาคาร 6) มหาวิทยาลัยรังสิต

จำนวน 5 เรื่อง (เรื่องที่ 1 ถึง 5)

เวลา	กิจกรรม
12.30 – 13.00 น.	ผู้นำเสนองานวิจัยด้วยวาจาซักซ้อมการนำเสนอ
13.20 – 13.30 น.	- ประธานกรรมการแนะนำกรรมการประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิษฎิ กุฎอินทร์ ประธานกรรมการ 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล กรรมการ 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนานันท์ สมานิติโต กรรมการและเลขานุการ - ประธานกรรมการชี้แจงเกณฑ์การประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา
13.30 – 13.55 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 1 แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการแห่งประเทศไทย <i>อรรวรรณ เยี่ยมรัมย์, วิพงษ์ชัย ร้องชนแก้ว</i>
13.55 – 14.20 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 2 โอกาสการส่งเสริมกีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ <i>วีระยุทธ เพชรบัวศักดิ์, เกษม นครเขตต์</i>
14.20 – 14.45 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า <i>ณิชภาพร เชื้อจากัด, ภัทรพร ฉิมเจริญ, ศุภิสรา สีสาค้าง กฤษฎี คงประสิทธิ์, ปุณณวัช ศักดิ์ศรีสุข, ภาณุพล รัตนปนัดดา, สุริยัน สมพงษ์</i>
14.45 – 15.10 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร <i>อุษา ศรีไชยา</i>
15.10 – 15.35 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 5 กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ : บทบาทของกีฬาต่อการเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตในผู้เปลี่ยนอวัยวะ <i>สัณห์ณัฐ สัจจำปี</i>
15.35 – 15.50 น.	ประธานกรรมการกล่าวสรุป และสรุปผลการประเมินฯ

หมายเหตุ กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา

วันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567

ห้องประชุม 6-212 อาคารพระพิฆเนศ (อาคาร 6) มหาวิทยาลัยรังสิต

จำนวน 4 เรื่อง (เรื่องที่ 6 ถึง 9)

เวลา	กิจกรรม
12.30 – 13.00 น.	ผู้นำเสนองานวิจัยด้วยวาจาซักซ้อมการนำเสนอ
13.20 – 13.30 น.	- ประธานกรรมการแนะนำกรรมการประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์ ประธานกรรมการ 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล กรรมการ 3) อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง กรรมการและเลขานุการ - ประธานกรรมการชี้แจงเกณฑ์การประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา
13.30 – 13.55 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 6 แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย <i>พิทักษ์ชน โชติกมลพงศ์ สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์</i>
13.55 – 14.20 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน (Decathlon) สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ <i>อาริศสา กิจขุนทด, ณรงค์ปกรณ์ หงศาลา, สุเมธ แก้วแพรก, นัทธพงศ์ ลัทธพินันท์</i>
14.20 – 14.45 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 8 ปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตและนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น <i>ปริยานาฏ ต้อยหล้า, อิชฎิ ภูฏอินทร์, พรชัย ตรีสใจธรรม และ สราวุธ น้อยเกษม</i>
14.45 – 15.10 น.	การนำเสนอผลงานวิจัย เรื่องที่ 9 แนวทางการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยภาคธุรกิจในประเทศไทย <i>สราวุธ มหวลีรัตน์, วาสนา บุตรโพธิ์, โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร, จักรนิตต์ คมนานุรักษ์, เอกรัฐ ไชยโชติช่วง</i>
15.10 – 15.25 น.	ประธานกรรมการกล่าวสรุป และสรุปผลการประเมินฯ

หมายเหตุ กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม



# บทความวิจัยฉบับเต็ม (full paper) ประกอบการนำเสนองานวิจัยด้วยวาจา



**การประชุมวิชาการระดับชาติ**  
**ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567**  
**แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ**  
**ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการแห่งประเทศไทย**

อรวรรณ เยี่ยมรัมย์\* และ วิพงษ์ชัย ร้องชันแก้ว

สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ  
คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาแรงจูงใจและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 399 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 66-70 ปี อาชีพปัจจุบันเป็นอดีตข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป เคยเข้าร่วมแข่งขัน 4-6 ครั้ง เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขัน พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นเพศหญิง มีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจด้านการยอมรับจากสังคม มากที่สุด รองลงมาคือด้านความสนใจในกีฬา และด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เป็นเพศชาย มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีแรงจูงใจในด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี มากที่สุด รองลงมาคือด้านการยอมรับจากสังคม และด้านการมองเห็นคุณค่าในกีฬา ซึ่งผู้สูงอายุที่มีเพศ และประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุ อาชีพ ปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขัน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** แรงจูงใจ; ผู้สูงอายุ; กีฬาฟุตบอล; กีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุ

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: นางสาวอรวรรณ เยี่ยมรัมย์ คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

E-mail: orawan.yiemrum@g.swu.ac.th



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### Motivation for the Elderly to Participate in the Woodball Competition in Sports and Recreation Competition for the Elderly of Thailand

Orawan Yiemrum\* and Wipongchai Rongkhankaew

Sport and Leisure Management

Faculty of Physical Education, Srinakharinwirot University

---

#### Abstract

This research to investigate the motivations and compare the personal factors influencing the desire to participate in woodball competitions among the elderly participants in the Thailand Senior Sports and Recreation Games. The sample consisted of 399 elderly individuals aged 60 and above who participated in woodball competitions. Data were collected using a questionnaire. The research findings revealed that most respondents were male, aged 66-70 years, and retired civil servants with an average monthly income exceeding 15,001 baht. They had participated in competitions 4-6 times. Analysis of motivations showed that elderly females had a high overall motivation level with social acceptance as the highest motivation, followed by an interest in sports and the desire for good health. Similarly, elderly males also exhibited an overall motivation level with the desire for good health as the highest motivator, followed by social acceptance and an appreciation for sports. The result indicated that elderly individuals of different genders and with varying competition experiences had significantly different motivations to participate at the 0.05 statistical level. However, age, current occupation, and average monthly income did not result in significant differences in motivations at the 0.05 statistical level.

**Keywords:** Motivation, elderly, woodball, sports and recreation for the elderly

---

\*Corresponding Author: Orawan Yiemrum, Faculty of Physical Education, Srinakharinwirot University

E-mail: [orawan.yiemrum@g.swu.ac.th](mailto:orawan.yiemrum@g.swu.ac.th)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” ตามคาดการณ์ในปี พ.ศ. 2565 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ชัยภัตส่วนเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) และสหประชาชาติกำหนดสังคม (ThairathOnline, 2022) การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุตามมามีปัญหาด้านสุขภาพและโรคต่าง ๆ คนส่วนใหญ่ยังคงคิดว่าการรับมือกับเรื่องนี้เป็นเพียงการแก้ปัญหาที่จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่ม เช่น การจ่ายเบี้ยยังชีพคนชรา การจัดสวัสดิการต่าง ๆ แต่ไม่ได้เข้าไปช่วยในเรื่องของสุขภาพอย่างจริงจัง เช่น การจัดหากิจกรรมนันทนาการ การออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่แข็งแรง และลดการเจ็บป่วยที่ไม่จำเป็นในระยะยาวได้ ซึ่งผลของการออกกำลังกายเป็นประจำสม่ำเสมอ ช่วยทำให้ร่างกายมีความแข็งแรง สมรรถภาพทางร่างกายดี จึงมีผลต่อสุขภาพจิตดีขึ้นด้วย (Department of Older Persons, 2022) การเล่นกีฬาที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุโดยทั่วไปจะได้แก่ 6 กีฬาที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น กีฬาปั่นจักรยาน กีฬาเปตอง กีฬาเทเบิลเทนนิส กีฬาสนุกเกอร์ กีฬาหมากรุก และกีฬากอล์ฟ เป็นต้น ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามช่วงอายุของผู้เล่น และปัจจัยอื่น ๆ ประกอบกันด้วย

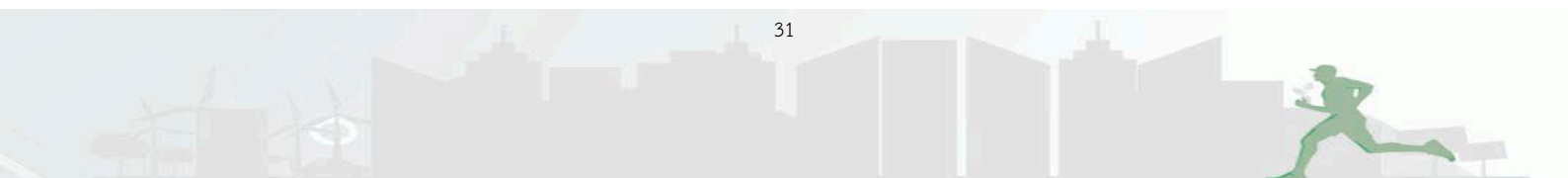
กีฬาฟุตบอลเป็นหนึ่งในชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุทั่วประเทศ ซึ่งเห็นได้จากการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ของกรมพลศึกษา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา มีผู้สูงอายุเข้าร่วมแข่งขันเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี และด้วยความสนใจกีฬาฟุตบอลในกลุ่มของผู้สูงอายุอย่างแพร่หลายนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในครั้งต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน จะมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุแตกต่างกัน
2. ผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีแรงจูงใจเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรที่ใช้การวิจัย

กลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย จากการรับสมัครแข่งขัน จำนวน 742 คน ซึ่งมีจำนวนที่แน่นอน

#### กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรแน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Yamane (1967) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 ชุด ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

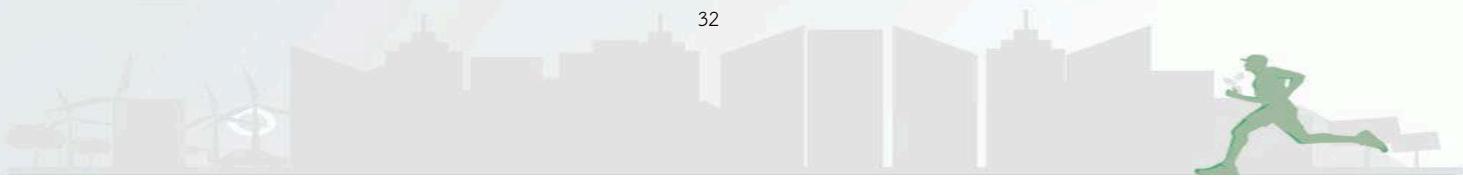
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และประสบการณ์การเล่นกีฬาฟุตบอล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยแบ่งคำถามเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความสนใจในกีฬา 2) ด้านการมองเห็นคุณค่าจากการเล่นกีฬาฟุตบอล 3) ด้านความพึงพอใจในการเข้าร่วมแข่งขัน 4) ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี 5) ด้านรางวัลจากการแข่งขัน 6) ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ และ 7) ด้านการได้รับการยอมรับจากสังคม จำนวนทั้งหมด 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน

#### ขั้นตอนการทดลอง/เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 0.5-1.0 ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.85 จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 399 ชุด ในช่วงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2567 – มิถุนายน พ.ศ. 2567 พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง และงานวิจัยได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีหมายเลขรับรอง คือ SWUEC-662020 เมื่อวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2566



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุในแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย มาหาค่าสถิติ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics) ใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูล ที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analytical Statistics) ใช้วิเคราะห์ลักษณะของตัวแปรต้น (Independent Variable) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน ดังนี้

2.1 ค่าสถิติทดสอบที (t-test) ทดสอบตัวแปรสองกลุ่ม

2.2 ค่าสถิติ (One Way ANOVA) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD)

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

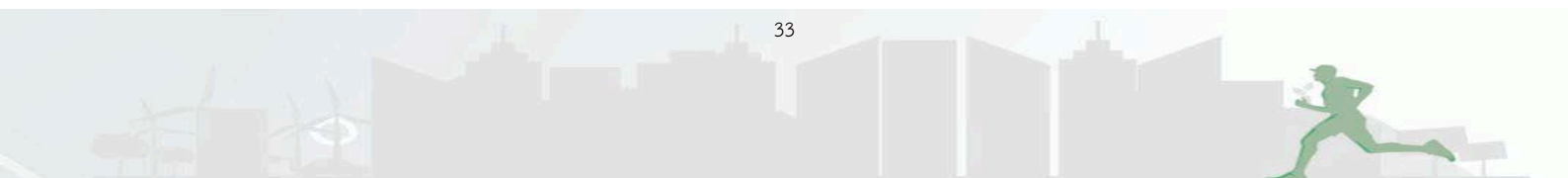
ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าร้อยละ 60 อยู่ในช่วงอายุ 66 – 70 ปี ประกอบอาชีพเป็นอดีตข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป และเคยเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย 4 – 6 ครั้ง

2. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ทั้ง 7 ด้าน

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีแรงจูงใจในด้านความสนใจในกีฬา มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี และด้านการได้รับการยอมรับจากสังคม ตามลำดับ ดังแสดงตามตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจผู้สูงอายุที่เข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ทั้ง 7 ด้าน

แรงจูงใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1.ด้านความสนใจในกีฬา	4.29	0.64	มากที่สุด
2.ด้านการมองเห็นคุณค่าในกีฬา	4.02	0.43	มาก
3.ด้านความพึงพอใจ	4.05	0.52	มาก
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	4.21	0.47	มากที่สุด
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	3.35	0.77	มาก
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ	2.46	1.05	น้อย
7.ด้านการยอมรับจากสังคม	4.18	0.56	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน

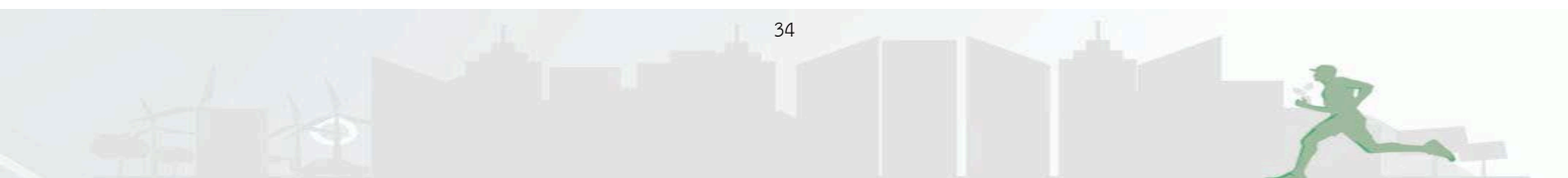
**ตารางที่ 2** การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ

แรงจูงใจ	เพศ				t	Sig.	ผลทดสอบ
	ชาย		หญิง				
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
1.ด้านความสนใจในกีฬา	4.28	0.71	4.30	0.51	0.32	0.74	ไม่แตกต่าง
2.ด้านการมองเห็นคุณค่าในกีฬา	4.02	0.45	4.01	0.39	0.17	0.98	ไม่แตกต่าง
3.ด้านความพึงพอใจ	4.01	0.51	4.01	0.53	-1.66	0.09	ไม่แตกต่าง
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	4.28	0.45	4.11	0.48	3.51*	0.00*	แตกต่าง
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	3.40	0.81	3.26	0.67	1.81	0.07	ไม่แตกต่าง
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศจากการแข่งขัน	2.45	0.98	2.48	1.16	-0.24	0.80	ไม่แตกต่าง
7.ด้านการยอมรับจากสังคม	4.10	0.57	4.31	0.52	-3.78*	0.00*	แตกต่าง
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.41</b>	<b>3.80</b>	<b>0.36</b>	<b>-0.15</b>	<b>0.87</b>	<b>ไม่แตกต่าง</b>

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทยแตกต่างกัน

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ( $t = -0.15$ , Sig. = 0.87) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานข้างต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี และด้านการยอมรับจากสังคม แตกต่างกัน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรอายุ

แรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลทดสอบ
1.ด้านความสนใจในกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	47.828	3	15.943	53.657	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	117.363	395	0.297			
	รวม	165.192	398				
2.ด้านการมองเห็นคุณค่า	ระหว่างกลุ่ม	5.022	3	1.674	9.539	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	69.318	395	0.175			
	รวม	74.340	398				
3.ด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	4.712	3	1.571	6.017	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	103.110	395	0.261			
	รวม	107.822	398				
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	ระหว่างกลุ่ม	1.311	3	0.437	1.979	.117	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	87.219	395	0.221			
	รวม	88.530	398				
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	39.334	3	13.111	26.362	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	196.453	395	0.497			
	รวม	235.787	398				
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ	ระหว่างกลุ่ม	8.840	3	2.947	2.678	.047*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	434.677	395	1.100			
	รวม	443.517	398				
7.ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	24.362	3	8.121	31.281	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	102.541	395	0.260			
	รวม	126.902	398				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	11.454	3	3.818	29.792	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	50.623	395	0.128			
	รวม	62.077	398				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลแตกต่างกัน ( $F = 29.792$ ,  $Sig. = 0.000$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้างต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจในด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



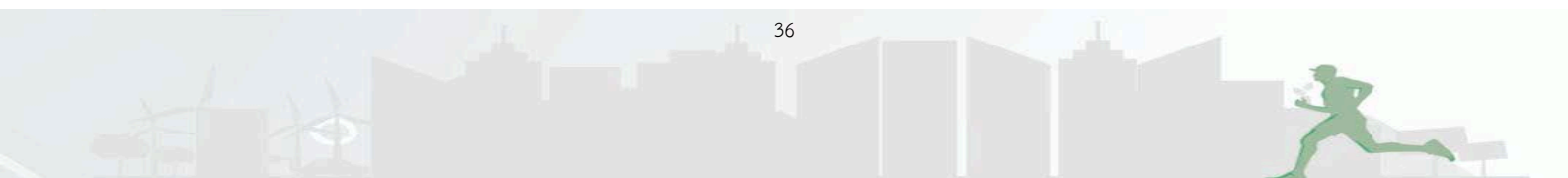
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรอาชีพ

แรงจูงใจฯ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลทดสอบ
1.ด้านความสนใจในกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	12.749	4	3.187	8.238	.000*	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	152.442	394	0.387			
	รวม	165.192	398				
2.ด้านการมองเห็นคุณค่า	ระหว่างกลุ่ม	8.532	4	2.133	12.771	.000*	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	65.808	394	0.167			
	รวม	74.340	398				
3.ด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	23.494	4	5.874	27.443	.000*	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	84.327	394	0.214			
	รวม	107.822	398				
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	ระหว่างกลุ่ม	2.622	4	0.656	3.007	.018*	แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	85.908	394	0.218			
	รวม	88.530	398				
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	3.658	4	0.915	1.552	.186	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	232.129	394	0.589			
	รวม	235.787	398				
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ	ระหว่างกลุ่ม	4.921	4	1.230	1.105	.354	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	438.596	394	1.113			
	รวม	443.517	398				
7.ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	1.185	4	0.296	0.928	.448	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	125.718	394	0.319			
	รวม	126.902	398				
<b>รวม</b>	ระหว่างกลุ่ม	<b>4.384</b>	<b>4</b>	<b>1.096</b>	<b>7.485</b>	<b>.000*</b>	<b>แตกต่างกัน</b>
	ภายในกลุ่ม	<b>57.693</b>	<b>394</b>	<b>0.146</b>			
	รวม	<b>62.077</b>	<b>398</b>				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน ( $F = 7.485$ ,  $Sig. = 0.000$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้างต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในด้านรางวัลจากการแข่งขัน ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ และด้านการยอมรับจากสังคม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



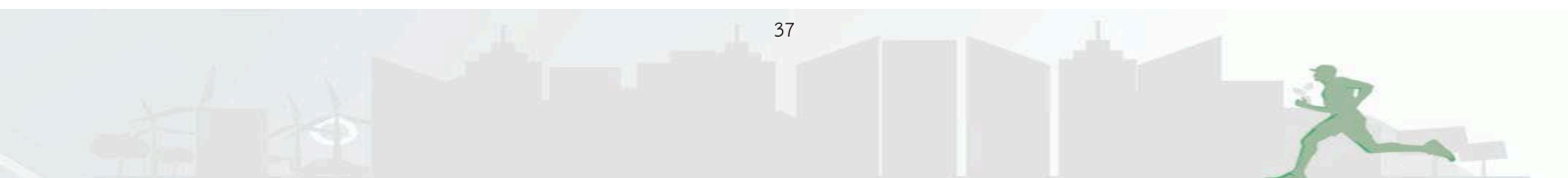
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย โดยจำแนกตามตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แรงจูงใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลทดสอบ
1.ด้านความสนใจในกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	20.012	3	6.671	18.150	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	145.180	395	0.368			
	รวม	165.192	398				
2.ด้านการมองเห็นคุณค่า	ระหว่างกลุ่ม	9.203	3	3.068	18.603	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	65.137	395	0.165			
	รวม	74.340	398				
3.ด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	25.468	3	8.489	40.717	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	82.354	395	0.208			
	รวม	107.822	398				
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	ระหว่างกลุ่ม	6.262	3	2.087	10.022	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	82.268	395	0.208			
	รวม	88.530	398				
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	15.463	3	5.154	9.241	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	220.324	395	0.558			
	รวม	235.787	398				
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ	ระหว่างกลุ่ม	2.751	3	0.917	0.822	.482*	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	440.766	395	1.116			
	รวม	443.517	398				
7.ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	10.287	3	3.429	11.615	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	116.615	395	0.295			
	รวม	126.902	398				
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.546	3	1.849	12.918	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	56.531	395	0.143			
	รวม	62.077	398				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน ( $F = 12.918$ ,  $Sig. = 0.000$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้างต้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพต่างกันมีแรงจูงใจในด้านชื่อเสียงเกียรติยศ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจของผู้สูงอายุในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย จำแนกตามตัวแปรประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน

แรงจูงใจฯ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	ผลทดสอบ
1.ด้านความสนใจในกีฬา	ระหว่างกลุ่ม	14.730	3	4.910	12.890	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	150.461	395	0.381			
	รวม	165.192	398				
2.ด้านการมองเห็นคุณค่า	ระหว่างกลุ่ม	17.293	3	5.764	39.914	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	57.046	395	0.144			
	รวม	74.340	398				
3.ด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	4.344	3	1.448	5.528	.001*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	103.477	395	0.262			
	รวม	107.822	398				
4.ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี	ระหว่างกลุ่ม	13.823	3	4.608	24.361	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	74.708	395	0.189			
	รวม	88.530	398				
5.ด้านรางวัลจากการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	26.731	3	8.910	16.836	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	209.056	395	0.529			
	รวม	235.787	398				
6.ด้านชื่อเสียงเกียรติยศ	ระหว่างกลุ่ม	11.022	3	3.674	3.355	.019*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	432.495	395	1.095			
	รวม	443.517	398				
7.ด้านการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	11.513	3	3.838	13.137	.000*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	115.389	395	0.292			
	รวม	126.902	398				
<b>รวม</b>	ระหว่างกลุ่ม	<b>9.668</b>	<b>3</b>	<b>3.223</b>	<b>24.290</b>	<b>.000*</b>	<b>แตกต่าง</b>
	ภายในกลุ่ม	<b>52.408</b>	<b>395</b>	<b>0.133</b>			
	รวม	<b>62.077</b>	<b>398</b>				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขันต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอล แตกต่างกัน ( $F = 24.2090$ ,  $Sig. = 0.000$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานข้างต้น





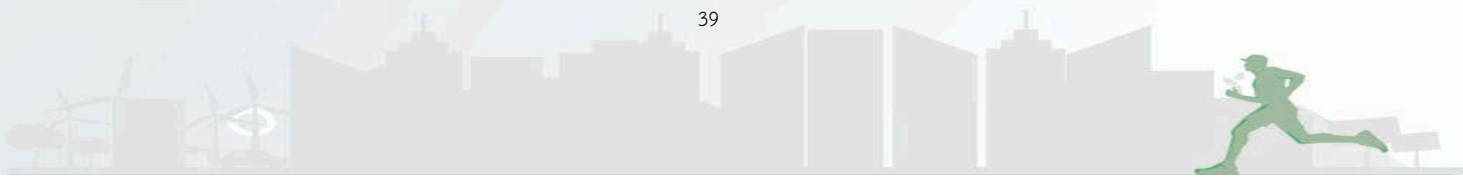
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามคำถามของการวิจัยดังนี้

จากคำถามการวิจัยข้อที่ 1 แรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย เป็นอย่างไร ผลการวิจัย พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจในด้านความสนใจในกีฬา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านความต้องการมีสุขภาพที่ดี ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจาก กลุ่มผู้สูงอายุมีแรงจูงใจของการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ โดยแรงจูงใจด้านความรัก ความถนัด และความสนใจ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุพบว่า มีปัจจัยด้านอายุ การออกกำลังกายต่อสัปดาห์ ระยะเวลาการออกกำลังกายต่อครั้ง ระดับความเหนื่อยต่อการออกกำลังกาย และกิจกรรมการออกกำลังกายโดยการเดิน และกีฬาฟุตบอลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ จากผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ Supranee Kwanboonchan (1998) ที่กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนเมื่อต้องการกระทำกิจกรรมใดๆ ให้เกิดความสำเร็จ ต้องมีแรงจูงใจในการที่นักกีฬา ตั้งใจขยันฝึกซ้อม พยายามเล่นเต็มความสามารถ ขณะแข่งขันต้องมีแรงจูงใจเป็นเหตุ เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้ตื่นตัวทั้งในขณะที่ฝึกซ้อมแข่งขัน ถ้านักกีฬามีแรงจูงใจในการเล่นกีฬาจะทำให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Tsuji et al., 2019) ที่ศึกษา ประเภทกีฬา การออกกำลังกาย การมีส่วนร่วมในด้านสุขภาพ และจิตวิทยาในผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า กีฬากอล์ฟและการเดิน เป็นกิจกรรมที่นิยมทั้งในเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ โดยไม่คำนึงถึงอายุ รายได้ ที่อยู่อาศัย นอกจากนี้พวกเขายังสามารถประเมินสุขภาพตนเองได้มากขึ้น อาการซึ่งเศร้า ลดลง และมีเสียงหัวเราะในแต่ละวันเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มกีฬาและกอล์ฟและการเดิน ดังนั้น กีฬาและกอล์ฟและการเดินจึงอาจเป็นตัวเลือกแรกในการมีส่วนร่วมในผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Chesudar Promsaan and Siwalee Rattanapunya (2019) ศึกษา แรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเมืองและชนบท จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุในเขตเมืองและเขตชนบทมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายแตกต่างกัน ทั้งในด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านการแพทย์ ด้านร่างกาย และด้านสมรรถภาพร่างกาย โดยแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตชนบทสูงกว่าเขตเมืองในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเมื่อจัดลำดับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเมืองและเขตชนบทพบว่า การตัดสินใจออกกำลังกายของผู้สูงอายุเกิดจากแรงจูงใจด้านสมรรถภาพร่างกายสูงที่สุด

จากคำถามการวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ ในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน พบว่า ในภาพรวม ผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว แต่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์การเข้าร่วมแข่งขัน ต่างกัน



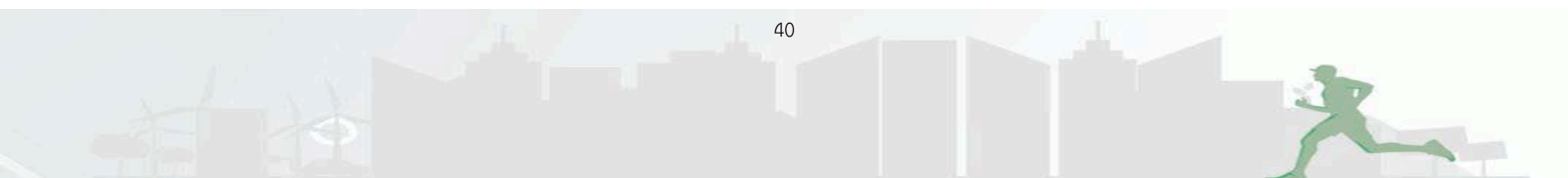
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันฯ แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tsuji (2019) ที่พบว่าแรงจูงใจในกีฬาเกี่ยวข้องอย่างมีนัยสำคัญกับประสบการณ์การมีส่วนร่วม และ ชี้ให้เห็นว่าประเภทของกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกายมีผลต่อสุขภาพจิตและสังคมในกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังตรงกับผลการศึกษาในประเทศไทยโดย Chesudar Promsaan and Siwalee Rattanapunya (2019) ที่พบว่าแรงจูงใจสูงสุดของผู้สูงอายุคือด้านสุขภาพและอนามัย รองลงมาคือความรัก ความถนัด และความสนใจในกิจกรรมกีฬาอย่างต่อเนื่อง สำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุพบว่าปัจจัยด้านอายุ การออกกำลังกายต่อสัปดาห์ ระยะเวลาการออกกำลังกายต่อครั้ง ระดับความเหนื่อยต่อการออกกำลังกาย กิจกรรมการออกกำลังกายโดยการเดิน และการปั่นจักรยาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chollada Bootwicha (2018) ศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ในชมรมเสริมสร้างสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย การรับรู้โอกาสเสี่ยงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ความรุนแรงของการไม่ออกกำลังกาย การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของการออกกำลังกาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ Abdulmenaf (2016) ซึ่งกล่าวว่าแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมในกีฬา กรณีศึกษากีฬาเทควันโด พบว่า แรงจูงใจมีผลต่อกระบวนการหลายอย่างที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ขึ้นอยู่กับระดับความสนใจในกีฬานั้น ๆ จากผลการวิจัยตามกลุ่มอายุของนักกีฬาประสบการณ์นักกีฬา และระดับการศึกษา นักกีฬาที่มีประสบการณ์ในการเล่นมากกว่าจะมีระดับความสนใจและเข้าร่วมแข่งขันมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Rudimat Jaidee (2016) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์บริการสาธารณสุข 61 เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ แหล่งที่มาของรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศโรคประจำตัว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนากีฬาวู้ดบอลของผู้สูงอายุ โดยการจัดการแข่งขันหมุนเวียนไปตามภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการแข่งขันกีฬาวู้ดบอลของผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกรักคุณค่าในตนเอง และตอบสนองต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาวู้ดบอลของผู้สูงอายุในการแข่งขันกีฬาและนันทนาการผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย มากยิ่งขึ้น



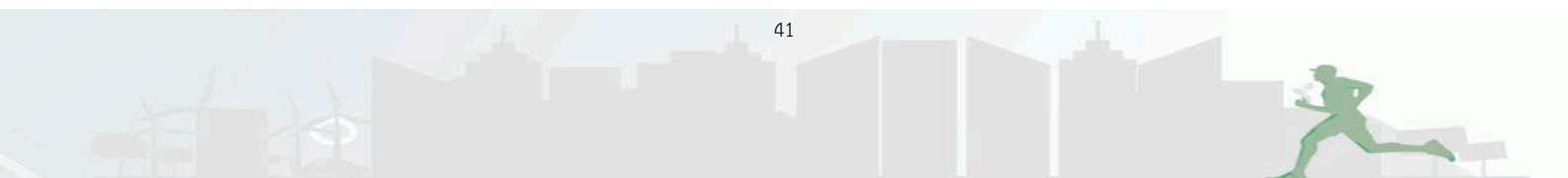
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรที่จะมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างของกลุ่มผู้สูงอายุที่เล่นกีฬาฟุตบอล เพื่อจะได้หาเวลาที่เหมาะสมในการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุ
2. ควรจะมีการศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุเพื่อจะได้ข้อมูลนำไปศึกษาเพื่อพัฒนาการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของผู้สูงอายุในครั้งต่อไป
3. ควรนำผลที่ได้จากการวิจัยไปศึกษาเพิ่มเติม เพื่อจะได้นำไปพัฒนารูปแบบการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น

### References

- Abdulmenaf, K. (2016). Participation motivation in sport: A study on taekwondo athletes. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 13(4), 47–55.
- Chesudar Promsaan, & Siwalee Rattanapunya. (2019). Motivations to exercise in elderly people in urban and rural area in Chiangmai Province. *Journal of Sports Science and Health*, 20(3), 110–121.
- Chollada Bootwicha. (2018). Factors related to exercise behaviors of the elderly in the health and environment promotion club, Sai Mai District. Master's thesis, Faculty of Liberal Arts, Krirk University.
- Department of Older Persons, (2022). *6 sports for seniors*.  
<https://www.dop.go.th/th/know/13/1458>
- Department of Older Persons. (2022). *Health and network for elderly*.  
<https://www.dop.go.th/th/know/15/482>
- Rudimat Jaidee. (2016). *Factors related to exercise behaviors of the elderly in the elderly club*. Bangkok: Public Health Service Center 61, Sai Mai District.
- Supranee Kwanboonchan. (1998). *Sports psychology: Teaching materials*. Bangkok: Thai Watthana Panich.
- ThairathOnline. (2022). *Thailand in 2022 towards a "completely aging society", turning "burden" into "power"*. <https://www.thairath.co.th/news/local/2277535>
- Tsuji, T., Kanamori, S., Saito, M., Watanabe, R., Miyaguni, Y., & Kondo, K. (2019). Specific types of sports and exercise group participation and socio-psychological health in older people. *Journal of Sports Sciences*, 38(4), 422–429.  
<https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1705541>
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

โอกาสการส่งเสริมกีฬากอล์ฟในประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ

วีระยุทธ เพชรบัวศักดิ์\* และ เกษม นครเขตต์

วิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

### บทคัดย่อ

กีฬากอล์ฟในประเทศไทยมีศักยภาพที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำ ประสบการณ์ที่จดจำ และความตั้งใจที่จะกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทยของนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในพื้นที่จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 556 คน จาก 10 สนาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่า จำนวน ความถี่ ร้อยละ ของผู้เดินทางมาเล่นกอล์ฟซ้ำ และค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าระดับ ของประสบการณ์ที่จดจำ และความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในอนาคตอันใกล้ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ พบว่ามีผู้เดินทางกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำมากกว่า 5 ครั้ง เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดจำนวนถึง 250 คน คิดเป็นร้อยละ 44.96 รองลงมาคือมาซ้ำ 2-3 ครั้ง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 30.04 และที่มาเล่นซ้ำ 4-5 ครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 13.31 รวมจำนวนผู้เคยกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำทั้งสิ้น 491 คน คิดเป็นร้อยละ 88.31 และค่าเฉลี่ยของประสบการณ์ที่จดจำและความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยซ้ำอยู่ในระดับสูง แสดงว่านักกอล์ฟชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่ดีมาจากการมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยและยังอยู่ในความทรงจำ เป็นผลให้มีความตั้งใจและวางแผนที่จะกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำอีก

**คำสำคัญ :** กีฬากอล์ฟ; นักกอล์ฟชาวต่างชาติ; การกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำ; ประสบการณ์ที่จดจำ

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: พล.ท. วีระยุทธ เพชรบัวศักดิ์ สาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมกอล์ฟ วิทยาลัยการกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต E-mail: weerayudth9387@gmail.com



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

OPPORTUNITIES FOR PROMOTING GOLF IN THAILAND AS A DESTINATION  
AMONG FOREIGN GOLFERS

Weerayudth Phetbuasak\* and Kasem Nakornkhet

College of Sports, Rangsit University

---

**Abstract**

Golf in Thailand has the potential to become a major destination for foreign golfers. This study aims to explore the frequencies of revisit, memorable experiences, and revisit intentions for golf in Thailand among foreign amateur golfers. Data was collected through questionnaire from the samples group of 556 foreign golfers who traveled to play golf in tourist destination areas across 10 golf courses. Descriptive statistical analysis for numbers, frequencies, and percentage of revisit, along with mean, standard deviation, and level of memorable experiences and revisit intentions for golf in Thailand in the near future. The finding revealed that the biggest sample group of the foreign golfers have revisited for golf in Thailand more than 5 times with the number of 250 golfers (44.96%), following with revisited 2-3 times of 167 golfers (30.04%), and revisited 4-5 times of 74 golfers (13.31%). Altogether, the sample group of foreign golfers have revisited for golf in Thailand 491 golfers, (88.31%). The average score for both memorable experiences and revisit intention for golf was at high level, indicating that most foreign golfers had positive and memorable experiences in Thailand. This resulted in a strong intention and plan to revisit for golf in Thailand again in the near future.

**Key words:** Golf, Foreign Golfers, Revisit for Golf, Memorable Experiences

---

\* Corresponding Author: Lt.Gen. Weerayudth Phetbuasak, Golf Industry Administration, College of Sports, Rangsit University. E-mail: weerayudth9387@gmail.com

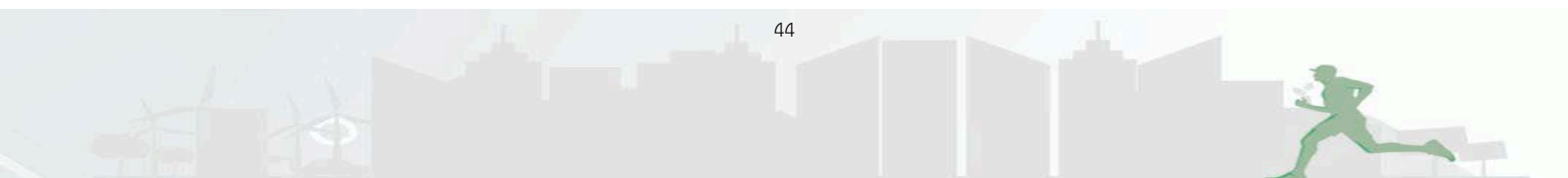
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

กีฬากอล์ฟในรูปแบบกิจกรรมกีฬาเพื่อนันทนาการสำหรับนักกอล์ฟสมัครเล่นทั่วไปเป็นที่นิยมแพร่หลายในระดับสากล โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป และประเทศในทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชาคมกีฬา และถือเอากีฬาเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งในวิถีชีวิต เห็นได้จากกีฬาชนิดต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับให้เป็น กีฬาสากล มีแหล่งกำเนิดมาจากประเทศในแถบทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือทั้งสิ้น กอล์ฟเป็นหนึ่งในชนิดกีฬาที่อ้างว่ามีแหล่งกำเนิดจากสกอตแลนด์ แห่งสหราชอาณาจักร และแพร่กระจายไปยังสหรัฐอเมริกา ซึ่ง ณ ที่นี้ กอล์ฟได้รับความนิยมนิยมสูงสุดจนได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นการแข่งขันกอล์ฟอาชีพ โดยสมาคมนักกอล์ฟอาชีพแห่งอเมริกา (Professional Golfers' Association of America) เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในนาม PGA of America เริ่มการแข่งขันครั้งแรกสำหรับนักกอล์ฟอาชีพชาย ด้วยรายการ US Open ในปี ค.ศ.1895 จากนั้นจึงมีการจัดการแข่งขันชิงเงินรางวัลจำนวนมากสำหรับนักกอล์ฟอาชีพ อย่างต่อเนื่อง 48 รายการตลอดปี (Golflux, 2023) อย่างไรก็ตามกีฬากอล์ฟในฐานะเป็นกีฬาเพื่อนันทนาการสำหรับนักกอล์ฟสมัครเล่นทั่วไปยังคงดำรงอยู่อย่างแพร่หลายในสหรัฐอเมริกา ทำให้เกิดธุรกิจในช่วงโซ่อุปทานของกีฬากอล์ฟขึ้นอย่างกว้างขวาง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เล่นกอล์ฟ นั่นคือการออกแบบและก่อสร้างสนามกอล์ฟ การออกแบบและผลิตอุปกรณ์กอล์ฟ เสื้อผ้า รองเท้ากอล์ฟ รถกอล์ฟ รวมไปถึงโรงเรียนสอนกอล์ฟ ฯลฯ ดังนั้น ด้วยขนาดของการลงทุนและการสร้างกำไรผลตอบแทนจำนวนมากจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬากอล์ฟดังกล่าว ธุรกิจกลุ่มนี้จึงถูกยกระดับขึ้นเป็น “อุตสาหกรรมกอล์ฟ” แต่ด้วยข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งในฤดูหนาวมีอากาศหนาวจัดและมีหิมะปกคลุมพื้นที่ทั่วไปในเขตภูมิภาคตอนกลาง และตอนบนของประเทศ ทำให้สนามกอล์ฟในพื้นที่นี้ต้องปิดให้บริการชั่วคราว นักกอล์ฟที่ต้องการเล่นกอล์ฟในฤดูหนาวจำเป็นต้องเดินทางลงไปยังมลรัฐตอนล่าง เช่น ฟลอริดา แอริโซนา เทกซัส หรือที่เมืองซานดิเอโก ซึ่งอยู่ตอนใต้สุดของรัฐแคลิฟอร์เนีย เท่านั้นที่ยังมีสนามกอล์ฟเปิดให้บริการ

สำหรับกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียกีฬากอล์ฟได้รับความนิยมนิยมสูงชันอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมทั้งประเทศจีน เห็นได้จากทั้ง 3 ประเทศนี้มีการสร้างสนามกอล์ฟขึ้นอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา เพื่อรองรับความต้องการของประชาคมกอล์ฟภายในประเทศ กรณีประเทศญี่ปุ่นมีสนามกอล์ฟ 3140 สนาม เกาหลีใต้ 810 สนาม ซึ่งส่วนใหญ่ต้องสร้างบนพื้นที่ภูเขาเพราะทั้งสองประเทศนี้มีพื้นที่ราบน้อยมากและที่ราบทั้งหมดถูกกันไว้สำหรับเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ส่วนประเทศจีนมีสนามกอล์ฟ 617 สนาม (Golflux, 2023) ส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคมณฑลตอนใต้เนื่องจากยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้ก่อสร้างสนามกอล์ฟได้ทั่วไปในประเทศ ทั้งนี้การเล่นกอล์ฟในประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน มีข้อจำกัดเชิงภูมิศาสตร์เช่นเดียวกับในสหรัฐอเมริกาคือ มีอากาศหนาวจัดและมีหิมะปกคลุมพื้นที่สนามกอล์ฟในฤดูหนาว นักกอล์ฟสามารถเล่นกอล์ฟได้เพียงปีละ 6-7 เดือนเท่านั้น

กีฬากอล์ฟในประเทศไทย เป็นที่รับรู้ได้ว่าปัจจุบันมีนักกอล์ฟสมัครเล่นเข้าใช้บริการสนามกอล์ฟซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ 317 สนาม (Golflux, 2023) ในจำนวนนี้มีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐานระดับสากล สามารถรองรับการจัดการแข่งขันสำหรับนักกอล์ฟอาชีพทั้งชายและหญิงได้หลายสนาม ดังนั้นสนามกอล์ฟระดับ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

มาตรฐานสากลเหล่านี้จึงเป็นสนามกอล์ฟจุดหมายปลายทาง (Golf destinations) สำหรับนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติที่ไม่สามารถเล่นกอล์ฟในประเทศของตนได้ในฤดูหนาวดังได้กล่าวข้างต้น ตั้งเป้าหมายว่าจะเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยสักครั้ง ครั้นเมื่อได้มาสัมผัสประสบการณ์การเล่นกอล์ฟในประเทศไทยครั้งแรก เกิดมีความประทับใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่สนามกอล์ฟเตรียมพร้อมไว้เพื่อให้บริการ ประกอบกับประทับใจในบริบทของสังคมไทยโดยรวม จึงเป็นแรงจูงใจให้อยากที่จะกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยซ้ำอีกในโอกาสต่อไป อย่างไรก็ตามไม่มีข้อมูลแน่ชัดว่าในจำนวนนักกอล์ฟที่มาใช้บริการสนามกอล์ฟต่างๆทั่วประเทศนั้น เป็นนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นเป็นจำนวนเท่าใด แต่สามารถประเมินจากข้อมูลการเข้าใช้บริการโดยพิจารณาจากการจ่ายค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟ (Green fee) ในสนามกอล์ฟที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ ได้แก่ เชียงใหม่ ชลบุรี(พัทยา) ประจวบคีรีขันธ์ (หัวหิน) ภูเก็ต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีสนามที่ได้มาตรฐานระดับสากลและกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟ ในราคาสูงกว่าสนามกอล์ฟทั่วไปในประเทศไทย พบว่านักกอล์ฟที่มาใช้บริการสนามระดับนี้เป็นนักกอล์ฟที่เดินทางมาจากต่างประเทศในรูปแบบของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Golf tourism) ทำให้มีรายได้ที่เกิดจากกีฬาจากกอล์ฟ เฉพาะปี พ.ศ.2565 ถึง 3,581 ล้านบาท (Office of the Permanent Secretary, 2024)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟของนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ด้านความถี่ของการกลับมาเล่นซ้ำ และความประทับใจที่จดจำ อันอาจส่งผลให้ต้องการการกลับมาเล่นซ้ำ เพื่อเป็นข้อมูลจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และอำนวยความสะดวกให้แก่นักกอล์ฟชาวต่างชาติเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความถี่ของการกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทย ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาประสบการณ์ที่จดจำ จากการมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำ ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาเดียว (Cross sectional design) จากนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ในระดับบุคคลเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในช่วงเวลาระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2567





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จากสนามกอล์ฟที่ได้รับการจัดอันดับเป็นสนามกอล์ฟยอดนิยมของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ (Tripadvisor, 2023) จำนวน 10 สนาม ได้แก่ 1) อัลไพน์ กอล์ฟคลับ 2) บันยัน กอล์ฟคลับ 3) เรดแมนเทน กอล์ฟคลับ 4) เชียงใหม่ กรีนวัลเลย์ คันทรี่คลับ 5) บูลแคนยอน คันทรี่คลับ 6) แบล็คแมนเทน กอล์ฟคลับ 7) สปริงฟีลด์ รอยัล คันทรี่คลับ 8) แทลมดบัง อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล คันทรี่คลับ 9) ซีโพนี กอล์ฟคลับ และ 10) สยามคันทรี่คลับ พัทยา โอลด์ คอร์ส โดยผู้วิจัยกำหนดจำนวนสนามละ 54 คน รวม 540 คน โดยคำนึงถึงหลักการกระจายตัวอย่างสมดุลเพื่อให้ข้อมูลครอบคลุมสนามกอล์ฟยอดนิยมทั้ง 10 แห่ง ทั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ไว้ด้วย รวมจำนวนทั้งสิ้น 556 คน

### เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป 2) ข้อมูลเกี่ยวข้องกับนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำ 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ที่จดจำ และ 4) ความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำอีกในอนาคต โดยข้อคำถามส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามความถี่ในการกลับมาเล่นซ้ำ และข้อคำถามส่วนที่ 3-4 เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

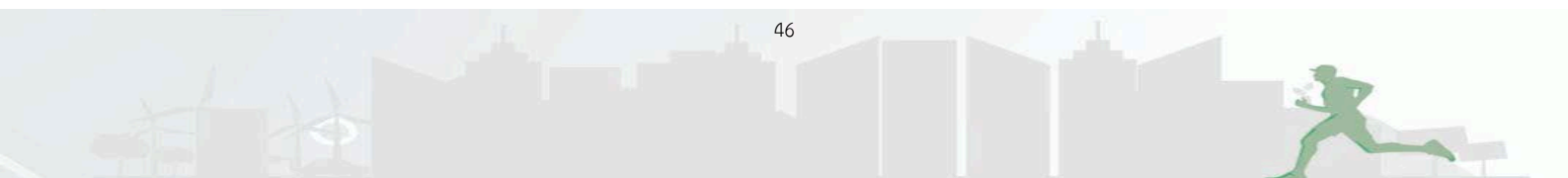
ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยดัชนีสอดคล้อง (Index of Congruence) โดยผู้ทรงวุฒิจำนวน 5 ท่าน มีค่าอยู่ในระหว่าง 0.80-1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยที่ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด ผลการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ในช่วงระหว่าง 0.774-0.940

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ณ สนามกอล์ฟ 10 สนาม ในการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 รวมเป็นระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อแสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละ ของมากกลับมาเล่นซ้ำ และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าระดับ ของประสบการณ์ที่จดจำ และความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำของกลุ่มตัวอย่าง



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ผลการวิจัย

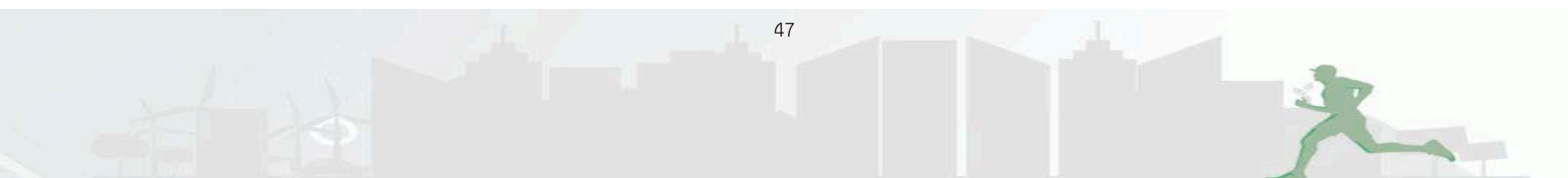
การเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติทั้งสิ้นจำนวน 556 คน มีจำนวนและความถี่ในการเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยตั้งแต่มาเป็นครั้งแรก จนถึงเดินทางกลับมาเล่นซ้ำ ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละของการเดินทางมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติ

ความถี่ในการเล่นซ้ำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาเป็นครั้งแรก	65	11.69
2-3 ครั้ง	167	30.04
4-5 ครั้ง	74	13.31
มากกว่า 5 ครั้ง	250	44.96
<b>รวม</b>	<b>556</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 เห็นได้ว่ามีกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติ ที่เดินทางกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทยมากกว่า 5 ครั้ง เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดด้วยจำนวนถึง 250 คน คิดเป็นร้อยละ 44.96 รองลงมาคือกลุ่มที่กลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 30.04 และกลุ่มที่มาเล่นกอล์ฟซ้ำ 4-5 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด 74 คน คิดเป็นร้อยละ 13.31 ขณะที่กลุ่มที่ระบุว่าเป็นการมาเล่นครั้งแรกมี 65 คน คิดเป็นร้อยละ 11.69 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติส่วนใหญ่เมื่อเคยมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยแล้วยังมีความต้องการกลับมาเล่นซ้ำอีก นั่นย่อมหมายถึงนักกอล์ฟชาวต่างชาติเหล่านั้นเกิดความประทับใจในการที่ได้สัมผัสบรรยากาศของเกมการเล่นกอล์ฟ ณ สนามกอล์ฟต่างๆ ในประเทศไทย จึงนับได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบของการบริหารจัดการธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทย ที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติ ส่งผลให้นักกอล์ฟเหล่านั้นพร้อมที่จะตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยอีกในโอกาสต่อไป

ความประทับใจอันเกิดจากการได้สัมผัสบรรยากาศของเกมการเล่นกอล์ฟ ณ สนามกอล์ฟต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้ยังมีความต้องการกลับมาเล่นซ้ำอีก ย่อมมาจากประสบการณ์ที่ดีที่นักกอล์ฟชาวต่างชาติเหล่านั้นได้รับจากการให้บริการที่มีมาตรฐานสูงจากสนามกอล์ฟฯ และเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำหรือประสบการณ์ที่จดจำ ดังแสดงในตารางที่ 2



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

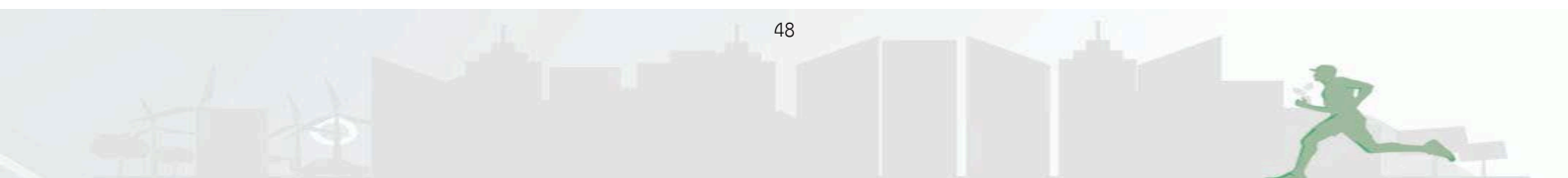
**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับประสบการณ์ที่จดจำ ของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟ  
ชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย

ประสบการณ์ที่จดจำ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1.ฉันมีความทรงจำที่ยอดเยี่ยมเกี่ยวกับ ประสบการณ์การเล่นกอล์ฟที่สนามกอล์ฟ	4.20	.75	สูง
2.ฉันจะไม่ลืมประสบการณ์การเล่นกอล์ฟ	4.12	.84	สูง
3. ฉันจะจดจำสิ่งดีๆมากมายเกี่ยวกับ ประสบการณ์การเล่นกอล์ฟ	4.18	.79	สูง
4. ฉันได้สัมผัสกับสิ่งที่น่าสนใจใหม่ๆ ระหว่างที่มาเยือนสนามกอล์ฟ	4.14	.78	สูง
5. สนามกอล์ฟสร้างความทรงจำที่ดี	4.17	.80	สูง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16</b>	<b>.68</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการลงเล่นกอล์ฟ ณ สนามกอล์ฟในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย และระบุว่าเป็นประสบการณ์ที่จดจำ อยู่ในระดับสูงทุกประเด็น ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.16 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .68 ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ที่จดจำดังกล่าว ส่งผลให้เป็นความตั้งใจของนักกอล์ฟชาวต่างชาติ ที่ระบุว่ามี ความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยซ้ำอีกเมื่อมีโอกาส ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความตั้งใจกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยซ้ำ  
ของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติ

ความตั้งใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. ฉันคิดว่าฉันจะกลับมาเยือนสนามกอล์ฟอีกครั้งใน อนาคตอันใกล้	4.22	.90	สูง
2. ฉันมีความตั้งใจอย่างมากที่จะกลับมาเยือนสนาม กอล์ฟอีกครั้ง	4.13	.85	สูง
3. ฉันมั่นใจว่าจะกลับมาเยือนสนามกอล์ฟอีกครั้ง แน่นอน	4.26	.83	สูง
4. ฉันวางแผนที่จะกลับมาเยือนสนามกอล์ฟอีกครั้งใน อนาคตอันใกล้	4.14	.93	สูง
5. ฉันอยากกลับมาเยือนสนามกอล์ฟอีก	4.28	.81	สูง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.21</b>	<b>.75</b>	<b>สูง</b>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

จากตารางที่ 3 สะท้อนระดับความตั้งใจในการกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติ อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.21 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .75 โดยเฉพาะด้านการอยากกลับมาเยือนสนามกอล์ฟอีก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .81 และสามารถเรียงลำดับความตั้งใจจาก 1) คิดว่าจะกลับมา 2) ตั้งใจอย่างมากว่าจะกลับมา 3) มั่นใจว่าจะกลับมาแน่นอน 4) ถึงขั้นวางแผนที่จะกลับมา และ 5) มีความอยาก หรือ ต้องการจะกลับมาอีกครั้ง

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติ จำนวนทั้งสิ้น 556 คน ที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาเล่นกอล์ฟในรูปแบบของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Golf tourism) ในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือน พฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ.2567 ซึ่งจัดเป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low season) ของประเทศไทย การที่นักกอล์ฟชาวต่างชาติกลุ่มนี้ตั้งใจเดินทางมาเล่นกอล์ฟในช่วงเวลาดังกล่าว แสดงว่านักกอล์ฟเหล่านั้นมีการรับรู้เกี่ยวกับสนามกอล์ฟในประเทศไทยในทางที่ต่อกิจกรรมการเล่นกอล์ฟแม้เป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับผลการศึกษา Cham et al. (2021) ที่ชี้ว่านักกอล์ฟที่มีการรับรู้เชิงบวกต่อสนามกอล์ฟและสิ่งอำนวยความสะดวกมักแสดงความตั้งใจที่จะกลับมาเยือนอีกครั้ง อาทิ เช่น 1) สนามกอล์ฟในประเทศไทยพร้อมเปิดให้บริการได้ตลอดปี โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องฤดูกาล และสภาพภูมิอากาศ 2) ลักษณะทางกายภาพของสนามกอล์ฟในประเทศไทย มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล โดยพิจารณาจาก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนาม (Golf courses facilities) ได้แก่ พื้นหญ้าบนแท่นตีออฟ (Tee-off deck) พื้นหญ้าในสนามกอล์ฟ (Fairways) พื้นผิวบนกรีน (Greens) และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ในสนามกอล์ฟ ได้รับการดูแลบำรุงรักษาให้มีความสมบูรณ์ตลอดปี ซึ่งผลการศึกษา Çevik and Şimşek (2020) ชี้ว่าสิ่งเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักกอล์ฟ 3) สนามกอล์ฟมีการออกแบบและก่อสร้างบนพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ เช่น บริเวณภูเขาในภาคเหนือ พื้นที่ราบในภาคกลาง และ พื้นที่ชายทะเลในแถบภาคตะวันออกและภาคใต้ ซึ่งเป็นแรงจูงใจและมีความท้าทายให้นักกอล์ฟอยากมาเล่น ซึ่ง Obradović and Tešin (2023) ระบุว่าความหลากหลายทางภูมิศาสตร์สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและความท้าทายให้นักกอล์ฟได้ และ 4) คลับเฮาส์ (Clubhouses) ให้บริการอาหารเครื่องดื่ม ห้องล็อกเกอร์อาบน้ำหลังจบเกมการเล่น พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆที่ทันสมัย ความพร้อมของสนามกอล์ฟในประเทศไทยดังกล่าวเป็นแรงจูงใจให้นักกอล์ฟสมัครเล่นชาวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยได้ตลอดทั้งปีโดยไม่มีข้อจำกัดด้านฤดูกาล ดังนั้นเมื่อใดก็ตามที่นักกอล์ฟชาวต่างชาติสามารถจัดสรรเวลาเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวได้ ยินดีเลือกที่จะมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย และจากข้อมูลความถี่ของการกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำของกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติ ที่พบว่ามีความถี่ ตั้งแต่ 2- 3 ครั้ง 3-4 ครั้ง ในขณะที่มีนักกอล์ฟจำนวนมากที่สุดถึงจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 44.96 กลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทยโดยมีความถี่ มากกว่า 5 ครั้ง แสดงให้เห็นว่านักกอล์ฟชาวต่างชาติเหล่านั้นได้รับประสบการณ์ที่ดีมาจากการมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยครั้งก่อนหน้า ประสบการณ์ดังกล่าวเกิดจากการได้สัมผัสสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวก



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

สะดวกในสนามกอล์ฟขณะเล่น และหลังจบเกมการเล่น รวมถึงภูมิทัศน์ทางธรรมชาติโดยรอบสนามกอล์ฟที่หลากหลายและสวยงาม ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น ยังมีปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักกอล์ฟชาวต่างชาติให้เลือกที่จะกลับมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยซ้ำอีกหลายครั้ง ได้แก่ การบริการที่ประทับใจ และค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟราคาถูก

การบริการที่ประทับใจ จากเจ้าหน้าที่และบุคลากรฝ่ายต่างๆในสนามกอล์ฟ เป็นจุดขายหลักของธุรกิจสนามกอล์ฟในประเทศไทย ทั้งนี้เป็นที่รับรู้โดยทั่วไปในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าลักษณะนิสัยอันเป็นอัตลักษณ์ของคนไทย คือ ความเป็นมิตร มีจิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้เกียรติผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Cham et al. (2021) ที่ระบุว่าประสบการณ์ที่ดีจากการบริการมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ยิ่งเป็นกรณีการบริการในสนามกอล์ฟซึ่งเป็นการให้บริการแก่นักกอล์ฟฯต่างๆก็ตาม ซึ่งต่างเป็นลูกค้าสำคัญของสนามกอล์ฟ บุคลากรสนามกอล์ฟทุกฝ่ายจะมีความประณีตและใส่ใจต่อการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเสมอ โดยเฉพาะการให้บริการของแคดดี้ ซึ่งติดตามให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเล่นกอล์ฟตลอด 18 หลุม เป็นเวลานานถึง 4-5 ชั่วโมง ของการเล่นกอล์ฟแต่ละครั้ง การให้บริการดูแลอำนวยความสะดวกอย่างเป็นกันเองของแคดดี้ในช่วงเวลายาวนานดังกล่าวช่วยให้นักกอล์ฟมีความรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เครียดกับเกมการเล่นมากเกินไป ทำให้นักกอล์ฟมีความสุขและสนุกไปกับการเล่น แตกต่างจากการเล่นกอล์ฟในประเทศของตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือ ซึ่งไม่มีแคดดี้ให้บริการสำหรับนักกอล์ฟสมัครเล่นทั่วไป นักกอล์ฟต้องบริหารจัดการตลอดเกมการเล่นด้วยตนเอง ให้เป็นไปตามกฎ กติกา มารยาท (Rules, Regulation and Etiquette) ของการเล่นกอล์ฟ ซึ่งถือว่าเป็นภาระอย่างมากของผู้เล่นจนอาจก่อให้เกิดความเครียดระหว่างเกมการเล่นได้ (Çevik & Şimşek, 2020) แคดดี้ของสนามกอล์ฟในประเทศไทยโดยทั่วไปได้รับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมาแล้วเป็นอย่างดีจึงสามารถรับภาระการบริหารจัดการให้เกมการเล่นกอล์ฟแต่ละครั้งเป็นไปตามกฎ กติกา มารยาท ได้โดยนักกอล์ฟไม่ต้องวิตกกังวล นักกอล์ฟชาวต่างชาติจึงเกิดความประทับใจในประสบการณ์ดีๆ ที่ได้รับจากการมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย

ค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟราคาถูก เป็นประสบการณ์ใหม่ที่ประทับใจแก่นักกอล์ฟชาวต่างชาติอย่างมาก ซึ่งตามผลการศึกษาของ Obradović and Tešin (2023) ค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผลเป็นแรงจูงใจหลักที่ทำให้นักกอล์ฟเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทาง เพราะเป็นที่รับรู้โดยทั่วไปว่าราคาค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟในกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกาเหนือ รวมทั้งกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลี และจีน ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีประชากรเป็นนักกอล์ฟสมัครเล่นมากที่สุด การเล่นเกมการเล่นแต่ละครั้งในประเทศของตนต้องจ่ายค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟสูงกว่าสนามกอล์ฟในประเทศไทยที่มีมาตรฐานระดับเดียวกันโดยเฉลี่ย 3-4 เท่า ค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟจึงเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ดึงดูดนักกอล์ฟชาวต่างชาติยินดีที่จะกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทย โดยอาจมีการเปลี่ยนไปเล่นยังสนามกอล์ฟใหม่ๆตามภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยที่ยังไม่เคยไป

นอกจากนี้จากตารางที่ 2 แสดงค่าระดับคะแนนของประสบการณ์ที่จดจำของนักกอล์ฟชาวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ซึ่งมีค่าระดับสูง ในทุกข้อคำถาม อธิบายโดยรวมตามลำดับได้ดังนี้ เริ่มจากการมีความทรงจำที่ยอดเยี่ยมจากประสบการณ์การเล่นกอล์ฟในสนามที่กำหนดเป็นขอบเขตเชิงพื้นที่ของ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

การศึกษาครั้งนี้ทั้ง 10 สนาม และจะไม่ลืมประสบการณ์ที่ได้รับจากการเล่นกอล์ฟในสนามกอล์ฟเหล่านี้ เพราะในประสบการณ์การเล่นกอล์ฟครั้งนั้นมีสิ่งดีๆ ให้จดจำมากมาย อีกทั้งยืนยันด้วยว่าได้สัมผัสกับสิ่งที่น่าสนใจใหม่ๆ ระหว่างมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย จึงสรุปได้ว่าสนามกอล์ฟในประเทศไทยที่ได้สัมผัสจากเกมการเล่นด้วยตนเองสร้างความทรงจำที่ดีมาก จึงเป็นการยืนยันโดยกลุ่มตัวอย่างนักกอล์ฟชาวต่างชาติว่าสนามกอล์ฟในประเทศไทยทั้ง 10 สนาม สร้างประสบการณ์ที่จดจำ ในทิศทางที่ดีแก่ตนหลากหลายประการ นับตั้งแต่สนามกอล์ฟในประเทศไทยเปิดให้บริการได้ตลอดปี ลักษณะทางกายภาพของสนามกอล์ฟในประเทศไทย มีมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากล สนามกอล์ฟได้รับออกแบบและก่อสร้างบนพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ มีคลับเฮาส์ (Clubhouses) ให้บริการอาหารเครื่องดื่ม ห้องล็อกเกอร์อาบน้ำหลังจบเกมการเล่น พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ทันสมัย เสริมด้วยการบริการที่ประทับใจจากบุคลากรฝ่ายต่างๆ ของสนามกอล์ฟ สิ่งที่ดีข้อสุดท้ายของสนามกอล์ฟในประเทศไทยและเชื่อว่าน่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักกอล์ฟชาวต่างชาติให้กลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำๆ เมื่อมีโอกาสคือ ค่าธรรมเนียมสนามกอล์ฟในประเทศไทยราคาถูกมากเมื่อเปรียบเทียบกับสนามที่มีมาตรฐานระดับเดียวกันในต่างประเทศ และจากประสบการณ์อันเป็นที่ประทับใจของนักกอล์ฟชาวต่างชาติทุกประการดังกล่าว ส่งผลให้นักกอล์ฟกลุ่มตัวอย่างแสดงความตั้งใจในระดับสูงว่าจะกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำในประเทศไทยอีก โดยระบุว่า มีความตั้งใจอย่างมากที่จะกลับมาเยือนสนามกอล์ฟแห่งนี้อีกครั้งในอนาคตอันใกล้อย่างแน่นอน พร้อมทั้งมีการวางแผนการเดินทางกลับมาอีกครั้งในอนาคตอันใกล้นี้ สอดคล้องกับผลวิจัยของ Chen et al. (2023) และ Obradović and Tešin (2023) ที่ได้ศึกษาประสบการณ์ที่จดจำที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาเล่นกอล์ฟซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทย ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีความจงรักภักดีของลูกค้าและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าการที่ผู้เล่นรู้สึกว่าคุณมีความทรงจำที่ยอดเยี่ยมเกี่ยวกับประสบการณ์การเล่นกอล์ฟ เป็นผลมาจากการจัดการสนามกอล์ฟที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความคิดที่ว่าพวกเขาจะกลับมาเยือนสนามกอล์ฟแห่งนี้อีกครั้งในอนาคตอันใกล้ ความประทับใจในประสบการณ์การเล่นกอล์ฟนั้นสามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกจงรักภักดีต่อสนามกอล์ฟได้อย่างมีนัยสำคัญ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ควรนำไปเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ เนื่องจากเป็นที่ชัดเจนว่าประเทศไทยมีศักยภาพสูงอย่างมากด้านการให้บริการกีฬากอล์ฟแก่นักกอล์ฟชาวต่างชาติ และสิ่งที่ตามมาแก่นักกอล์ฟชาวต่างชาติคือการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อบริการต่างๆ นอกเหนือจากการเล่นกอล์ฟ คือ โรงแรม อาหาร การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟเป็นกลุ่มที่มีฐานะเศรษฐกิจดี ย่อมมีกำลังซื้อสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

2. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการตลาดกีฬากอล์ฟ ในประเทศต่างๆทั่วโลกที่มีประชากรเป็นนักกอล์ฟสมัครเล่นจำนวนมาก เช่น กลุ่มประเทศทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ เอเชียตะวันออก รวมทั้งออสเตรเลีย และประเทศในกลุ่มอาเซียน

3. กำหนดมาตรการเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เข้า-ออก ประเทศสำหรับนักกอล์ฟชาวต่างชาติเป็นการเฉพาะ เพื่อเอื้อให้นักกอล์ฟชาวต่างชาติสามารถเดินทางมาเล่นกอล์ฟในประเทศไทยได้ง่าย เช่น การให้ VISA on Arrivals และมาตรการสร้างแรงจูงใจอื่นๆ ที่ปฏิบัติได้ตามกฎหมายไทย

### ข้อเสนอเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรจะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสนามกอล์ฟ ของนักกอล์ฟชาวต่างชาติจำแนกรายประเทศ หรือกลุ่มประเทศ เพื่อเตรียมการบริการของสนามกอล์ฟให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักกอล์ฟที่แตกต่างกัน (Sustainable Development Goals – SDGs) เพื่อเป็นจุดขายของอุตสาหกรรมกอล์ฟในประเทศไทย ที่สามารถตอบสนองกระแสหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับสากล

### References

- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Annual performance report of the 2023 government action plan, Ministry of Tourism and Sports.*  
[https://secretary.mots.go.th/download/article/article\\_20231228103705.pdf](https://secretary.mots.go.th/download/article/article_20231228103705.pdf)
- Çevik, H., & Şimşek, K. Y. (2020). The effect of event experience quality on the satisfaction and behavioral intentions of motocross World Championship spectators. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(2), 389-408. doi:10.1108/IJSMS-05-2019-0052
- Cham, T.-H., Cheah, J.-H., Ting, H., & Memon, M. A. (2021). Will destination image drive the intention to revisit and recommend? Empirical evidence from golf tourism. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 23(2), 385-409.
- Chen, K. H., Huang, L., & Ye, Y. (2023). The relationship between wellness tourism experiencescape and revisit intention: A chain mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(3), 893-918.  
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-01-2022-0050>
- Golflux. (2023). *Golf break and golf holiday in Asia.* <https://www.golflux.com>
- Golmasterthai. (2023). *History of the PGA tournament.* <https://golmasterthai.com/pga-tour/0/0>





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

Obradović, S., & Tešin, A. (2023). Mountain winter getaways: Excitement versus boredom.

*Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 42, 1–11.

<https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100623>

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Annual performance report of the 2023 Government Action Plan, Ministry of Tourism and Sports.*

[https://secretary.mots.go.th/download/article/article\\_20231228103705.pdf](https://secretary.mots.go.th/download/article/article_20231228103705.pdf)

Tripadvisor. (2023). *Top-rated golf courses for international golfers.*

<https://th.tripadvisor.com/Attractions-g293915-Activities-c61-t60-Thailand.html>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
กรณีศึกษา วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า

นิชาพร เชื้อจาด, ภัทรพร ฉิมเจริญ, ศุภิสรา สีหาคลั่ง  
กฤษฎี คงประสิทธิ์, ปุณณวัธ ศักดิ์ศรีสุข, ภาณุพล รัตนปนัดดา, สุรียัน สมพงษ์\*  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

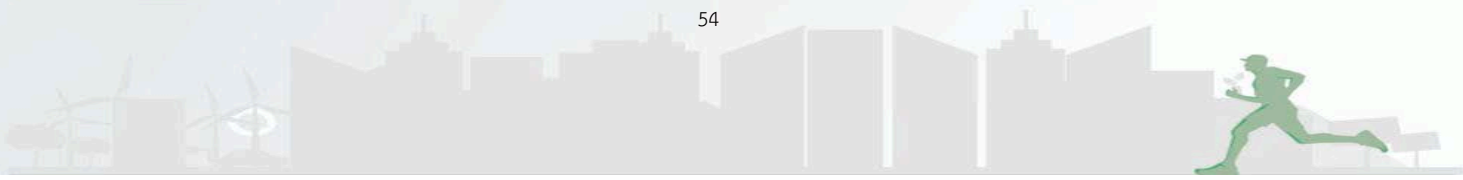
### บทคัดย่อ

ธุรกิจฟิตเนสในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 8-10% ต่อปี จากการศึกษาที่ประชาชนมีความตระหนักในเรื่องสุขภาพมากขึ้น งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยเลือก วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้าเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นฟิตเนสชั้นนำในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอัตราการเติบโตโดดเด่น วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือการศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเสนอแนวทางพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างคือสมาชิก วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า จำนวน 300 คน เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ Google Form สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ F-test (one-way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 69.3 อายุระหว่าง 18-25 ปี ร้อยละ 68 และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 51 ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) อย่างไรก็ตาม ทั้งสองด้านยังอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

**คำสำคัญ :** ธุรกิจฟิตเนส; ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ; ความพึงพอใจ

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: ผศ.ดร.สุรียัน สมพงษ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: suriyan.so@ssru.ac.th



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING USER'S SATISFACTION: CASE STUDY OF  
THE WE FITNESS MAJOR PINKLAO

Nichaporn Chuejad, Pattaraporn Chimjareon, Supitsara Seehakhleng  
Krit Kongprasit, Punwatt Saksrisuk, Panupol Ratanapanadda, Suriyan Somphong\*  
Faculty of Science and Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

---

### Abstract

The fitness industry in Thailand has been growing at a rate of 8–10% annually due to increased public awareness of health and wellness. This study examines the service marketing mix factors influencing customer satisfaction, using WE Fitness, Major Pinklao branch, as a case study. WE Fitness is a leading fitness center in Bangkok and its metropolitan area, demonstrating notable growth. The objective of this research is to analyze and compare the seven dimensions of the service marketing mix (7Ps)—Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence—that affect customer satisfaction. The study also aims to propose improvements to better meet customer needs. The sample group consisted of 300 members of WE Fitness, Major Pinklao branch. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. Statistical tools used in the analysis included frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and F-test (one-way ANOVA). The findings revealed that the majority of respondents were male (69.3%), aged 18–25 years (68%), and had an average monthly income of less than 25,000 Baht (51%). The dimension with the highest average satisfaction score was Place (Distribution Channels), with a mean score of 4.38, indicating a high level of satisfaction. The dimension with the lowest average satisfaction score was Promotion, with a mean score of 3.76, which also indicated a high level of satisfaction.

**Keywords:** Fitness Business, Service Marketing Mix, Satisfaction

---

\*Corresponding Author: Suriyan Somphong, Faculty of Science and Technology, Suan Sunandha Rajabhat University. E-mail: suriyan.so@ssru.ac.th

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

จากการสำรวจข้อมูลพบว่ามีสถานประกอบการฟิตเนสเป็นจำนวนมากทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก โดยข้อมูลจาก Kasikorn Research Center (2024) เคยระบุว่าอุตสาหกรรมฟิตเนสในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโต 8 – 10% ต่อปี ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ หรือการเดินหน้าเปิดสาขาใหม่ของผู้ประกอบการรายเก่า ภูมิทัศน์ด้านฟิตเนสในประเทศไทยมีการเติบโตที่รวดเร็ว เนื่องจากคนไทยชื่นชอบการออกกำลังกายระยะสั้น ใช้เวลาน้อยแต่ได้ผลลัพธ์ที่ดี รวมทั้งจะต้องเดินทางง่ายและสะดวก ส่งผลให้มีการแข่งขันกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดุเดือด

ในปัจจุบันสถานประกอบการฟิตเนส มีการแข่งขันกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มข้นเป็นอย่างมาก เช่น การเพิ่มสาขาให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น มีการออกแบบโครงสร้างและการตกแต่งภายในที่ทันสมัยแปลกใหม่ มีคลาสการเรียนการออกกำลังกายให้เลือกหลากหลายรูปแบบ การให้บริการของพนักงานที่สะดวก รวดเร็ว การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง การแข่งขันด้านราคาและการโฆษณาต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งตรงกับแนวคิดของ Kotler (1997) ถึงเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการ Service Marketing Mix ของการบริการไว้ 7 อย่าง หรือ 7'Ps เป็นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) มีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยทั้งสองรูปแบบต้องมีคุณภาพและมาตรฐาน ราคา (Price) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งการแข่งขันและสามารถสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมได้ สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เน้นการกระจายการบริการหรือสินค้าที่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ง่าย ไม่มีความซับซ้อนที่มากเกินไป สะดวกต่อการเดินทางและมีหลายสาขา การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่ดีต่อกลุ่มเป้าหมายจนทำให้เกิดความผูกพันทางด้านอารมณ์แบบแนบแน่น บุคคล (People) มีความน่าไว้วางใจ น่าเชื่อถือ มีความรู้ความสามารถตรงตามที่กลุ่มเป้าหมายต้องการกระบวนการ (Process) มีความสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีความปลอดภัยต่อข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีความแตกต่าง โดดเด่น ทันสมัยตรงตามกระแสสังคมนิยม ทั้งหมดนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยสำหรับการทำการตลาด เพราะกลยุทธ์เปรียบเสมือนแผนที่ในการพาเราไปสู่ความเป้าหมาย ไม่ว่าจะธุรกิจจะอยู่ในรูปแบบใด สิ่งแรกที่เราควรมีคือ วิธีการ หรือ กลยุทธ์ทางการตลาดยิ่งในอุตสาหกรรมฟิตเนสที่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่มากมาย ประกอบกับธุรกิจฟิตเนสมีการลงทุนที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง กลยุทธ์ทางการตลาดจึงต้องมีความรัดกุมและความคาดหวังที่จะสร้างกำไรในอนาคตต่อไปได้ ซึ่งสำคัญตั้งแต่การเลือกวิธีการ การวางแผน ลำดับขั้นตอนการลงมือทำการตลาดอย่างมีชั้นเชิง เพื่อบรรลุเป้าหมายทางการตลาดหรือเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวกับธุรกิจฟิตเนสก็จะมีอยู่ด้วยกันหลากหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้ช่องทางสื่อโซเชียลต่าง ๆ ในการนำเสนอ การจัดทำส่วนลดค่าแรกเข้า การทดลองใช้ฟรีในครั้งแรก การมีของสมนาคุณ โดยเราสามารถวางกลยุทธ์การตลาดได้ทั้งระยะยาวและระยะสั้น ซึ่งกำหนดโดยเป้าหมายทางการตลาดและ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

จุดประสงค์ของผู้ประกอบการ การได้ทราบข้อมูลระดับความพึงพอใจความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี ว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายนั้นให้ความสำคัญในปัจจัยด้านใดจึงได้ตัดสินใจมาใช้บริการฟิตเนสของผู้ประกอบการ และอีกหนึ่งในทางตรงข้ามที่ผู้ประกอบการสามารถทราบได้ คือ มีปัจจัยในด้านใดหรือไม่ ที่ควรปรับปรุงหรือหาแนวทางในการแก้ไขพัฒนาเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้มาใช้บริการได้ทั้งหมด รวมไปถึงการได้ทราบข้อมูลพฤติกรรมการใช้ฟิตเนสของผู้มาใช้บริการ เช่น วันที่ลูกค้านิยมมาใช้บริการ ช่วงเวลาที่ลูกค้านิยมมาใช้บริการ ความถี่ในการเข้าใช้บริการ และระยะเวลาที่เข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง ข้อมูลพฤติกรรมเหล่านี้ที่กล่าวมา สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ เช่น เตรียมเทรนเนอร์หรือเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอต่อการรองรับลูกค้าในช่วงเวลาหรือวันที่ลูกค้านิยมมาใช้บริการ ซึ่งก็เป็นอีกกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความประทับใจต่อผู้มาใช้บริการได้ การได้ทราบถึงข้อมูลของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอีกหนึ่งวิธีการแรกเริ่มที่สำคัญในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด หากไม่มีการสำรวจข้อมูลหรือจัดทำแบบสอบถามระดับความพึงพอใจต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้ประกอบการอาจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ไม่ครอบคลุมหรือไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทั้งหมด ซึ่งนั่นก็อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการฟิตเนสในครั้งต่อ ๆ ไปได้เช่นกัน

ซึ่งฟิตเนสนั้นก็เป็นหนึ่งในฟิตเนสชั้นนำในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ.2013 ปัจจุบันมีทั้งหมด 7 สาขา ได้แก่ สาขาเมเจอร์รัชโยธิน สาขาเมเจอร์สุขุมวิทเอกมัย สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า สาขาเอสพลานาดรัชดา สาขาเจ อเวนิว ทองหล่อ สาขาโรงแรมวี ราชเทวี และสาขาล่าสุดอย่างเอสพลานาด แคราย ซึ่งใหญ่เป็นอันดับสองรองจากสาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า ทางคณะผู้วิจัยได้เลือกสาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า มาเป็นกรณีศึกษาเนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจ เช่น ห้องโยคะมีขนาดใหญ่ขึ้น 30% มีห้องคลาสต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มพื้นที่และจำนวนเตียงฟิตเนส มีการปรับพื้นที่ห้องนั่งเล่น มีห้องสำหรับการนวดแบบสปอร์ต และการนวดแบบดั้งเดิมโดยผู้เชี่ยวชาญ การเปลี่ยนจักรยานใหม่ทั้งหมด พื้นที่ออกกำลังกายแบบฟรีเวทที่เพิ่มมากขึ้น และอุปกรณ์ใหม่ที่เพิ่มเข้ามาพร้อมกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อบ่งชี้ว่าฟิตเนส สาขาเมเจอร์ ปิ่นเกล้า มีอัตราการเติบโตจำเป็นต้องเพิ่มขนาดพื้นที่และอุปกรณ์เพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ (WE Fitness, 2024)

ทางคณะผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ ว่าปัจจัยด้านใดมีผลต่อการเลือกใช้บริการมากน้อยเพียงใด ซึ่งแต่ละบุคคลนั้นมีความต้องการในแต่ละปัจจัยไม่เท่ากัน ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะจัดการปัจจัยด้านต่าง ๆ ออกมาให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด การที่ได้ทราบถึงระดับความต้องการและระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านนั้น สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคต ทั้งในการพัฒนาหรือการแก้ไขปรับปรุง และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจอยากประกอบการธุรกิจฟิตเนสรายใหม่ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจผู้ที่มาใช้บริการเพื่อรักษาระดับความพึงพอใจไว้ได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และยังเป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดวิจัยต่อไปตามต้องการ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า ทั้ง 7 ปัจจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
    - 1.1 ประชากร ได้แก่ สมาชิก วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า จำนวน 1,072 คน (WE Fitness, 2024)
    - 1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกที่มาใช้บริการ วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า จำนวน 300 คน (Yamane, 1973) โดยสุ่มเลือกอย่างอิสระ
    - 1.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ เก็บข้อมูลผ่านทาง Google Form แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
      - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ อายุ เพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
      - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า
      - ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
    - 1.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
      - 1.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้ให้คะแนนความเที่ยงตรง ดังนี้ 1.00, 0.98, และ 0.97 (Methapat Techasettasiri, 2018)
      - 1.4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) 90% (Methapat Techasettasiri, 2018)
    - 1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
      - 1.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลกับสมาชิกที่มาใช้บริการ วิ ฟิตเนส สาขาเมเจอร์ปิ่นเกล้า จำนวน 300 คน
      - 1.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ข้อมูลส่วนนี้เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัย วารสารและเอกสารต่าง ๆ
- ### ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
1. ตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เริ่มวันที่ 22 กรกฎาคม ถึง 28 สิงหาคม พ.ศ. 2567
  2. เขียนโครงการวิจัย เริ่มวันที่ 1 สิงหาคม ถึง 28 สิงหาคม พ.ศ. 2567
  3. เสนอโครงการวิจัย วันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2567





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

4. เก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มวันที่ 30 กันยายน ถึง 23 ตุลาคม พ.ศ. 2567
5. วิเคราะห์ข้อมูล เริ่มวันที่ 23 ตุลาคม ถึง 24 ตุลาคม พ.ศ. 2567
6. สรุปผลการวิจัย เริ่มวันที่ 25 ตุลาคม ถึง 28 ตุลาคม พ.ศ. 2567
7. นำเสนอรายงานการวิจัย วันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีลิเคิร์ทสเกล
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
  - 2.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
  - 2.2 สถิติเชิงอนุมาน คือ F-test (one – way ANOVA) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

### ผลการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม

##### 1.1 เพศ (n=300)

#### ตารางที่ 1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	208	69.3
หญิง	92	30.7

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชายจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 และเป็นเพศหญิงจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 ตามลำดับ

##### 1.2 อายุ (n=300)

#### ตารางที่ 2 อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 18 ปี	17	5.7
18 – 25 ปี	204	68
26 – 35 ปี	44	14.7
36 – 45 ปี	20	6.7
46 – 60 ปี	9	3
60 ปีขึ้นไป	6	2

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 18 – 25 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 อายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

6.7 อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 อายุระหว่าง 46 – 60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (n=300)

**ตารางที่ 3** รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 25,000 บาท	153	51
25,001 – 35,000 บาท	135	45
35,001 – 50,000 บาท	11	3.7
50,001 – 70,000 บาท	0	0
มากกว่า 70,000 บาท	1	0.3

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 25,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รายได้เฉลี่ยระหว่าง 35,001 – 50,000 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยมากกว่า 70,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 50,001 – 70,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ

2.1 ประเภทของสมาชิกที่ท่านใช้บริการ (n=300)

**ตารางที่ 4** ประเภทของสมาชิกที่ท่านใช้บริการ

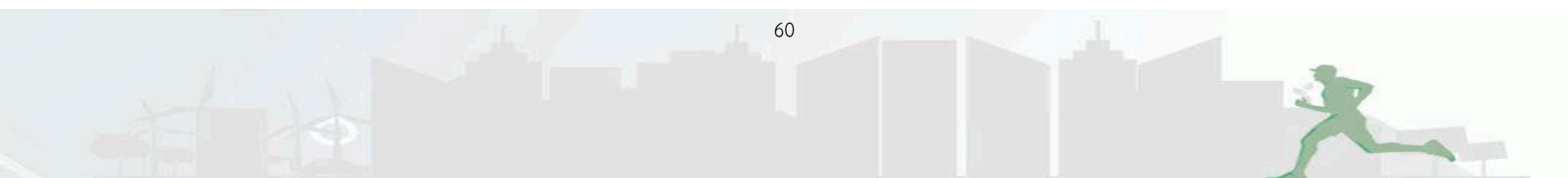
ประเภทสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน	79	26.3
ระยะเวลา 12 เดือน	210	70
ระยะเวลา 24 เดือน	11	3.7

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นสมาชิกระยะเวลา 12 เดือน จำนวน 210 คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือสมาชิกระยะเวลาน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และสมาชิกระยะเวลา 24 เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

2.2 ความถี่ในการเข้าใช้บริการ (n=300)

**ตารางที่ 5** ความถี่ในการเข้าใช้บริการ

ความถี่ในการเข้าใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	36	12
3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์	218	72.7
5 – 7 ครั้งต่อสัปดาห์	46	15.3



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเข้าใช้บริการ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ 5 – 7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

2.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าใช้บริการ (n=300)

**ตารางที่ 6** ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าใช้บริการ

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง	15	5
1 ชั่วโมงต่อครั้ง	66	22
2 ชั่วโมงต่อครั้ง	210	70
มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง	9	3

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเข้าใช้บริการ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ 1 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22 เข้าใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

2.4 วันที่นิยมเข้าใช้บริการ (n=300)

**ตารางที่ 7** วันที่นิยมเข้าใช้บริการ

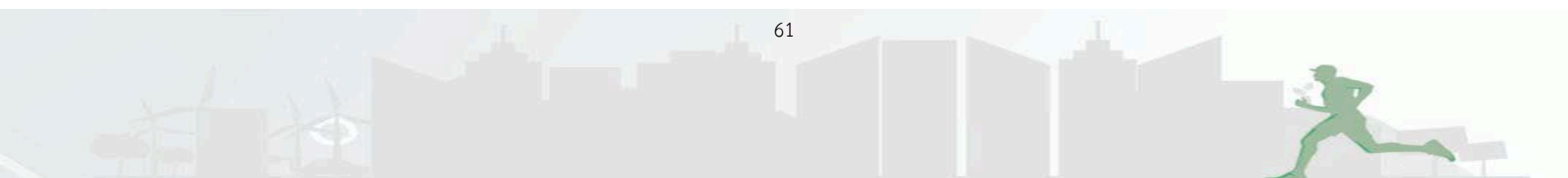
วันที่นิยมใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
วันจันทร์	231	77
วันอังคาร	107	35.7
วันพุธ	234	78
วันพฤหัสบดี	144	48
วันศุกร์	194	64.7
วันเสาร์	63	21
วันอาทิตย์	39	13

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมเข้าใช้บริการวันพุธ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือวันจันทร์ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77 วันศุกร์ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 วันพฤหัสบดี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48 วันอังคาร จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 วันเสาร์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และวันอาทิตย์ จำนวน 39 คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

2.5 ช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้บริการ (n=300)

**ตารางที่ 8** ช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้บริการ

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
6:00 – 9:00 น.	7	2.3
9:01 – 12:00 น.	21	7
12:01 – 16:00 น.	50	16.7
16:01 – 20:00 น.	196	65.3



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

หลัง 20:01 น.

26

8.7

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมเข้าใช้บริการช่วง 16:01 – 20:00 น. จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคือช่วงเวลา 12:01 – 16:00 น. จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ช่วงเวลา หลัง 20:01 น. จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ช่วงเวลา 9:01 – 12:00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และช่วงเวลา 6:00 – 9:00 น. จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

#### 3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (n=300)

##### ตารางที่ 9 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อุปกรณ์เพียงพอกับจำนวนสมาชิก	3.82	0.80	มาก
อุปกรณ์ทันสมัยและมีความหลากหลาย	3.91	0.79	มาก
อุปกรณ์มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน	4.65	0.61	มากที่สุด
มีคลาสออกกำลังกายที่หลากหลาย	4.22	0.79	มากที่สุด
มีล็อกเกอร์เพียงพอกับจำนวนสมาชิก	4.50	0.70	มากที่สุด
มีอุปกรณ์อาบน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ	3.82	0.74	มาก
<b>รวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>4.15</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

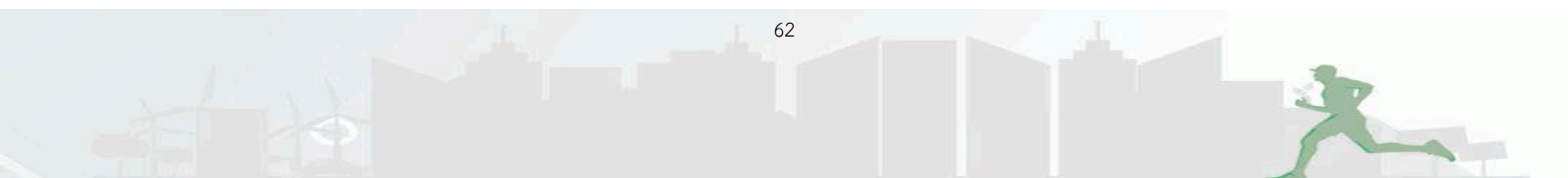
จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ได้แก่ อุปกรณ์มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.65 มีล็อกเกอร์เพียงพอกับจำนวนสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 4.50 มีคลาสออกกำลังกายที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.22 อุปกรณ์ทันสมัยและมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.91 อุปกรณ์เพียงพอกับจำนวนสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 3.82 และมีอุปกรณ์อาบน้ำให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

#### 3.2 ปัจจัยด้านราคา (n=300)

##### ตารางที่ 10 ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อัตราค่าสมาชิกเหมาะสมกับคุณภาพให้บริการ	3.83	0.72	มาก
ค่าบริการเทรนเนอร์มีความเหมาะสม	3.79	0.73	มาก
ค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความเหมาะสม	3.77	0.72	มาก
<b>รวมปัจจัยด้านราคา</b>	<b>3.80</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ได้แก่ อัตราค่าสมาชิกเหมาะสมกับคุณภาพให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าบริการเทรนเนอร์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.79 และค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (n=300)

ตารางที่ 11 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	3.93	0.82	มาก
มีหลายสาขา	4.63	0.62	มากที่สุด
มีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ	4.58	0.67	มากที่สุด
รวมปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38	0.77	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 ได้แก่ มีหลายสาขา มีค่าเฉลี่ย 4.63 มีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.58 และมีความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

### 3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (n=300)

ตารางที่ 12 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีความหลากหลาย เช่น ส่วนลดค่าแรกเข้า	3.79	0.68	มาก
มีการส่งเสริมการตลาดที่ตรงตามความต้องการ	3.72	0.71	มาก
มีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	3.76	0.72	มาก
รวมปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	0.70	มาก

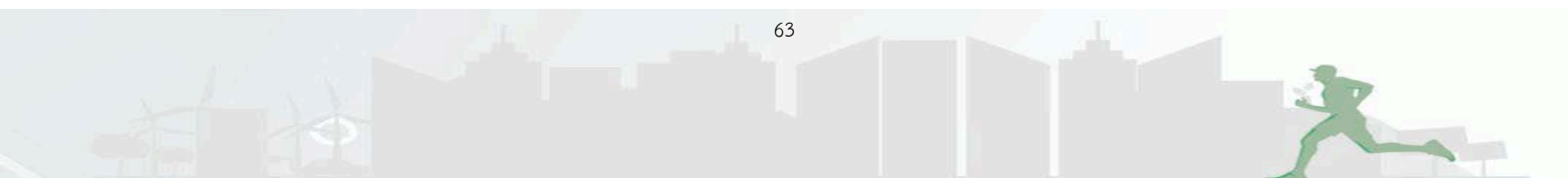
จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ได้แก่ มีความหลากหลาย เช่น ส่วนลดค่าแรกเข้า มีค่าเฉลี่ย 3.79 มีการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.76 และมีการส่งเสริมการตลาดที่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

### 3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (n=300)

ตารางที่ 13 ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานมีมารยาท พูดจาสุภาพ	4.46	0.72	มากที่สุด
พนักงานมีความเอาใจใส่ เต็มใจบริการ	3.87	0.76	มาก
พนักงานมีความรู้ สามารถให้คำแนะนำได้	3.74	0.71	มาก
พนักงานสามารถแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือได้ดี	3.70	0.73	มาก
รวมปัจจัยด้านบุคลากร	3.94	0.79	มาก

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ได้แก่ พนักงานมีมารยาท พูดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.46 พนักงานมีความเอาใจใส่ เต็มใจบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.87 พนักงานมีความรู้สามารถให้คำแนะนำได้ มีค่าเฉลี่ย 3.74 และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (n=300)

**ตารางที่ 14** ปัจจัยด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
รายละเอียดเงื่อนไขต่าง ๆ มีความชัดเจน	3.84	0.76	มาก
ขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบ	3.86	0.75	มาก
ความรวดเร็วในการ Check in – Check out	4.67	0.62	มากที่สุด
วิธีการชำระค่าสมาชิกที่หลากหลาย	3.83	0.74	มาก
<b>รวมปัจจัยด้านกระบวนการ</b>	<b>4.05</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

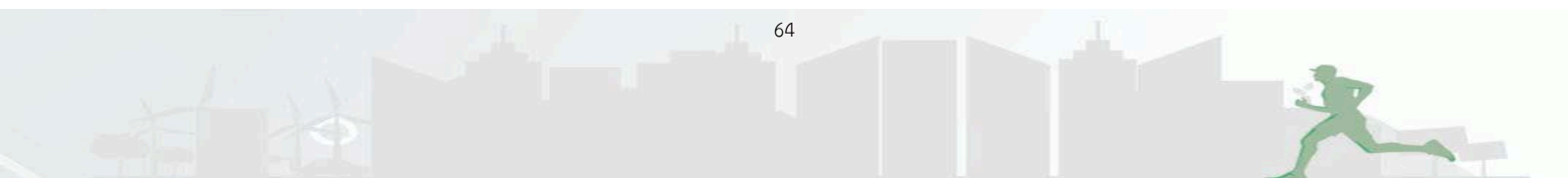
จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 ได้แก่ ความรวดเร็วในการ Check in – Check out มีค่าเฉลี่ย 4.67 ขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ย 3.86 รายละเอียดเงื่อนไขต่าง ๆ มีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.84 และวิธีการชำระค่าสมาชิกที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ตามลำดับ

3.7 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (n=300)

**ตารางที่ 15** ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

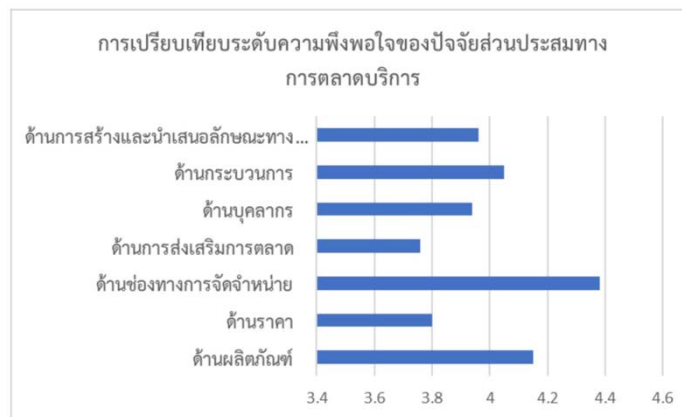
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
เสียงเพลงในฟิตเนสเข้ากับบรรยากาศ	3.72	0.77	มาก
บรรยากาศภายในให้ความรู้สึกกระฉับกระเฉง	3.83	0.76	มาก
พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง	3.91	0.78	มาก
ภายในฟิตเนสสะอาด	3.98	0.73	มาก
การตกแต่งภายในทันสมัย	3.91	0.74	มาก
มีการจัดจำหน่ายอาหารเสริมและเครื่องดื่มที่ตรงตาม ความต้องการ	4.44	0.74	มากที่สุด
<b>รวมปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ</b>	<b>3.96</b>	<b>0.79</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 ได้แก่ มีการจัดจำหน่ายอาหารเสริมและเครื่องดื่มที่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ภายในฟิตเนสสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.98 พื้นที่ให้บริการกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ย 3.91 การตกแต่งภายในที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.91 บรรยากาศภายในให้ความรู้สึกกระฉับกระเฉง มีค่าเฉลี่ย 3.83 และเสียงเพลงในฟิตเนสเข้ากับบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 3.8 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (n=300)



ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.96 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.80 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

3.9 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยใช้สถิติ F – test (one – way ANOVA)

- $\bar{x}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ย
- S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- F หมายถึง ความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
- Sig. หมายถึง ระดับนัยสำคัญ

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.81	15.31	.000
ด้านราคา	3.80	0.72	19.90	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38	0.77	18.97	.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	0.70	13.26	.000
ด้านบุคลากร	3.94	0.79	3.11	.079*
ด้านกระบวนการ	4.05	0.80	.73	.399*
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.96	0.79	17.94	.000

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 15.31 (Sig. = .000) ปัจจัยด้านราคามีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 19.90 (Sig. = .000) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 18.97 (Sig. = .000) ปัจจัยด้านการ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ส่งเสริมการตลาดมีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 13.26 (Sig. = .000) ปัจจัยด้านบุคลากรมีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3.11 (Sig. = .079) ด้านกระบวนการมีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง .73 (Sig. = .399) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความแปรผันระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 17.94 (Sig. = .000) โดยด้านบุคลากรและด้านกระบวนการไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

### การอภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kannapat Surapongrakcharoen (2014) ที่กล่าวว่า ลูกค้าน่าสามารถรับรู้ได้ว่าเมื่อต้องการการบริการจะสามารถไปรับบริการได้ที่ใดบ้าง และสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Yelkur (2000) และงานวิจัยของ Akroush (2011) ว่าด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก

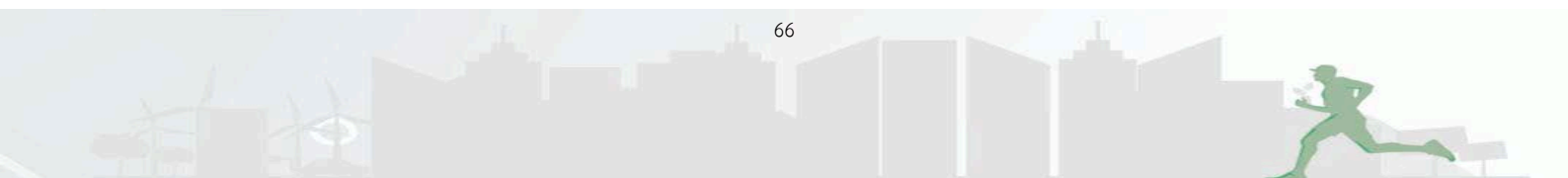
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thitaree Durongdumrongchai et al. (2019) ว่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความภักดีผ่านความพึงพอใจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Aras et al. (2017) พบว่า ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคมากที่สุด

3. ปัจจัยด้านกระบวนการ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kititichai Pracherdchaiwong (2005) พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องความรวดเร็วในการต่ออายุสมาชิกมีผลต่อการตัดสินใจเลือกต่ออายุสมาชิกเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Yelkur (2000) ว่าด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก

4. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.96 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Methapat Techasettasiri (2018) พบว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Yelkur (2000) ว่าด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก

5. ปัจจัยด้านบุคลากร ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.94 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Methapat Techasettasiri (2018) พบว่า ด้านบุคลากรส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Aras et al. (2017) ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรด้านบุคลากรนั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

6. ปัจจัยด้านราคา ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Methapat Techasettasiri (2018) โดยงานวิจัยนี้พบว่าด้านราคานี้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ของลูกค้า แต่สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Aras et al. (2017) ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรด้านราคานั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยเป็นด้านที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดใน 7 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kannapat Surapongrakcharoen (2014) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจปานกลางกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Ismail et al. (2015) ผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้นเป็นอันดับที่ 3

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ ควบคู่ไปกับการทำแบบสอบถาม
2. ควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น เช่น เพิ่มสาขาในการเก็บข้อมูล

### References

- Akroush, M. (2011). The 7Ps classification of the services marketing mix revisited: An empirical assessment of their generalisability, applicability and effect on performance - evidence from Jordan's services organisations. *Jordan Journal of Business Administration*, 7(1), 116-147.
- Aras, M., Syam, H., Jasruddin, J., Akib, H., & Haris, H. (2017). The effect of service marketing mix on consumer decision making. In Farida Aryani (Eds.), *The 1st International Conference on Education, Science, Art and Technology* (pp. 108-112). Universitas Negeri Makassar.
- Ismail, M. B. M., Mubarack, K. M. & Thulkify, M. Z. (2015). Impact of service marketing mix on customer satisfaction. *Journal of Management*, 12(2), 53-61.
- Kasikorn Research Center. (2024). The fitness industry in Thailand: Growth trends and market value. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/fitnessBT.aspx>
- Kannapat Surapongrakcharoen. (2014). A study of marketing factors affecting satisfaction of customers using fitness center, Master's thesis, Thammasat University.
- Kititichai Pracherdchaiwong. (2005). *Factors influencing membership renewal at branch-based fitness centers among consumers in Bangkok metropolitan area*. Thammasat University.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and*



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

*control* (14th Global ed.). Prentice-Hall.

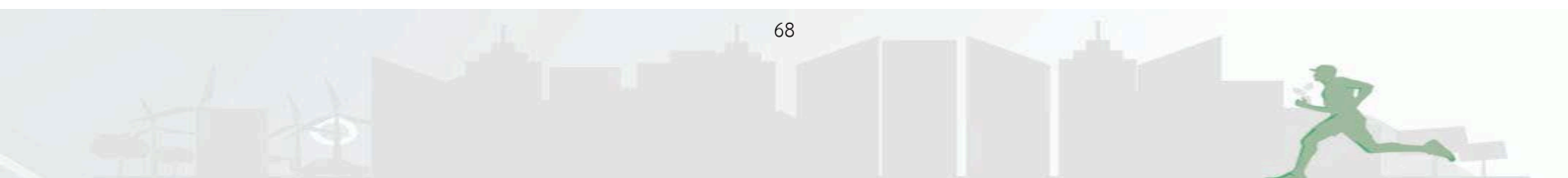
Methapat Techasettasiri. (2018). Factors affecting consumer choice of fitness centers in Bangkok, Thailand, Master's thesis, Mahidol University.

Thitaree Durongdumrongchai, Chatchanun Nitiwattana, & Malichun Thongchum. (2019). Service quality influencing on loyalty in context of fitness center: A conceptual model and propositions. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(3), 108-119.

WE Fitness. (2024). *WE Fitness Society, Major Pinklao branch*.  
<https://wefitnesssociety.com/club/pinklao/>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. John Weather Hill, Inc.

Yelkur, R. (2000). Customer satisfaction and the services marketing mix. *Services Marketing Quarterly*, 21(1), 105–115. <https://doi.org/10.1080/15332969.2000.9985409>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

อุษา ศรีไชยา\*

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

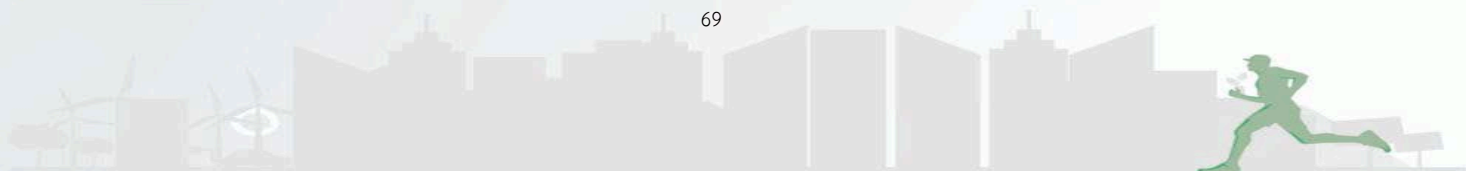
### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ข กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์คที่เป็นชาวไทยจำนวน 414 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.80 และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น  $\alpha$  เท่ากับ 0.76 เก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 18 - 25 ปี กำลังศึกษาการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลทางบวก ( $\beta = 0.082$ ) ดังนั้น เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้าน (ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคลากร, กระบวนการ, และกายภาพ) มีการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้น ทำให้ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพิ่มขึ้นด้วย

**คำสำคัญ:** ส่วนประสมทางการตลาด; ความพึงพอใจ; สนามฟุตบอลหญ้าเทียม

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: อาจารย์อุษา ศรีไชยา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

E-mail: usa.sri@kbu.ac.th



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF USERS OF CHAO  
KHUN PARK ARTIFICIAL TURF FOOTBALL FIELD, LAT KRABANG DISTRICT,  
BANGKOK PROVINCE

Usa Srichaiya\*

Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University

---

**Abstract**

This research aims to Marketing mix factors affecting the satisfaction of users of Chao Khun Park artificial turf football field, Lat Krabang District, Bangkok Province. This research used quantitative research by simple 414 people used in the study was a Questionnaires were used as the main method of collecting data with an IOC of 0.80 and a coefficient alpha equal to 0.76. The study also applied statistical data analyses using the determination of patterns, such as the frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results showed that Marketing mix factors affecting the satisfaction of users of Chao Khun Park artificial turf football field, Lat Krabang District, Bangkok Province Overview of the users was found that, most of spectators are male, 18 to 25 years of age, graduate bachelor level. The Marketing mix factors affecting the satisfaction of users of Chao Khun Park artificial turf football field, Lat Krabang District, Bangkok Province revealed that the overall very high and when considering each of the details the same level. The relationship between seven marketing mix factors and user satisfaction at the Chao Khun Park artificial turf football field in Lat Krabang District, Bangkok shows a positive impact ( $\beta = 0.082$ ). Therefore, the five marketing mix factors (price, promotion, personnel, process, and physical) are developed in a better direction, the result in increased satisfaction of users of artificial turf football fields.

**Keywords:** Marketing mix, Satisfaction, Artificial turf football field

---

\*Corresponding Author: Usa Srichaiya, Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University

E-mail: usa.sri@kbu.ac.th

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วโลก (Qader et al., 2017) สำหรับธุรกิจกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากความนิยมในกีฬาฟุตบอลการพัฒนาของลีก ความสำเร็จของทีมชาติไทย การขยายช่องทางการรับชม และการลงทุนของภาคเอกชนมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 7,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2565 ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจกีฬาฟุตบอลมีแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจที่ดีและเป็นหนึ่งในช่องทางสร้างรายได้แก่ประชาชนและชุมชนทั่วทุกส่วนของภูมิภาค (FA Thailand, 2023) และในปัจจุบันมีการขยายการลงทุนในสโมสรฟุตบอลในทั่วโลกจึงเกิดธุรกิจกีฬาเกี่ยวกับฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น (Marin & Lee, 2020) กระแสของธุรกิจบริการเช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชื่นชอบการเล่นกีฬาฟุตบอล โดยเฉพาะการออกกำลังกายของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเลือกเล่นกีฬาฟุตบอลต้องการความสะดวกสบายแบบครบวงจรในการมาใช้บริการ ดังนั้นการประกอบธุรกิจให้เช่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียมจัดเป็นธุรกิจด้านบริการการแข่งขันด้านธุรกิจบริการนั้นมีคู่แข่งมากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีมากกว่า 170 กิจการ และมีจำนวนสนามมากกว่า 400 สนาม ซึ่งทำให้การแข่งขันทางการสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งปัญหาที่ตามมาของธุรกิจคือการแย่งผู้ใช้บริการและส่งผลกระทบต่อรายได้ที่ลดลงของธุรกิจ ดังนั้นการให้บริการจะมีเพียงแค่สนามให้เช่านั้นไม่เพียงพอแล้ว จำเป็นต้องมีบริการครบวงจรมีบริการเสริมอื่น ๆ สนับสนุนการให้บริการของสนามด้วย (Chawarin Obsuklin & Ratchada Phakdeeying, 2024) ความพึงพอใจในการให้บริการ (Customer Satisfaction) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจเช่าสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียม ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากหลายปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์การใช้บริการ อาทิเช่น คุณภาพของสนาม ความสะดวกในการจอง การบริการลูกค้า ความคุ้มค่า ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของสนามและบริการเสริม เช่น การให้เช่าอุปกรณ์กีฬา การจัดการแข่งขัน หรือบริการเสริมอื่น ๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และสามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างรูปแบบการให้บริการและโอกาสทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่ม นักการตลาดจะต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการและวิเคราะห์ถึงความจำเป็น ความต้องการ เพื่อสนองต่อความต้องการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความพอใจสูงสุดซึ่งการให้บริการสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ลูกค้าพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต (Wiwit Senawat, 2013) ดังนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดในการวางแผนและแนวทางที่เหมาะสมจึงมีจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดในการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมาย ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการนั้น Kotler and Keller (2016) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป จึงจำเป็นต้องอาศัยส่วนประสมทางการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นที่ผู้วิจัยเห็นความสำคัญและนำศาสตร์ทางด้านการตลาดโดยเฉพาะเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (7P's Marketing Mix) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product and Service)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ เข้ามาศึกษาให้เห็นถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครนั้น สามารถทำให้เห็นถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้มาใช้บริการและนำไปพัฒนาแนวทางทางการตลาดและแนวทางในการให้บริการในธุรกิจกีฬาเข้าสนามกีฬาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในธุรกิจซึ่งผู้ประกอบการสนามฟุตบอลจะต้องมีการพัฒนาและยกระดับธุรกิจให้ได้มาตรฐานมีศักยภาพในการให้บริการที่ดีที่สุด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้เข้ามาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบังโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเก็บตัวอย่างจากบุคคลที่ได้เลือกแบบเจาะจง และมีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล โดยใช้ไม่ทราบจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตร Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 414 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม มีลักษณะคำถามแบบเลือกรายการ (Multiple Choice) คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาที่สอดคล้องกับเนื้อหาโครงการวิจัยมาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยได้กำหนดกรอบของแบบสอบถามไว้ เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะคำถามแบบเลือกรายการ (Multiple Choice) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ส่วนที่ 2 ลักษณะคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับ ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ของการแปลความหมายและให้คะแนน

ส่วนที่ 3 ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นหรือข้อแนะนำอื่น ๆ ของผู้มาใช้บริการ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาวิเคราะห์ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย คำถามประเภทต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดังกล่าวข้างต้นเพื่อหาความตรง (Validity) และหาความเที่ยง (Reliability) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข และนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้วิธีทางสถิติพื้นฐานมาวิเคราะห์ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน และที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

### ผลการวิจัย

ผู้ให้บริการที่เป็นประชากรที่มาใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์คส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 89.9 มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ร้อยละ 59.4 มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 68 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 71.49 และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดร้อยละ 32.5 และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.55) และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีอิทธิพลทางบวก ( $\beta = 0.082$ ) ดังนั้น เมื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้าน (ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคลากร, กระบวนการ, และกายภาพ) มีการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้นส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้น ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 1



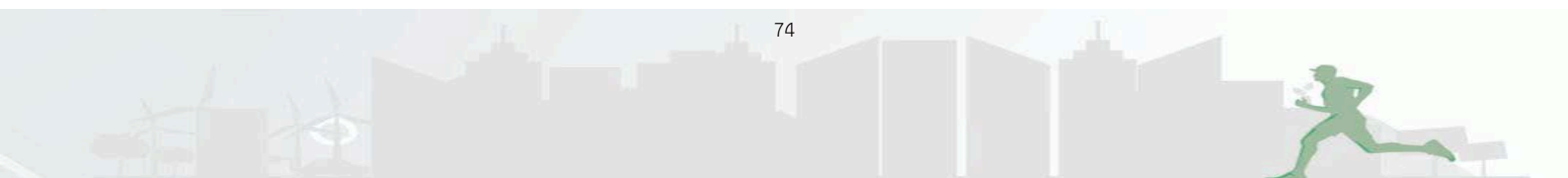


## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ตารางที่ 1 ความถี่ ร้อยละ ของเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพ, ลักษณะอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลของผู้มาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
- ชาย	372	89.9
- หญิง	42	10.1
<b>อายุ</b>		
- 18-25 ปี	249	60.1
- 26-30 ปี	86	20.8
- 31-35 ปี	63	15.2
- 36-40 ปี	11	2.7
- 41-50 ปี	5	1.2
<b>ระดับการศึกษา</b>		
- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	20	4.8
- มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	79	19.1
- อนุปริญญา	18	4.3
- ปริญญาตรี	282	68.1
- ปริญญาโทหรือสูงกว่า	15	3.6
<b>สถานภาพ</b>		
- โสด	296	71.49
- สมรส	83	20.05
- หย่า/หม้าย	1	0.25
- อื่นๆ	76	18.36
<b>ลักษณะอาชีพ</b>		
- นักเรียน/นักศึกษา	213	32.5
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	32	26.5
- พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป	147	26.0
- เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	22	9.0
- อื่นๆ	18	4.3

จากตารางที่ 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่เป็นประชากรที่มาใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค จำนวน 414 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 89.9 มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ร้อยละ 59.4 มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 68 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 71.49 และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุดร้อยละ 32.5 ตามลำดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค (n= 414)

ส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)	n = 402		ระดับความพึงพอใจ
	$\bar{x}$	SD.	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.00	.56	มาก
2. ด้านราคา (Price)	3.91	.56	มาก
3. ด้านสถานที่ให้บริการ (Place)	3.90	.53	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	3.91	.56	มาก
5. ด้านบุคลากร (People)	3.91	.54	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.88	.54	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.90	.52	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.95</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 แสดงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่า มีผลอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงถดถอยพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค

ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized		Standardized	P
	Coefficients		Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
- (Constant)	.082	.111		.460
ด้านผลิตภัณฑ์ (X <sub>1</sub> )	.070	.043	.072	.106
ด้านราคา (X <sub>2</sub> )	.260	.046	.267	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X <sub>3</sub> )	.064	.043	.063	.133
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (X <sub>4</sub> )	.109	.048	.109	.022*
ด้านบุคลากร (X <sub>5</sub> )	.095	.043	.098	.029*
ด้านกายภาพ (X <sub>6</sub> )	.198	.049	.194	.000*
ด้านกระบวนการ (X <sub>7</sub> )	.193	.046	.184	.000*



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

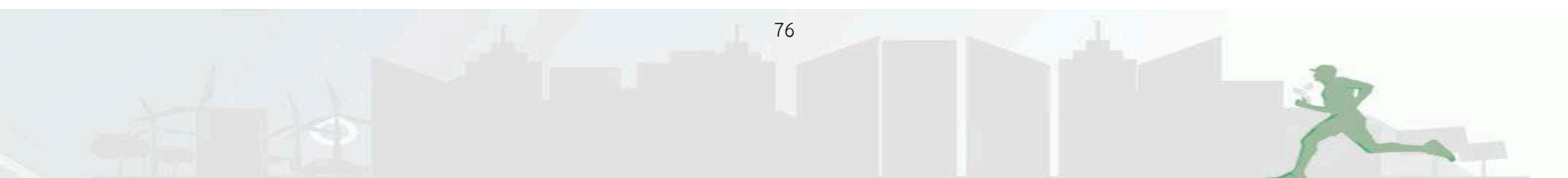
จากตารางที่ 3 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปของคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) มีค่าเป็นบวก โดยค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านด้านราคา ( $X_2$ ) ,ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $X_4$ ) ,ด้านบุคลากร ( $X_5$ ) ,ด้านกายภาพ ( $X_6$ ) , และด้านกระบวนการ ( $X_7$ ) ,

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และอาชีพ ที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นประชากรที่มาใช้สนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค จำนวน 414 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีระดับการศึกษามากที่สุด คือ ปริญญาตรี สถานภาพโสดและส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด ซึ่งข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้ สามารถนำมาอธิบายลักษณะต่าง ๆ ของผู้ที่มาใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์คที่แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Siriwan Sereerat (1995) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของของ Belch and Belch (2005) ในงานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ พฤติกรรมการตัดสินใจ และอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน เช่น อายุ เพศ การศึกษา เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคนจะส่งผลต่อผู้รับสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กัน ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้าน พบว่า มีผลอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Rattapon Wanachalerm and Chaithanatkorn Phawitphiriyakrit (2021) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า ในเขตพื้นที่บางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้าในพื้นที่เขตบางบอน ทั้ง 5 แห่ง มีแนวทางในการพัฒนาการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้เข้า ให้ประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีการดูแลบำรุงรักษาสนามฟุตบอลหญ้าเทียมให้อยู่ในสภาพที่พร้อมในการใช้งาน 2) ด้านราคา ค่าเช่าสนามมีความเหมาะสม 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองเวลาการใช้สนามมีหลายช่องทางและติดต่อได้สะดวก 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น 5) ด้านพนักงาน มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้สามารถให้บริการและตอบสนองความต้องการและสร้างความ

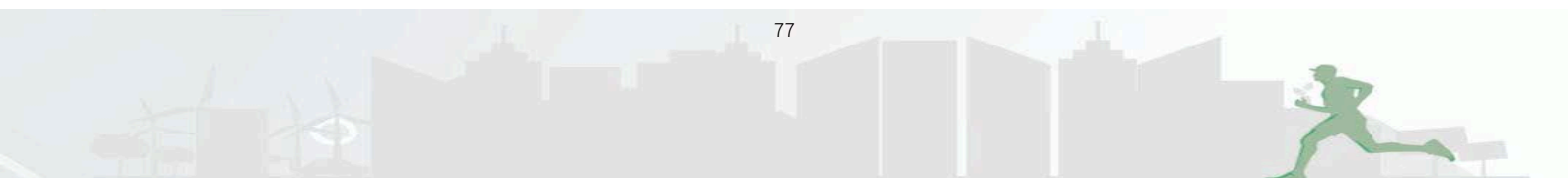


## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

พึงพอใจแก่ลูกค้าได้มากขึ้น 6) ด้านกระบวนการให้บริการ มีการให้บริการอย่างเป็นระบบและรวดเร็ว และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการที่เพียงพอ นอกจากนี้ในรายด้านที่ได้ทำการศึกษาแผนธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด ด้านราคา ค่าบริการในการเข้าสนามควรมีความเหมาะสมกับสถานที่เมื่อเปรียบเทียบกับ คุณภาพของสนาม ควรมีการติดป้ายแสดงค่าเข้าสนามให้ชัดเจน อัตราค่าบริการของอาหารและเครื่องดื่มภายในสนามฟุตบอลหญ้าเทียมมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองเวลาการใช้สนามควรมีหลากหลายช่องทางให้ ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อได้สะดวกผ่านทางโทรศัพท์ โอนไลน์ เฟสบุ๊ก หรือเว็บไซต์ของสนาม ควรมีการจัดทำแผนที่และป้ายบอกเส้นทางที่อย่างชัดเจนเพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง และการปิด เปิดการให้บริการเป็นไป ตามวัน เวลา ที่กำหนดอย่างชัดเจน ด้านบุคคล การอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีใจรักงานบริการ และในด้านด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรจัดที่นั่งสำหรับผู้เล่นในสนาม และจัดที่นั่งสำหรับผู้ติดตามให้เป็นสัดส่วน มีความปลอดภัย และเพียงพอ และควรมีมุมสำหรับเด็ก ๆ ที่มารอผู้ปกครองได้มีกิจกรรมทำระหว่างรอ และควรเป็นที่นั่งที่มีหลังคามีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำและห้องเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่เพียงพอ โดยแยกส่วนชายและหญิงอย่างชัดเจน ควรจัดให้มีไฟส่องสว่างทุกจุดเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ ควรมีลานจอดรถที่เพียงพอ สะดวกและปลอดภัย และควรมีการจัดทำสแตนด์รอบสนามสำหรับผู้ชมหรือกองเชียร์ เพื่อให้สามารถร่วมชมการแข่งขันได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย มีการถ่ายทอดสด รวมถึงจอมอนิเตอร์ประจำที่สนาม การขึ้นสกอร์การแข่งขัน ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจให้มีผู้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการให้บริการ มีความสะดวกในการติดต่อ เพื่อสอบถามข้อมูลต่างๆ เช่นการจอง สนาม หรือการใช้บริการต่างๆ มีขั้นตอนและวิธีการจองในการใช้บริการอย่างเป็นระบบ ชัดเจน มีความ เหมาะสมและมีความรวดเร็วในการบริการ ควรมีการจัดทำระบบสมาชิกเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ และยังเป็น การขยายผลไปสู่ลูกค้ารายใหม่ ควรมีหน่วยปฐมพยาบาลเบื้องต้น ควรมีการบริการยาสระผมและสบู่ฟรี และควรมีการจัดจุดประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารแก่ผู้ให้บริการ (Piroon Chailes, 2017)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประสมทางการตลาดที่มีต่อที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค

เมื่อพิจารณาการพยากรณ์ปัจจัยประสมทางการตลาดที่มีต่อที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมเจ้าคุณปาร์ค จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผู้มาใช้บริการไปในทิศทางบวก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Wiwit Senawat (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบให้บริการที่มีประสิทธิผลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 9 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านสนับสนุนการให้บริการ ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพและกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านความเหมาะสมของกิจกรรม ปัจจัยด้านความสะดวก



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ของสถานที่ และปัจจัยด้านช่องทางการตลาด และเมื่อนำปัจจัยทั้งหมดมาพิจารณาตามน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สามารถกำหนดรูปแบบ (Model) การให้บริการที่มีประสิทธิผลของสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในร่มในเขตกรุงเทพมหานคร เรียกว่า PRO-D Model ซึ่งประกอบด้วย P – Model เป็นการบริหารจัดการสนามอย่างมืออาชีพ (Professionally Field Management: P) R – Model เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจัดกิจกรรมนันทนาการไว้บริการลูกค้าและผู้ติดตาม (Recreation Activities : R) O – Model เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้บริการลูกค้าด้วยหัวใจ (Service Oriented : O) และ D – Model เป็นรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย (Dynamic Promotion: D)

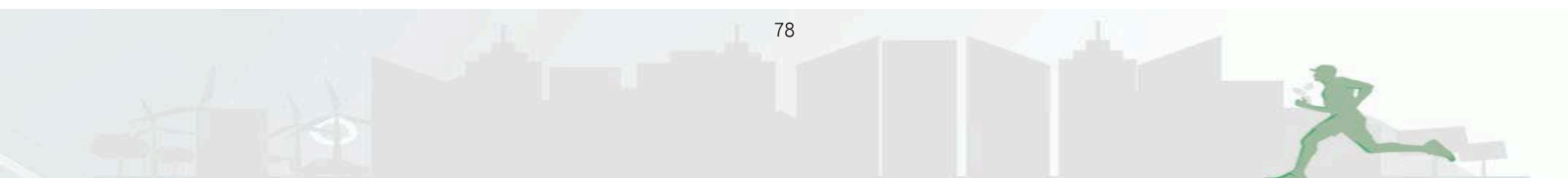
### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์สำหรับองค์กรธุรกิจและนักการตลาด โดยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาเลือกรูปแบบเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดหนึ่งที่จะส่งผลต่อการมาใช้บริการสนามหญ้าเทียมได้อย่างสูงที่สุด ซึ่งควรดำเนินการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ในส่วนของการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ นั้นมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในระดับมาก ซึ่งจากผลของการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการเลือกพิจารณาเลือกรูปแบบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางด้านสินค้าและบริการอย่างดีที่สุดในทุกด้านขององค์กรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร เพราะแต่ละรูปแบบของการตัดสินใจเข้าชมต่างมีมูลค่าของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์และงบประมาณที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่องค์กรธุรกิจจะได้รับความสนใจในหลายๆ รูปแบบที่เหมือนๆ กันคือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรธุรกิจ และสามารถทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเกิดเลือกใช้บริการได้ในที่สุด

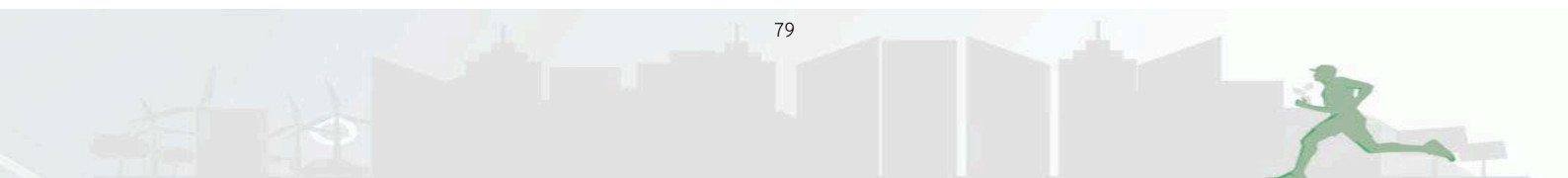
### References

- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2005). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (6th ed.). McGraw-Hill.
- Chawarin Obsuklin & Ratchada Phakdeeying. (2024). Competitive strategies of artificial grass football field rental business in Khon Kaen province. *Journal of Modern Learning Development*, 9(2), 286–302.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3rd ed.). John Wiley and Sons Inc.
- FA Thailand. (2023). *Thailand football - Research on economic impact*. <https://fathailand.org/project-detail/o6uaG>.



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The Millennium ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nattawat Wiwatthanawararom. (2016). Factors affecting consumer choice to attend football matches in the stadiums in Thailand. Master's thesis, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.
- Marin, B., & Lee, C. (2020). Exploring new trends of sport business: Japanese companies' investment in ownership of foreign football clubs. *Sport in Society*, 23(12), 2031–2054. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1817897>
- Piroon Chailes. (2017). Service quality of the artificial turf football field in Muang district Chiangmai province. *The Journal of Accounting Review Chiang Rai Rajabhat University*. 1(2).
- Qader, M. A., Zaidan, B. B., Zaidan, A. A., Ali, S. K., Kamaluddin, M. A., & Radzi, W. B. (2017). A methodology for football players selection problem based on multi-measurements criteria analysis. *Measurement*, 111, 38–50. <https://doi.org/10.1016/j.measurement.2017.07.024>
- Rattapon Wanachalerm & Chaithanatkorn Phawitphiriyakrit. (2021). Guidelines for developing artificial turf football field rental businesses in Bang Bon area, Bangkok province., *The 14<sup>th</sup> National & International Conference* (pp. 394-403). Suan Sunandha Rajabhat.
- Siriwan Sereerat. (1995). *Marketing management in the new era*. Duangkamol Samai.
- Wiwit Senawat. (2013). Effective service model of artificial grass indoor football fields in Bangkok Metropolitan. *Suthiparithat Journal*. 27(3).





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ: บทบาทของกีฬาต่อการเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิตและคุณภาพ  
ชีวิตในผู้เปลี่ยนอวัยวะ

สัณห์รัฐ สัจจำปี\*

สมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย

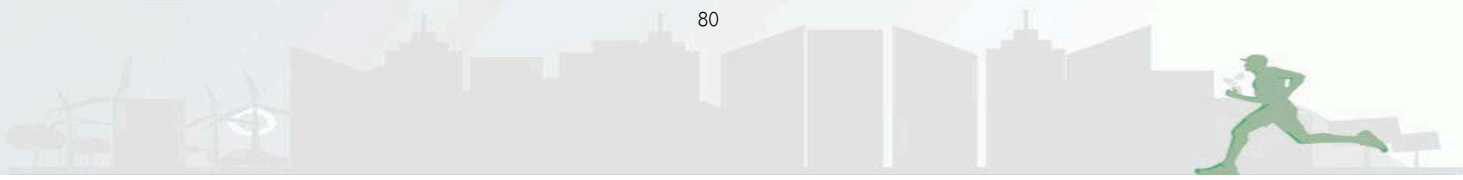
### บทคัดย่อ

ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะเป็นกลุ่มประชากรที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพกาย สุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตที่ลดลง เนื่องจากการเผชิญกับกระบวนการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจที่ซับซ้อนหลังจากได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะใหม่ทดแทนอวัยวะเดิมที่ไม่สามารถทำงานได้ วัตถุประสงค์การวิจัยนี้เพื่อศึกษาบทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สถานการณ์ สภาพปัญหา อุปสรรคการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบันโดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องจากอดีตและปัจจุบันจากสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย วารสารสหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลก แผนและนโยบายพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ พร้อมด้วยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญจำนวน 21 ท่าน ผลการศึกษาพบว่ากีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะนั้นมีบทบาทที่สำคัญในการฟื้นฟูผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ ซึ่งให้เห็นว่ากีฬามีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงบทบาทของกีฬาในมิติสุขภาพกาย สุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตสำหรับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะพร้อมแนวทางการนำกีฬาไปใช้ในการฟื้นฟูสุขภาพกาย สุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตจากการเล่นกีฬา สมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย ดำเนินการบริหารจัดการด้วยการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาต่อยอดผู้ปลูกถ่ายอวัยวะสู่นักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะเพื่อความเป็นเลิศและหวังก้าวสู่การเป็นผู้นำกีฬานี้ในภูมิภาคเอเชียในอนาคตตามนโยบายการพัฒนา กีฬา

**คำสำคัญ:** กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ; สุขภาพจิต; คุณภาพชีวิต; ผู้เปลี่ยนอวัยวะกับการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย; การจัดการกีฬา

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: นายสัณห์รัฐ สัจจำปี สมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย

E-mail: thailandtransplantsports@gmail.com





การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ORGAN TRANSPLANT SPORTS: THE ROLE OF SPORTS IN ENHANCING PHYSICAL  
HEALTH, MENTAL HEALTH AND QUALITY OF LIFE IN ORGAN TRANSPLANT  
RECIPIENTS

Sunhanut Seejumpee\*

Transplant Sport Association of Thailand

---

**Abstract**

Organ transplant recipients represent a population at risk of declining physical and mental health issues, and quality of life due to the complex recovery process following organ transplantation. This research aims to study the role of transplant sports for transplant recipients, examine the current situation, identify problems, and address challenges in managing transplant sports. This research involved document analysis where belongs to transplant sports association of Thailand and World Transplant Games federation journal, additional of subject expert in-depth interviews, a total 21 people. The study found that transplant sports play a significant role in the rehabilitation of organ transplant recipients, highlighting their importance in enhancing physical health, mental health, and quality of life among transplant recipients. The study highlights the role of sports in promoting physical health, mental health, and quality of life among organ transplant recipients, along with strategies for utilizing sports to support their physical and mental rehabilitation and enhance their overall quality of life through active participation. The Transplant Sport Association of Thailand manages its operations by promoting, supporting, and developing organ transplant recipients into athletes with the aim of excellence and aspiring to become a future leader in this sport of Asian region following sport policy.

**Keywords:** Organ Transplant Sports, Mental Health, Quality of Life, Organ Transplant Sports Recipients Participation and Exercise, Sports Management

---

\*Corresponding Author: Sunhanut Seejumpee, Transplant Sport Association of Thailand

E-mail: sunhanut.seejumpee@gmail.com



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะหมายถึง บุคคลที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ (Organ Transplantation) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดแทนอวัยวะเดิมที่ไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือเกิดความล้มเหลว (Organ Failure) ซึ่งการเปลี่ยนอวัยวะเป็นการนำอวัยวะจากผู้บริจาค (Donor) มาปลูกถ่ายให้กับผู้รับ (Recipient) (James, 2024) ซึ่งต้องเผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ การรักษาและการปรับตัวในระยะยาวส่งผลให้เกิดความเครียด ความกังวล และปัญหาด้านคุณภาพชีวิต (Hoffman et al., 2018) กีฬาถูกมองว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยเสริมสร้างสุขภาพกาย สุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตให้กับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ เนื่องจากกีฬาไม่เพียงเป็นกิจกรรมทางกาย แต่ยังเป็นกระบวนการที่ช่วยสร้างแรงจูงใจ สังคมสัมพันธ์และความภาคภูมิใจในตนเอง (Smith, 2021)

กีฬามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายอย่างมีนัยสำคัญ (Zhang & Wang, 2022) เปรียบเทียบกับการฟื้นฟูสุขภาพจิตใจอย่างยิ่งโดยเฉพาะในผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะซึ่งมักประสบกับความเครียดทั้งก่อนและหลังการปลูกถ่าย เช่น ความกังวลเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการปลูกถ่าย ผลกระทบจากการที่ต้องทานยากดภูมิคุ้มกัน การปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวัน (Transplantation Society of Thailand, 2024) การสนับสนุนด้านจิตใจช่วยให้ผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นซึ่งส่งผลทำให้การรักษามีประสิทธิภาพมากขึ้น ในประเทศไทยมีการพัฒนา สนับสนุน และส่งเสริมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะอย่างเป็นระบบ โดยมีสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย (Transplant Sport Association of Thailand : TSAT) เป็นองค์กรหลัก มีความท้าทายที่สำคัญคือการทำให้การจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะยกระดับไปสู่กีฬาที่มีมาตรฐานดีเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและก้าวสู่ผู้นำกีฬานานาชาติในอนาคต

โดยแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในมิติที่เกี่ยวข้องกันกล่าวคือ การจัดการด้านนักกีฬาโดยพัฒนาผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะสู่นักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การขยายจำนวนนักกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ การจัดการด้านบุคลากรกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะได้แก่ ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ แพทย์กีฬา พยาบาลกีฬาที่มีองค์ความรู้ที่สัมพันธ์กัน การฝึกอบรมบุคลากรที่มีองค์ความรู้กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การจัดการกิจกรรมกีฬาในรูปแบบการจัดการแข่งขันกีฬาและการส่งนักกีฬาเข้าแข่งขันระดับนานาชาติ (International Transplant Games) และรวมถึงระดับโลก (World Transplant Games) การจัดการกิจกรรมกีฬาที่สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยสร้างกิจกรรมกีฬาเกี่ยวเนื่อง การจัดการองค์ความรู้กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การจัดการมาตรฐานกีฬาให้เป็นที่ยอมรับ การจัดการเครือข่ายกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในและต่างประเทศ และที่สำคัญการจัดการงบประมาณซึ่งต้องรองรับบริบทและสภาพการณ์ในปัจจุบันและอนาคตข้างหน้าอีกด้วย

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาสถานการณ์ บทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สภาพปัญหา อุปสรรคการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบัน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบ มีประสบการณ์และองค์ความรู้กีฬาในด้านนโยบายหรือด้านการปฏิบัติการตลอดจนรวมถึงผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารการปลูกถ่ายอวัยวะ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 8 กลุ่ม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารเพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผล
- 3) การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์และสรุปผล

3.1) กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนทั้งหมด 21 คน โดยจำแนกเป็น 8 กลุ่มที่ยินดีเข้าร่วมวิจัยด้วยความสมัครใจและมีอายุไม่เกิน 70 ปี ดังนี้ 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารระดับสูงที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านกำหนดนโยบายกีฬา จำนวน 3 ท่าน 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารระดับสูงที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านดำเนินการกิจกรรมกีฬา จำนวน 3 ท่าน 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านองค์ความรู้วิชาการด้านกีฬา การจัดการกีฬานักวิชาการกีฬา จำนวน 3 ท่าน 4) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านฝึกสอนกีฬา ฝึกสอนนักกีฬา จำนวน 3 ท่าน 5) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านเกี่ยวข้องกับปลูกถ่ายอวัยวะ ส่งเสริมการปลูกถ่ายอวัยวะ กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ จำนวน 3 ท่าน 6) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในด้านสπονเซอร์กิจกรรมกีฬา ผู้สนับสนุนกิจกรรมกีฬา จำนวน 2 ท่าน 7) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในการประเมินผลด้านการจัดกิจกรรมกีฬาอย่างมีมาตรฐาน ด้านพัฒนานักกีฬาหรือด้านพัฒนาความรู้กีฬา จำนวน 2 ท่าน 8) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้บริหารที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบด้านวางแผนนโยบายและแผนงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและกีฬาหรือกิจกรรมสันตนาการ จำนวน 2 ท่าน

3.2) จัดทำเอกสารเพื่อยื่นขออนุมัติต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ เพื่อขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน หมายเลขอนุมัติ MU-MOU CoA No.2024/089.1010

3.3) ผู้วิจัยจัดทำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยจากคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อประสานไปยังหน่วยงานต้นสังกัดผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.4) ผู้วิจัยติดต่อทำการนัดหมายเพื่อขอสัมภาษณ์

3.5) สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นโดยประเด็นคำถามเกี่ยวกับบทบาทกีฬากับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สถานการณ์ อุปสรรค ปัญหาและความท้าทายของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

3.6) ผู้วิจัยนำผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลต่อไป



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

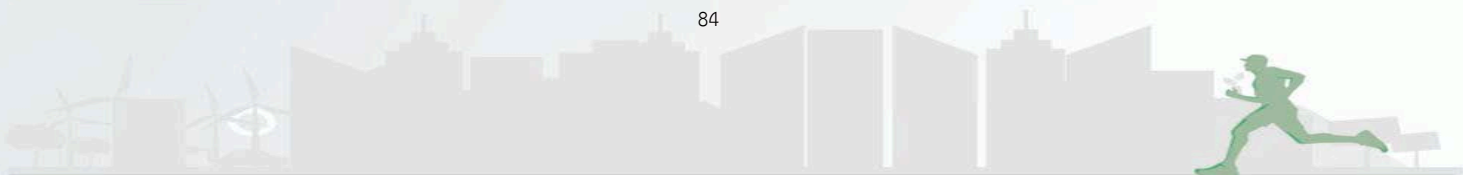
### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) เป็นการศึกษาเอกสารข้อมูลซึ่งได้จากสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จนถึงปัจจุบัน ข้อมูลจากวารสารสหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลกตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 จนถึงปัจจุบัน นโยบายและแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2566-2570 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย บทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ ยุทธศาสตร์และเป้าหมายกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะของประเทศไทย ประโยชน์ของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ ความสำเร็จกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะของประเทศไทย และประเทศต่างๆ การบริจาคอวัยวะ ชนิดกีฬาเปลี่ยนอวัยวะ สมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย สหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลก สหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะยุโรป จำนวนและข้อมูลนักกีฬา จำนวนและข้อมูลบุคลากร ข้อมูลยุทธศาสตร์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ ข้อมูลการจัดการแข่งขัน ข้อมูลเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ จำนวนผู้ที่ได้รับการปลูกถ่าย ข้อมูลการส่งแข่งขันกีฬา รายการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะที่มีการจัดแข่งขัน ข้อมูลงบประมาณ ข้อมูลหน่วยงานที่สนับสนุนกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ นโยบายด้านกีฬาจากการกีฬาแห่งประเทศไทย นโยบายกีฬากระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา นโยบายกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลก เป็นต้น

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ (In-dept Interview) ในประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทกีฬาต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ ประโยชน์ของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สถานการณ์ อุปสรรค ปัญหา ความท้าทายกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบัน ความคิดเห็นด้านการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาสังเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากกรอบเอกสารของสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย วารสารของสหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลก นโยบายและแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 พ.ศ. 2566-2570 เป็นกรอบในการสังเคราะห์ โดยใช้เกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่เนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงในเรื่องบทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะกับผลด้านร่างกาย กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะกับผลด้านจิตใจ กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะและคุณภาพชีวิต การจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ เป้าหมายกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะของประเทศไทย เพื่อทำการประเมินความสัมพันธ์ของข้อมูลและสรุปผลการวิเคราะห์ ในส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นตามหัวข้อต่างๆ ที่เหมือนกัน และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทำการจัดระเบียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยข้อมูลที่อยู่ในประเภทเดียวกันจัดเข้าไว้ด้วยกัน ทำการจัดกลุ่มจัดประเด็น จัดทำความถี่ของประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็น ผู้วิจัยพยายามรักษาเนื้อหาคำพูดของผู้เชี่ยวชาญที่ให้สัมภาษณ์ไว้มากที่สุด



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องและข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับบทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ สถานการณ์ สภาพปัญหา อุปสรรคการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะสามารถสรุปได้ดังนี้ บทบาทของกีฬาต่อผู้เปลี่ยนอวัยวะ กีฬาเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายที่สามารถมองเห็นได้เชิงประจักษ์แล้ว ยังสามารถช่วยพัฒนาด้านจิตใจและสังคมอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย การออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาที่เหมาะสมช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ความแข็งแรงของระบบหัวใจและหลอดเลือด เสริมสร้างภูมิคุ้มกันร่างกาย รวมถึงการเพิ่มพลังงานให้แก่ร่างกาย ผู้ป่วยที่เล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอจะมีการฟื้นตัวที่รวดเร็วและสามารถกลับมาใช้ชีวิตปกติได้ดีขึ้น การออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงทำให้ผู้ป่วยสามารถกลับมาทำกิจกรรมประจำวันได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้กีฬายังช่วยลดความเครียด ส่งเสริมสุขภาพจิต ช่วยกระตุ้นการหลั่งฮอร์โมนเอ็นดอร์ฟินส่งเสริมอารมณ์ที่ดี (KDM Orthopedic Hospital, 2021) สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬามีสุขภาพจิตดีขึ้น ลดภาวะความเครียด และรู้สึกมีพลังในการดำเนินชีวิต การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาช่วยให้ผู้ป่วยรู้สึกมีพลังและกระตือรือร้นมากขึ้นเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยรวม (Siriraj H Solutions, 2024) กีฬาและการออกกำลังกายสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายในผู้ป่วย ช่วยให้พวกเขากลับมามีสุขภาพดีและสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้ตามปกติอีกครั้ง

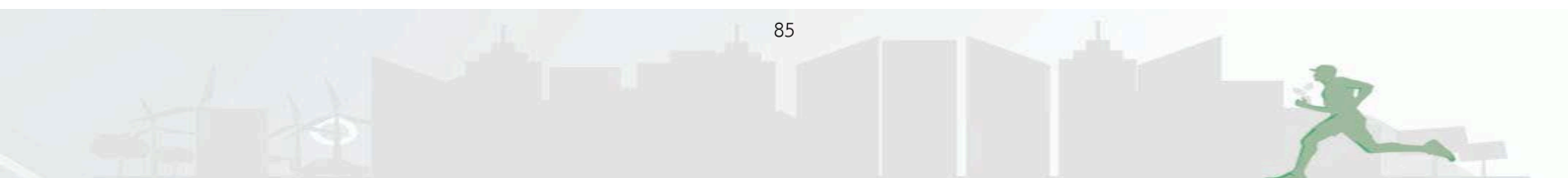
สภากาชาดไทยแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะและการปลูกถ่ายอวัยวะแล้วซึ่งเป็นข้อมูลช่วงเวลาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2567 จนถึง วันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องดังนี้

**ตารางที่ 1** ข้อมูลการบริจาคอวัยวะของประเทศไทยปี พ.ศ. 2567 ตั้งแต่ 1 มกราคม-31 ตุลาคม พ.ศ. 2567

ผู้แสดงความจำนงบริจาคอวัยวะ	ผู้ที่บริจาคแล้ว	ผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ	ผู้ที่ลงทะเบียนรอรับการบริจาคอวัยวะ
99,323	347	731	7,328

Note. from “Organ donation and transplantation in October 2024”, by Thai Red Cross Society, 2024a, <https://organdonate.in.th/>

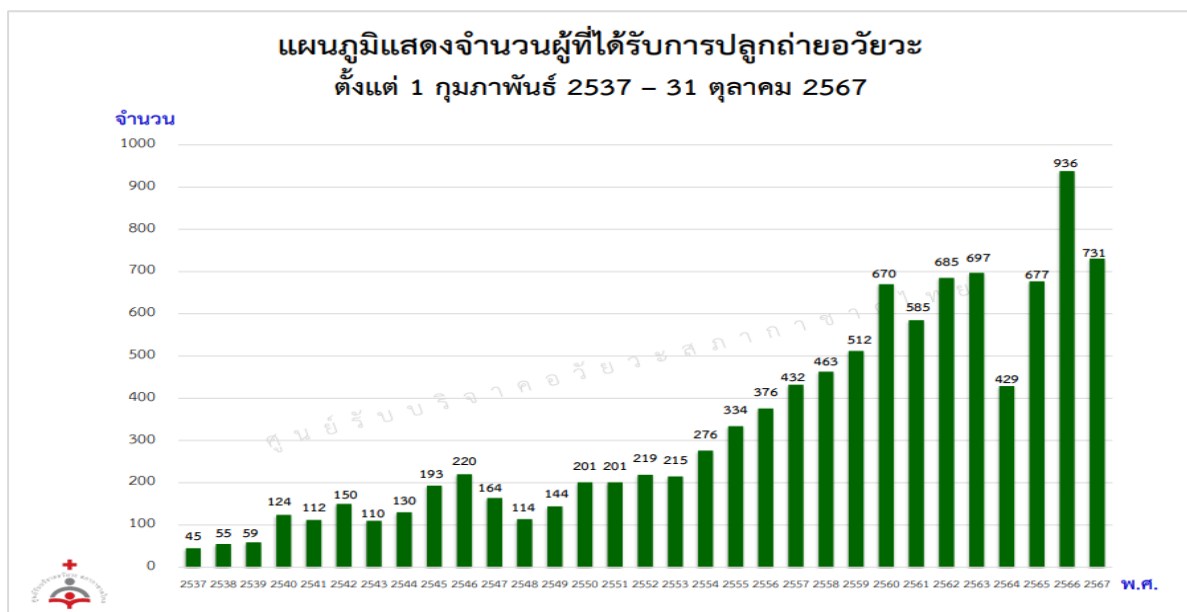
จากข้อมูลข้างต้นมีจำนวนผู้ที่รอรับบริจาคไตเป็นสัดส่วนถึง 92.6% รองลงมาคือ ตับ 5.8% สัดส่วนที่เหลือได้แก่ หัวใจและปอด ข้อมูลผู้ที่ลงทะเบียนรอรับการบริจาคอวัยวะทั้งหมดในระบบพบว่า มีผู้ที่รอรับการบริจาคอวัยวะที่ลงทะเบียนในระบบมีจำนวนเกือบแปดพันคนในประเทศไทย (Thai Red Cross Society, 2024) หากประเมินจำนวนผู้ที่รอรับการบริจาคอวัยวะของคนทั้งโลกมีมากกว่าหนึ่งแสนห้าหมื่นคน (Sterri et al., 2022) ภาพแสดงจำนวนผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 30 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 จะเห็นได้ว่าในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ 6,140 คน โดยประมาณและมากขึ้นตามลำดับ และจากจำนวนดังกล่าวผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะที่ได้รับการส่งเสริมด้านกีฬาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทยมีจำนวน 140 คน





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

(Transplant Sports Association of Thailand, 2024) คิดเป็นสัดส่วนเพียง 2.2% ในที่นี้ผู้เขียนมีมุมมองความเห็นว่า การนำกีฬามาเป็นส่วนหนึ่งทั้งในกลุ่มผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะและผู้ที่กำลังรอรับการปลูกถ่ายอวัยวะสามารถเพิ่มขึ้นและขยายตัวได้อีกมาก ทั้งนี้ผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในห่วงโซೆಯ่อมได้ประโยชน์โดยตรงอย่างเช่น โรงพยาบาล แพทย์และพยาบาล ผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ ประชาชน และที่สำคัญย่อมหมายถึงงบประมาณของประเทศชาติที่ใช้ไปกับการดูแลประชาชนที่เจ็บป่วยตามสิทธิต่าง ๆ ในแต่ละปี

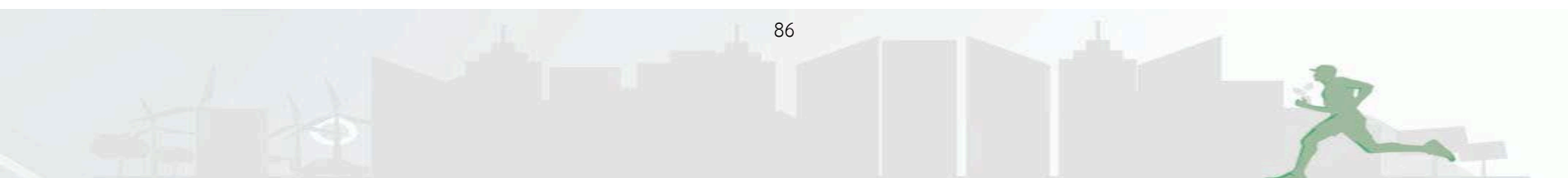


ภาพที่ 1 จำนวนผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2537-31 ตุลาคม 2567

Organ transplantation, by Thai Red Cross Society, 2024b, <https://organdonate.in.th/>

กลุ่มผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะและผู้ที่กำลังรอรับการปลูกถ่ายอวัยวะสามารถเพิ่มขึ้นและขยายตัวได้อีกมาก ทั้งนี้ผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในห่วงโซೆಯ่อมได้ประโยชน์โดยตรงอย่างเช่น โรงพยาบาล แพทย์และพยาบาล ผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ ประชาชน และที่สำคัญย่อมหมายถึงงบประมาณของประเทศชาติที่ใช้ไปกับการดูแลประชาชนที่เจ็บป่วยตามสิทธิต่างๆ ในแต่ละปี

ผลการศึกษาสถานการณ์ สถานการณ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบันพบว่า กีฬาที่เหมาะสมสำหรับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะโดยทั่วไปไม่ได้ระบุว่ชนิดกีฬาอย่างเฉพาะเจาะจง แต่หากเป็นการกล่าวถึงแนวทางการเล่นกีฬาและออกกำลังกายโดยพิจารณาความเหมาะสมแต่ละบุคคล หากยกตัวอย่างเช่น การเดิน (Jogging) การเดินเร็ว (Race Walk) การว่ายน้ำ (Swimming) ซึ่งออกกำลังกายในทุกส่วนของร่างกาย โยคะ(Yoga) พิลาทิส (Pilates) กีฬาเปตอง (Petanque) กีฬาดาร์ท (Darts) การปั่นจักรยาน (Cycling) ทั้งแบบคงที่และกลางแจ้ง แบดมินตัน(Badminton) ปิงปอง (Table Tennis)โบว์ลิ่ง (Bowling) เลี้ยงกีฬาที่มีการปะทะและต้องใช้แรงกระแทกสูง เช่น มวย กีฬาชนิดป้องกันตัวชนิดปะทะ เทควันโด กีฬาที่มีความเสี่ยงสูงต่อการบาดเจ็บของอวัยวะปลูกถ่าย เป็นต้น ทั้งนี้หากอ้างอิงจากรายการแข่งขันกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลกแล้ว



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

มีชนิดกีฬาอย่างน้อย 17 ชนิดที่ทำการแข่งขัน (World Transplant Games Federation, 2024) นั้นย่อมหมายถึง ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะสามารถฝึกฝนและเล่นกีฬาเหล่านั้นได้ในบริบทสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม

ผลการศึกษาทบทวนกีฬาในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะพบว่า บทบาทของกีฬาต่อสุขภาพจิตในผู้เปลี่ยนอวัยวะ ก่อนอื่นเราทำความเข้าใจผลกระทบกับสุขภาพจิตที่เกิดจากการเจ็บป่วย (Psychological Symptoms of Illness) นั้นมีที่มาจากอาการเจ็บป่วยเรื้อรังที่ใช้เวลานาน หรือบางครั้งเป็นแบบเฉียบพลัน ผลกระทบที่เกิดขึ้นแสดงออกได้ทางกายภาพและทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้องต้องใช้ชีวิตร่วมกับโรคเหล่านั้นเป็นเวลาระยะหนึ่ง อาการเหล่านี้อาจแตกต่างกันไปตามประเภทของเจ็บป่วย ระยะเวลา และการสนับสนุนทางสังคมที่ผู้ป่วยได้รับ โดยทั่วไปอาการที่มักพบได้แก่ ความเครียด (Stress) การที่ต้องเผชิญหน้ากับความเจ็บป่วยอาจทำให้ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะรู้สึกกดดัน โดยเฉพาะกรณีที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตและจำเป็นต้องดูแลสุขภาพในระยะยาว ความวิตกกังวล (Anxiety) ผู้ป่วยมีความกังวลเกี่ยวกับอนาคตของตนเองอันเนื่องจากการรักษาที่อาจไม่ได้ผลหรือความกลัวเกี่ยวกับอาการป่วยที่แย่ลง ความรู้สึกโดดเดี่ยว (Isolation) การเจ็บป่วยอาจทำให้ผู้ป่วยรู้สึกห่างเหินจากครอบครัว ญาติ เพื่อน และอาจรู้สึกเหมือนตนเองถูกตัดขาดจากสังคมด้วยคิดว่ามีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมทางสังคม อาการที่ไม่อยากพบปะกับผู้คนโดยเฉพาะไม่มั่นใจเมื่อต้องพบปะกับคนที่ไม่คุ้นเคย ความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ (Emotional Fatigue) ผู้ป่วยที่ต้องใช้เวลานานในการรักษาจะรู้สึกหมดพลัง ไม่เพียงทางกาย แต่ยังทางใจด้วย ทำให้ไม่ต้องการทำกิจกรรมใดเพิ่มเติม ดำเนินชีวิตในแบบที่ตัวเองถนัดเข้าไปมา ขาดกำลังใจในการดำเนินชีวิต ปัญหาความจำและสมาธิ (Cognitive Issues) ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะมีโอกาสเกิดอาการความลำบากในการจดจำและมีสมาธิอันเป็นผลข้างเคียงจากการรักษา ภาวะซึมเศร้า (Depression) ความรู้สึกสิ้นหวัง ความเศร้า การรู้สึกว่าตนเองสูญเสียความสามารถในการควบคุมชีวิต อาจเกิดขึ้นได้โดยเฉพาะในกรณีของโรคเรื้อรังที่ต้องใช้การรักษาอย่างยาวนาน สำหรับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะความวิตกกังวลและความเครียดเป็นสิ่งที่ผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะมักเผชิญหลังการปลูกถ่ายอวัยวะใหม่ การดำรงชีวิตต้องระมัดระวังเกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างมาก การทนายาคฤมิตู้กันต้องตรงเวลาที่กำหนด ความเสี่ยงของภูมิคุ้มกันที่ลดน้อยลงทำให้มีโอกาสในการติดเชื้อหรือโอกาสเจ็บป่วยมากขึ้น ความสามารถในการทำงานน้อยลง รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลที่เพิ่มเติมขึ้นในการดำเนินชีวิต กีฬาจึงมีส่วนช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวล ภาวะซึมเศร้าในผู้เปลี่ยนอวัยวะทั้งยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาช่วยสร้างความเชื่อมโยงกับผู้อื่นที่มีประสบการณ์คล้ายกัน สร้างแรงสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญในการฟื้นตัวและดำเนินชีวิตหลังการปลูกถ่าย (Cicognani et al., 2015) การเล่นกีฬาทำให้ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะได้รับการยอมรับในสังคมมากขึ้น และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่ยังคงอยู่ของตนเองหลังการปลูกถ่ายอวัยวะทำให้ผู้ปลูกถ่ายไม่รู้สึกโดดเดี่ยว นอกจากนั้นแล้วการเล่นกีฬาและออกกำลังกายช่วยเพิ่มสารเอ็นโดรฟินในสมองซึ่งเป็นสารที่เกี่ยวข้องกับความสุขและความผ่อนคลาย (Bailey & Collins, 2019) มีสมาธิมากขึ้น การเข้าร่วมกีฬาในระดับกลุ่มยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูลสถานการณ์ตามประสบการณ์ของแต่ละคนกับส่วนรวมเป็นกิจกรรมสนับสนุนทางจิตใจที่สำคัญ กระนั้นก็มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงอย่างเช่น กีฬาสามารถส่งเสริมสุขภาพจิตได้ แต่ก็อาจนำมาซึ่งความเครียดด้วยเช่นกันกล่าวคือ เกิดความกดดันในการทำ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ผลงานจากการแข่งขันกีฬาและอาการบาดเจ็บต่อสุขภาพจิตในทางลบได้ (Hulburt, 2018) ดังนั้น บทบาทขององค์กรกีฬา สมาคมกีฬา ผู้ที่รับผิดชอบ บุคลากร และผู้ฝึกสอน แพทย์และครอบครัวจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดีของนักกีฬา (Kroshus & Hainline, 2020) เช่นนั้นต้องตระหนักว่า สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ใช่ทั้งหมดเป็นปัจจัยบวกมีปัจจัยลบย่อมมีคู่กัน แนวทางที่สมดุลในสภาพแวดล้อมของกีฬาและการแข่งขันกีฬาเป็นเรื่องที่ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะต้องหาจุดเหมาะสม

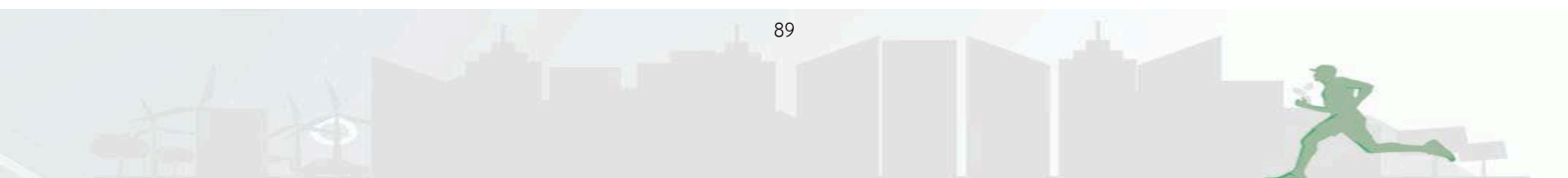
บทบาทกีฬาและคุณภาพชีวิตในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ เบื้องต้นเราทำความเข้าใจกับคำว่าคุณภาพชีวิตก่อน คำจำกัดความตามสากลได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า "การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับตำแหน่งของตนเองในบริบทของวัฒนธรรมและระบบคุณค่าในที่เขาอาศัยอยู่ โดยเกี่ยวข้องกับเป้าหมาย ความคาดหวัง มาตรฐานและความกังวลของบุคคลนั้น" ทั้งนี้พิจารณาถึงมิติต่างๆ 6 ด้านที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย (Physical health) ด้านสุขภาพจิต (Psychological health) ความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationships) สิ่งแวดล้อม (Environment) ความเป็นอิสระ (Independence) ค่านิยมและความเชื่อส่วนบุคคล (Personal beliefs and values) โดยทั่วไปการที่จะทราบได้ต้องมีการประเมินและวัดผลซึ่งเรียกรวมกันว่า WHOQOL-BREF เป็นการประเมินโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 26 ข้อที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต ความสัมพันธ์ทางสังคม และสิ่งแวดล้อม (Sutheera Sripan et al., 2019) วิธีการนี้ถูกนำมาใช้ในหลากหลายประเทศรวมถึงประเทศไทยด้วย (WHO, 1997) กระนั้นก็ตามหากเรามาดูแนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิตในประเทศไทยมักจะเชื่อมโยงกับการพัฒนามนุษย์ในหลายมิติ โดยมากเกี่ยวข้องกับบริบทความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ และที่สำคัญสุขภาพ (Sureeporn Siriphanurak et al., 2020) โดยมุ่งเน้นด้านร่างกายดี ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชน การเข้าถึงบริการพื้นฐานที่มีคุณภาพ เช่น การศึกษา การแพทย์ เป็นต้น ทั้งนี้ประเทศไทยได้กำหนดตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตไว้ในดัชนีความก้าวหน้าของมนุษย์ (Human Achievement Index: HAI) (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020) คุณภาพชีวิตของผู้ปลูกถ่ายอวัยวะได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดทางกายภาพและการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจอันเป็นผลจากการเจ็บป่วยทั้งก่อนและหลังเข้ารับการปลูกถ่ายอวัยวะซึ่งต้องรับประทานยากกดภูมิเป็นประจำทำให้ความสามารถในการใช้ชีวิตลดลง กีฬาช่วยเพิ่มความสามารถทางกายเช่น ความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ความยืดหยุ่นของร่างกาย เพิ่มประสิทธิภาพการได้รับออกซิเจนขณะออกกำลังกาย สมรรถภาพหัวใจและหลอดเลือด (World Health Organization, 2022) นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาความมั่นใจในตนเองทำให้ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะมีความพร้อมที่จะปรับตัวและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น

สภาพปัญหาของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบัน การขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกีฬาที่เหมาะสมกับผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ โดยพื้นฐานทั่วไปลักษณะกีฬาที่เหมาะสมควรเป็นกีฬาที่มีความเข้มข้นต่ำถึงปานกลาง เป็นชนิดกีฬาที่ไม่กระทบกับบริเวณที่ทำการปลูกถ่ายอวัยวะเช่น ผู้ปลูกถ่ายไตควรเลี่ยงการเล่นกีฬาที่มีโอกาสกระแทกบริเวณช่องท้อง เป็นกีฬาที่เสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายมุ่งเน้นไปที่เพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ การพัฒนาสมรรถภาพหัวใจ เพิ่มความยืดหยุ่นของร่างกาย ที่สำคัญไม่กดดันร่างกายมากเกินไป (Smith, 2018) ในปัจจุบันผู้ปลูกถ่ายอวัยวะทั่วโลกเล่นกีฬาอะไรบ้าง ในส่วนนี้อ้างถึงการ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

แข่งขันกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในระดับนานาชาติและในระดับโลก ซึ่งแน่นอนว่าบางคนอาจไม่เคยทราบเลยว่ามีการแข่งขันกีฬานี้อยู่ด้วย แล้วกีฬาที่กล่าวถึงนั้นมีชนิดกีฬานี้อย่างไรบ้าง ตามระเบียบขององค์กรที่รับผิดชอบในกีฬานี้นั้นได้กำหนดกรอบชนิดกีฬาที่ใช้แข่งขันกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะไว้ถึง 17 ชนิดกีฬาด้วยกัน แสดงว่าผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะสามารถเล่นกีฬาเหล่านี้ได้จริงๆ และมีผลปรากฏเชิงสถิติการแข่งขันอยู่ ที่สำคัญการแข่งขันกีฬานี้นี้ไม่ใช่เพียงมีการแข่งขันแต่หากมีการแข่งขันมาแล้วเกือบ 50 ปี ซึ่งจัด (World Transplant Games 2025 Dresden Germany, 2024) มุ่งส่งเสริมความตระหนักรู้เกี่ยวกับการบริจาคอวัยวะ โดยจัดกิจกรรมกีฬาสายชนิด (Multi-Sport Event) ทุกสองปี โดยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการบริจาคอวัยวะ และสร้างความสำเร็จในการปลูกถ่ายอวัยวะในทุกๆ ประเทศ รวมถึงพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านกิจกรรมกีฬา มากกว่านั้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ หรืออีกนัยยะคือนักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะถือเป็นการยกย่องและสร้างกำลังใจให้กับผู้ที่มีชีวิตหลังการปลูกถ่ายอวัยวะ เสมือนการเฉลิมฉลองการมีชีวิตใหม่ สร้างแรงบันดาลใจส่งต่อให้ผู้อื่น สร้างความเชื่อมั่นทั้งในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะและผู้ที่กำลังเผชิญกับการเจ็บป่วย ต่อยอดเป็นการสร้างเครือข่ายชุมชนและสำคัญที่สุดคือ การส่งเสริมให้มีการบริจาคอวัยวะ (World Transplant Games Federation, 2024) ในประเทศไทยมีแนวคิดเรื่องคุณภาพชีวิตผู้เปลี่ยนอวัยวะ เช่นเดียวกัน ดำเนินการผ่านแผนยุทธศาสตร์ของสมาคมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะแห่งประเทศไทย หน่วยงานสมาคมกีฬาภายใต้การกีฬาแห่งประเทศไทย ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการเล่นกีฬาและออกกำลังกายในกลุ่มผู้ปลูกถ่ายอวัยวะและผู้ประกอบการปลูกถ่ายอวัยวะรวมถึงประชาชนทั่วไปด้วย (Transplant Sports Association of Thailand, 2024) แนวทางการส่งเสริมกีฬาในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ องค์กรด้านกีฬา ด้านการแพทย์ สหพันธ์กีฬา และสมาคมกีฬาที่รับผิดชอบคนกลุ่มพิเศษ (Ministry of Tourism and Sports, 2567) สามารถร่วมมือกันจัดกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเช่น สหพันธ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลกมีการจัดกิจกรรมกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะโลก ซึ่งเป็นการแข่งขันที่ออกแบบกิจกรรมกีฬาโดยปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับผู้ปลูกถ่ายอวัยวะโดยคาดหวังจะช่วยสร้างเครือข่ายสังคมที่ตีร่วมกัน สร้างแรงบันดาลใจต่อทั้งตัวเองและต่อผู้อื่น สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬาเอง (Smith, 2021) ด้านการพัฒนาทักษะทางสังคม มีความหมายถึงการทำงานเป็นทีม สามารถทำงานร่วมกันกับผู้อื่น การยอมรับกฎเกณฑ์ การยอมรับซึ่งกันและกัน ในส่วนของชนิดกีฬาได้แก่ กีฬาที่เล่นเป็นทีมเช่น ฟุตบอล บาสเก็ตบอล วอลเลย์บอล เปตองทีม เป็นต้น เป็นการเรียนรู้ที่จะชนะและแพ้ ด้านการฝึกวินัย การฝึกซ้อมกีฬาอย่างต่อเนื่องต้องใช้วินัย การจัดระเบียบชีวิตที่ดี ซึ่งส่งผลดีต่อพฤติกรรมในชีวิตประจำวันทำให้ผู้เล่นสามารถจัดการกับอุปสรรคได้ดีขึ้น ดังนั้นกีฬาจึงเป็นเครื่องมือที่ไม่เฉพาะกับนักกีฬาที่มุ่งความเป็นเลิศแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังเหมาะกับทุกกลุ่มคนซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566-2570) ที่กล่าวถึงเป้าหมายสำคัญเรื่องการส่งเสริมการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาที่ว่า กีฬาต้องครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มรวมถึงบุคคลกลุ่มพิเศษ ส่งเสริมโอกาสทางกีฬาให้กับกลุ่มพิเศษ การเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี (Ministry of Tourism and Sports, 2023) แม้มุมมองเรื่องคุณภาพชีวิตนั้นสามารถมองได้หลายมิติ สำหรับมุมมองระยะยาวแล้วกีฬาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการปรับตัวของผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะให้เข้ากับอวัยวะใหม่ อีกนัยยะหนึ่งคือวิถีชีวิต

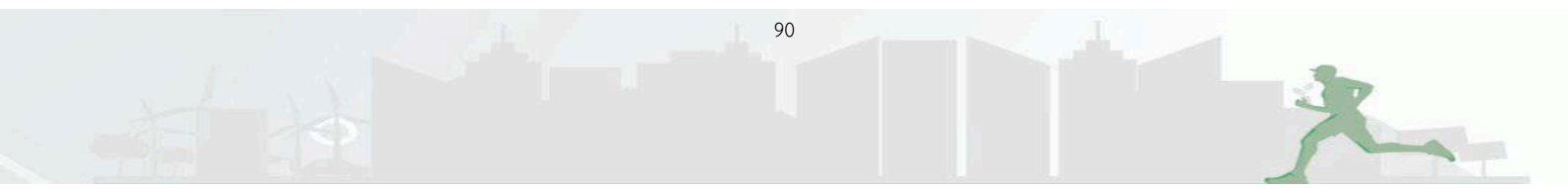


## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ใหม่ ผู้ปลูกถ่ายอวัยวะสามารถตั้งเป้าหมายในการพัฒนาสุขภาพกายและสุขภาพจิตด้วยการเล่นกีฬาได้ เช่น การฝึกซ้อมกีฬาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในกลุ่ม การฝึกซ้อมเพื่อเป็นการออกกำลังกายซึ่งสามารถทำได้โดยส่วนตัวและการ ฝึกซ้อมร่วมกับกลุ่มประชาชนสาธารณะ หรือแม้แต่กลุ่มเฉพาะนักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะภายใต้สมาคมกีฬา การฝึกซ้อมที่มีเป้าหมายเพื่อให้สุขภาพกายแข็งแรง รวมถึงการนำกีฬาไปเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างสมดุลชีวิต เพิ่มความสุข และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สมดุลในมิติต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น ด้านปัญหาและอุปสรรค ความท้าทายอย่างยิ่งคือการเพิ่มจำนวนนักกีฬาที่มีศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดจากผู้ปลูกถ่ายอวัยวะสู่นักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การพัฒนาและเพิ่มบุคลากรที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะและข้อจำกัดหรือข้อจำเป็นของผู้ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะ ความเข้าใจกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะเป็นเรื่องที่ต้องทำอย่างจริงจังและต่อเนื่องด้วยเหตุผลว่าภาคประชาชนหรือแม้แต่ผู้เกี่ยวข้องด้านกีฬารับรู้แต่กีฬาที่มุ่งสู่อโอลิมปิกและพาราลิมปิก แต่กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะไม่จัดอยู่ในกีฬา โอลิมปิกและไม่สามารถจัดกลุ่มอยู่ในพาราลิมปิกได้ จึงจำเป็นที่สร้างกระบวนการรับรู้ให้กว้างขวางสู่ประชาชน ความเป็นมาตรฐานในด้านการจัดการแข่งขัน การสร้างรายการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นและได้รับการยอมรับจากประเทศสมาชิกนานาชาติ ประเทศนั้นต้องเร่งสร้างมาตรฐานกลางและรักษาระดับมาตรฐานนั้นให้ได้ ในด้านการสร้างกิจกรรมกีฬาและ กิจกรรมเกี่ยวเนื่องสำหรับกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะนั้นถือว่ายังอยู่ในระดับต่ำ ด้วยเหตุผลว่าการจัดการแข่งขัน มุ่งเน้นกับการแข่งขันตามตารางแข่งขันจนขาดการเพิ่มกิจกรรมที่ลือให้เกิดกิจกรรมที่ต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ หนึ่งเหตุผลเหตุคือระยะเวลาการจัดแข่งขันถูกจำกัดวันแข่งขันด้วยงบประมาณที่จำกัด กิจกรรมที่จัดในกิจกรรมการแข่งขันจึงเป็นเฉพาะกิจกรรมด้านกีฬาเป็นหลัก ในด้านเครือข่ายต่างประเทศด้านกีฬากำลัง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงสี่ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้มีปัจจัยจากการจัดแข่งขันที่มีประเทศไทยเป็นเจ้าภาพและมีประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมแข่งขัน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนด้านกิจกรรมระหว่างกันมากกว่าแต่เดิม

### สรุปผลการวิจัย

กีฬาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างไม่เฉพาะแต่เพียงสุขภาพร่างกายแต่ยังช่วยให้สุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตในผู้ปลูกถ่ายอวัยวะดีขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาบทบาทกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อผู้ปลูกถ่ายอวัยวะ ที่พบว่ากีฬามีบทบาทในการลดความเครียด ความวิตกกังวล ความกลัวในการใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่น และภาวะซึมเศร้า นอกจากนี้ กีฬายังช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและระบบหายใจ การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แข็งแรงขึ้น ซึ่ง สะท้อนถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ปลูกถ่ายอวัยวะในระยะยาว ในด้านสถานการณ์กีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ ผลการศึกษา สถานการณ์ พบว่าการส่งเสริมสนับสนุนกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะให้เป็นที่รู้จักและขยายวงกว้างขึ้นนั้นถือว่า มีโอกาสอีกมาก จากจำนวนประชากรนักกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะนั้นมีอยู่ในระดับต่ำ การสนับสนุนและส่งเสริม การมีส่วนร่วมของผู้ปลูกถ่ายอวัยวะในการเล่นกีฬาและออกกำลังกายจนกระทั่งสามารถต่อยอดนำไปสู่การ แข่งขันกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในทุกๆระดับ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาสภาพปัญหา พบว่า การพัฒนาจำนวน นักกีฬา การเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะ การสร้างองค์ความรู้กีฬาผู้เปลี่ยน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

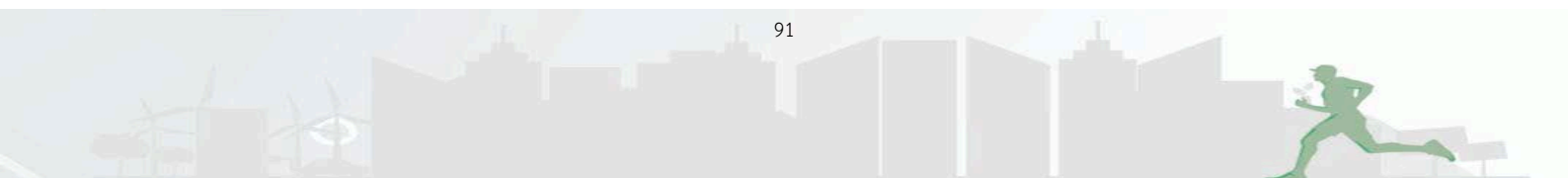
อวัยวะให้กับบุคลากรเป็นสิ่งที่จำเป็นยิ่ง งบประมาณเพื่อการจัดกิจกรรมการแข่งขันและรวมถึงมาตรฐานการจัดการแข่งขันให้เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติยังต้องผู้การผู้ที่มีประสบการณ์ด้านกีฬาตลอดจนนโยบายที่ชัดเจนสำหรับกีฬากลุ่มคนพิเศษ ผลการศึกษาอุปสรรคการจัดการกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะในปัจจุบัน พบว่า ความท้าทายด้านการจัดการกีฬายังรวมถึงการเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต้องคำนึงถึงกิจกรรมหลักกีฬาและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง ในเรื่องจำนวนผู้เข้าร่วมแข่งขัน จำนวนผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดแข่งขันและแข่งขันกีฬา ที่สำคัญการสร้างการรับรู้การมีอยู่ของกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะต่อภาคประชาชนโดยรวมหรือกลุ่มญาติของผู้ที่กำลังเจ็บป่วยและต้องรอเข้ารับการปลูกถ่ายอวัยวะได้รับทราบและเข้าถึง ประโยชน์ของการวิจัยนั้นทำให้ผู้ที่รับผิดชอบกีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนั้น ได้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันทั้งด้านดี และด้านที่ยังต้องพัฒนาปรับปรุง ตลอดจนให้มั่นใจว่ากีฬาผู้เปลี่ยนอวัยวะนั้นมีส่วนช่วยให้ผู้ที่ปลูกถ่ายอวัยวะสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจริง ซึ่งไม่เพียงช่วยพัฒนาสุขภาพกายแต่ยังช่วยให้กลุ่มคนพิเศษเหล่านี้มีความสุข สุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว

### ข้อเสนอแนะ

1. ทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพชีวิต ในกลุ่มผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะระหว่างผู้ที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายเป็นประจำกับกลุ่มผู้ที่ไม่ได้เล่นกีฬาและออกกำลังกาย เพื่อให้เกิดงานวิจัยที่มีผลเชิงประจักษ์
2. การวิจัยในกลุ่มผู้ที่ได้รับการปลูกถ่ายอวัยวะโดยตรงเกี่ยวกับความสนใจการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย รวมถึงปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ขาดโอกาสเหล่านั้น

### References

- Bailey, R., & Collins, D. (2019). The contribution of physical activity to mental health. *Journal of Sport Psychology*, 45(3), 223–238.
- Chulalongkorn Hospital. (2024). *Organ transplantation*.  
<https://chulalongkornhospital.go.th/kcmh/ec/%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%81%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%B0/>
- Cicognani, E., Mazzoni, D., Totti, V., Roi, G. S., Mosconi, G., Nanni, A., & Costa, G. (2015). Health-related quality of life after solid organ transplantation: The role of sport activity. *Psychology, Health & Medicine*, 20(8), 997–1004.  
<https://doi.org/10.1080/13548506.2014.993404>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- Hoffman, M., McDermott, H., & Albert, D. (2018). Psychosocial adaptation among organ transplant recipients: A systematic review. *Journal of Transplantation Medicine*, 26(4), 367–389.
- Hulburt, K. (2018). The effect of dance and team sports on mental health. *Honors Senior Capstone Projects*. [https://scholarworks.merrimack.edu/honors\\_capstones/33](https://scholarworks.merrimack.edu/honors_capstones/33)
- KDM Orthopedic Hospital. (2021). *Why enhance physical fitness in sports?*. <https://kdmshospital.com/article/enhance-physical-fitness/>
- Kroshus, E., & Hainline, B. (2020). Administering mental health: Societal, coaching, and legislative approaches to mental health. In W. O. Roberts & R. T. Naylor (Eds.), *Sports medicine for coaches and trainers* (pp. 245–259). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-44754-0\\_20](https://doi.org/10.1007/978-3-030-44754-0_20)
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Strategy and action plan: National Sports Development Plan (2023–2027)*. <https://secretary.mots.go.th/category/60>
- Ministry of Tourism and Sports. (2024). *National Sports Development Plan 7th Edition (2023–2027)*. <https://secretary.mots.go.th/category/60>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). *Human Achievement Index Report*.
- Regmi, S., Sterri, A. B., & Harris, J. (2022). Ethical solutions to the problem of organ shortage. *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics*, 31(3), 297–309. <https://doi.org/10.1017/S0963180121000955>
- Siriraj H Solutions. (2024). *Sport Performance Center*. <https://sirirajhsolutions.com/th/our-clinic/sport-performance-center>
- Sutheera Sripan, Warunee Preechagoon, & Supaporn Chamnan. (2019). Quality of life assessment using WHOQOL-BREF. *Journal of Health Science Academic*, 27(3), 12–22.
- Sureeporn Siriphanurak, Ananya Promrat, & Piyaporn Wongprasert. (2020). Quality of life: A new dimension in health development. *Journal of Academic Studies*, 32(4), 45–60.
- Smith, A. F. (2018). Exercise for transplant patients. *Journal of Physical Therapy*, 12(3), 45–55.
- Smith, J. (2021). *Exercise and organ transplantation: Enhancing recovery*.
- Thai Red Cross Society. (2024a). *Organ donation and transplantation in October 2024*. <https://organdonate.in.th/>
- Thai Red Cross Society. (2024b). *Organ transplantation*. <https://organdonate.in.th/>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

Transplant Sports Association of Thailand. (2024). *Home Page*.

<https://www.transplantsports.org/>

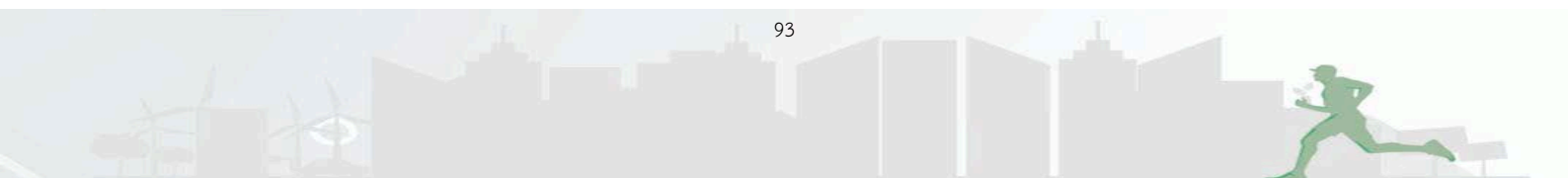
World Health Organization. (1997). *Measuring quality of life: The World Health Organization Quality of Life Instruments (The WHOQOL-100 and the WHOQOL-BREF)*. WHO Press.

World Health Organization. (2022). *Physical activity and mental health: A guide for healthcare professionals*. WHO Press.

World Transplant Games 2025 Dresden Germany. (2024). *The Sports*.  
<https://wtg2025.com/participate/the-sports/>

World Transplant Games Federation. (2024). *About us: What do we do?*. <https://wtgf.org/>

Zhang, F., & Wang, F. (2022). Exercise and rehabilitation of chronically ill patients assisted by small digital bio-pulse sensors. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.1155/2022/3463274>



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย

พิทักษ์ชน โขติกมลพงศ์ และสัจจวัฒน์ จารีกศิลป์\*

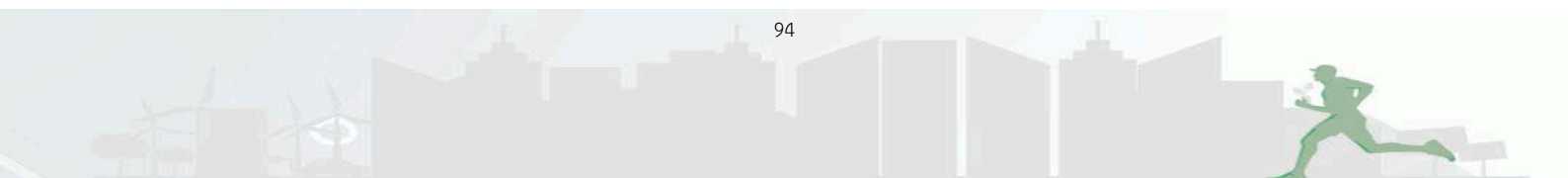
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์ภูวนารท

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 5 คน ได้แก่ เจ้าของอะคาเดมีฟุตบอลจำนวน 2 คน อดีตผู้ฝึกสอนทีมฟุตบอลจำนวน 2 คน และนักการตลาดด้านกีฬาจำนวน 1 คน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) การบริหารจัดการ และ 2) การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's โดยด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ 1) ผู้ฝึกสอนต้องพัฒนาทางด้านจิตวิทยาและทักษะการทำงานเป็นทีม 2) การจัดสรรงบประมาณสำหรับฝึกซ้อม การดูแลสนาม และวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น 3) อุปกรณ์การฝึกซ้อมต้องมีความพร้อมและปลอดภัย 4) การวางแผนการฝึกซ้อมร่วมกับสโมสรฟุตบอลอาชีพ นอกจากนี้ ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's พบว่า ผู้บริหารอะคาเดมีจะต้องให้ความสำคัญ ดังนี้ 1) ใช้โซเชียลมีเดียและการตลาดดิจิทัลสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ ผ่านการตลาดเชิงประสบการณ์ 2) มุ่งเน้นความพึงพอใจของผู้ปกครองและนักกีฬา ผ่านการบริการ การสื่อสาร และการประเมินผลพัฒนาการ 3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามฝึกซ้อม อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน 4) คัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีทักษะการสื่อสารที่ดี และเข้าใจพัฒนาการทางจิตวิทยาเด็ก เพื่อสร้างความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอน นักกีฬา และผู้ปกครอง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและการตลาดที่ตอบโจทย์ ช่วยให้อะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนสามารถพัฒนาศักยภาพนักกีฬาและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ปกครองได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** การจัดการ; การจัดการอะคาเดมีฟุตบอล; อะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์ภูวนารท. E-mail : satjawat\_ja@rmutto.ac.th





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### GUIDELINES FOR MANAGING YOUTH FOOTBALL ACADEMIES IN THAILAND

Pitagchon Chotkamolpongsa and Satjawat Jarueksil \*

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan - Ok: Chakrabongse  
Bhuvanarth Campus

---

#### Abstract

This research, titled Guidelines for Managing Youth Football Academies in Thailand. The objective of this research was to study management guidelines for youth football academies in Thailand. This qualitative research employed focus group discussions, with key informants consisting of experts in youth football academy management. The researcher used purposive sampling to select a total of 5 participants: 2 football academy owners, 2 former football coaches, and 1 sports marketing professional. The research results identified two key components for managing youth football academies in Thailand: Management and Marketing Mix (4Ps). In terms of management, coaches must develop psychological skills and teamwork abilities, budget allocation must be sufficient for training, field maintenance, and essential equipment, training equipment must always be safe and ready for use, and training plans should be coordinated with professional football clubs. For the marketing mix (4Ps), academies should utilize social media and digital marketing to enhance awareness and image through experiential marketing, focus on satisfying parents and athletes through service delivery, effective communication, and progress evaluation, develop high-quality infrastructure such as training fields, equipment, and standard facilities, and select qualified coaches with strong communication skills and an understanding of children's psychological development to foster strong relationships among coaches, athletes, and parents. Effective management and well-implemented marketing strategies can enhance the potential of youth athletes while sustainably building trust and confidence among parents.

**Keywords:** Management, Managing Youth Football Academies, Youth Football Academies in Thailand

---

\*Corresponding Author: Dr.Satjawat Jarueksil, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan - Ok: Chakrabongse Bhuvanarth Campus. E-mail : satjawat\_ja@rmutto.ac.th

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

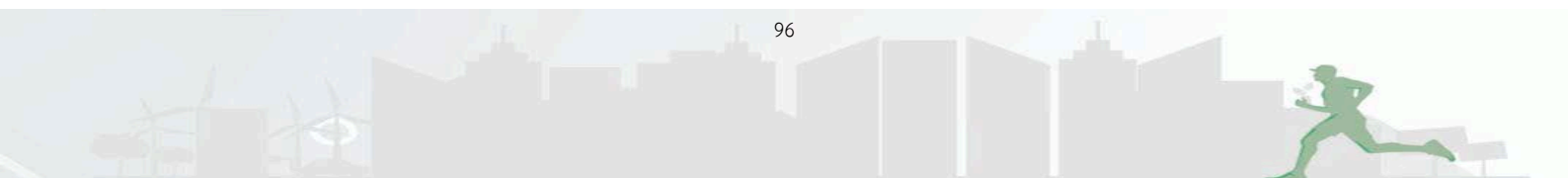
การพัฒนาอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างนักกีฬาเยาวชนที่มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล การสร้างอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนที่มีการจัดการอย่างมีระบบ ไม่เพียงแต่มีบทบาทในการพัฒนาทักษะและศักยภาพทางกีฬาของเยาวชน แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างวินัย คุณธรรม และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับการเป็นนักกีฬาที่มีคุณภาพในอนาคต (Evans, 2018) อะคาเดมีที่ประสบความสำเร็จมักมีการวางโครงสร้างการบริหารที่เน้นความยั่งยืนและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้การบริหารจัดการและพัฒนาอะคาเดมีให้เกิดผลสัมฤทธิ์จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้บริหาร ผู้ฝึกสอน ครอบครัวของเยาวชน ตลอดจนชุมชนและหน่วยงานรัฐที่มีบทบาทในการสนับสนุนกีฬา (Jones, 2019)

ความสำเร็จของอะคาเดมีฟุตบอลไม่ได้เกิดขึ้นเพียงแต่จากการลงทุนทางการเงิน แต่ยังต้องการความรู้และความเข้าใจในด้านการจัดการและการพัฒนากีฬาอย่างลึกซึ้ง อะคาเดมีที่มีการบริหารที่ดีมักมีการสร้างวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในด้านการพัฒนาเยาวชน ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย การพัฒนากระบวนการฝึกซ้อมที่เหมาะสมกับช่วงวัย การเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการสนับสนุนการฝึกซ้อม ไปจนถึงการสร้างเครือข่ายสนับสนุนที่ครอบคลุม (Williams, 2020) การจัดการที่ครอบคลุมนี้ยังรวมถึงการจัดหาผู้ฝึกสอนที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถพัฒนาทักษะของเยาวชนได้ตามมาตรฐานที่วางไว้ การบริหารอะคาเดมีฟุตบอลจึงต้องมีการวางแผนที่มีระบบและโครงสร้างการจัดการที่เป็นระบบ เพื่อให้แน่ใจว่าเยาวชนที่เข้ามาได้รับการฝึกฝนอย่างมีคุณภาพและปลอดภัย (Anderson & Sullivan, 2021)

จากที่กล่าวมาข้างต้นความสำคัญของการวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนโดยการสนทนากลุ่มซึ่งได้นำนักวิชาการ ผู้ฝึกสอน ผู้บริหารอะคาเดมี และผู้ที่สนใจในด้านการพัฒนากีฬาฟุตบอล เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับแนวทางการสร้างอะคาเดมีให้ประสบความสำเร็จ การสนทนากลุ่มนี้ทำให้เข้าใจถึงหลักการและวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ การบริหารทรัพยากรและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาทักษะเยาวชนตามมาตรฐานระดับสากล โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในกระบวนการฝึกซ้อม และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอนและนักกีฬา นอกจากนี้ การอภิปรายถึงตัวอย่างของอะคาเดมีที่ประสบความสำเร็จและปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จนี้ จะเป็นแนวทางที่สำคัญในการปรับใช้เพื่อยกระดับการพัฒนา กีฬาฟุตบอลเยาวชนในประเทศและสร้างความสำเร็จในระยะยาว ทั้งนี้ การสนทนากลุ่มนี้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งเสริมและขับเคลื่อนการพัฒนาอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในระดับชาติและระดับสากล (Lee et al., 2022; Johnson & Ward, 2023).

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

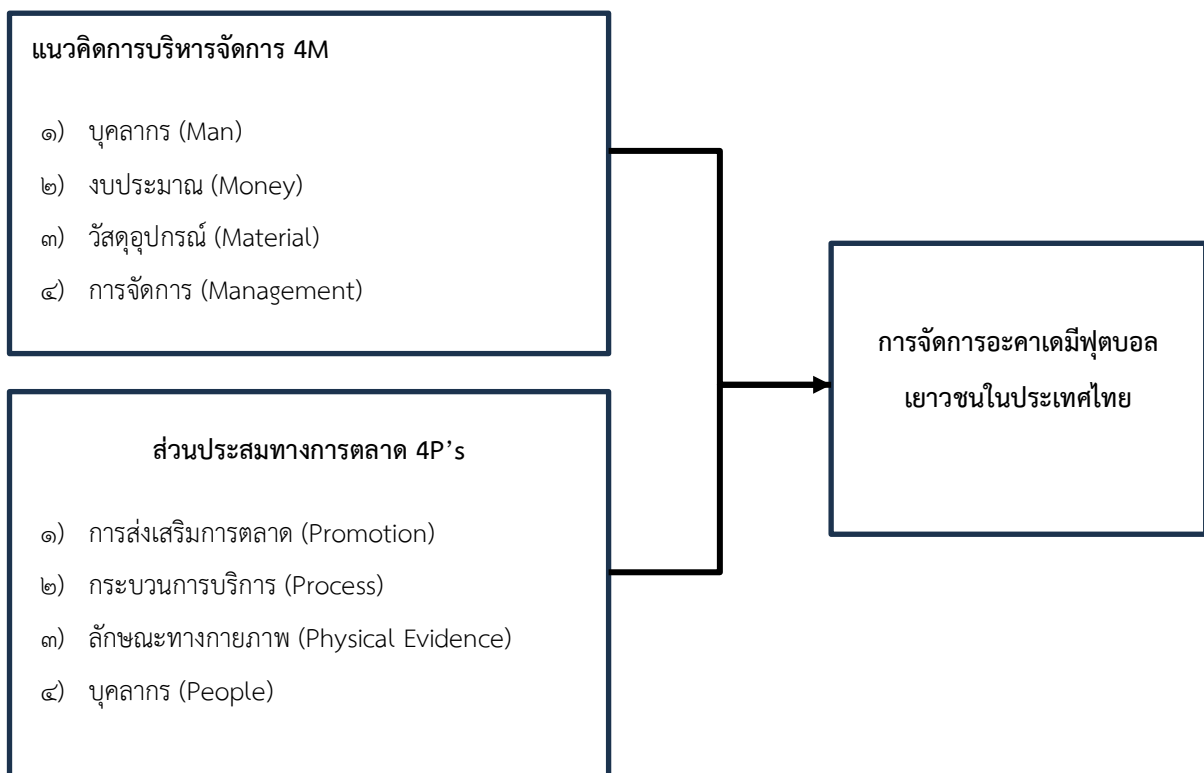
เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย



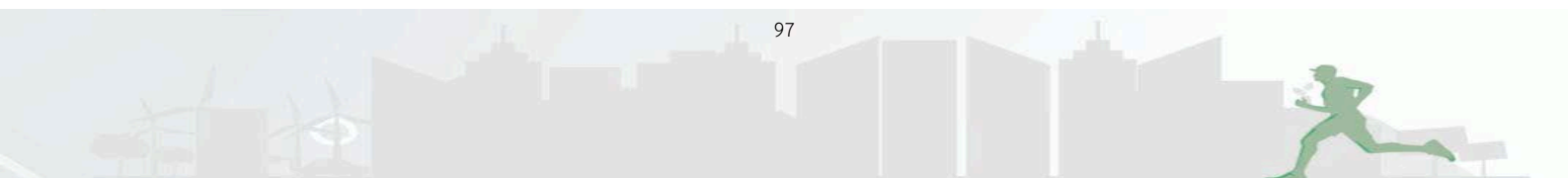
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยแนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าของอะคาเดมี 2 คน (เปิดไม่น้อยกว่า 10 ปี), ผู้ฝึกสอน 2 คน และนักการตลาดกีฬา 1 คน เครื่องมือที่ใช้คือแนวคำถามที่แบ่งเป็น คำถามนำ คำถามหลัก และคำถามสรุปผล พร้อมบันทึกเสียงและข้อความ ขั้นตอนการเก็บข้อมูลใช้เวลา 1.5-2 ชั่วโมง โดยผู้ดำเนินการกระตุ้นให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระ ข้อมูลที่ได้ถูกถอดความ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และจัดหมวดหมู่ตามประเด็นสำคัญ ก่อนการเก็บข้อมูลมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าระหว่าง 0.80 - 1.00 และทดสอบความเชื่อถือได้ผ่านการเก็บข้อมูล ทดลองกับกลุ่มย่อยที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังศึกษาเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมการวิเคราะห์ ข้อมูลทั้งหมดถูกสังเคราะห์เชิงพรรณนาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอแนวทางที่ชัดเจนและสะท้อนปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จและความท้าทายในการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยแนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย

แนวทางการจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1. การบริหารจัดการ และ 2. การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ดังนี้

##### 1. การบริหารจัดการ

จากการวิจัย พบว่า แนวทางการบริหารจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ในด้านการบริหารจัดการจำนวนทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) บุคลากร (Man) 2) งบประมาณ (Money) 3) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และ 4) การจัดการ (Management) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

##### 1.1 บุคลากร (Man)

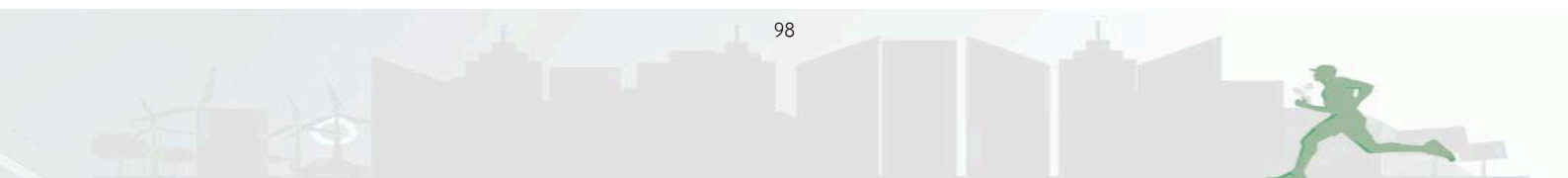
จากประเด็นข้อคำถามว่า อะไรคือคุณสมบัติและบทบาทที่สำคัญของผู้ฝึกสอนในการพัฒนาเยาวชนในอะคาเดมีฟุตบอลนั้น ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการบุคลากรในอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนมีบทบาทสำคัญในด้านการพัฒนาเยาวชนให้มีความสามารถในกีฬาและชีวิตส่วนตัวได้อย่างยั่งยืน โดยการคัดเลือกบุคลากร ได้แก่ ผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติที่ดีและเข้าใจการพัฒนาทางจิตวิทยา และพัฒนาการของเด็กเยาวชนเป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้งผู้ฝึกสอนยังต้องเป็นผู้ที่สามารถเสริมสร้างทักษะทางสังคมที่จำเป็นในการทำงานเป็นทีมในการแข่งขันในสนาม

##### 1.2 งบประมาณ (Money)

จากประเด็นข้อคำถามว่า การบริหารจัดการงบประมาณในอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนมีความสำคัญอย่างไรต่อการพัฒนาเยาวชนและความยั่งยืนของอะคาเดมี ผลการศึกษาพบว่า งบประมาณในอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนต้องถูกบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ในการจัดสรรทรัพยากรในด้านต่างๆ เช่น การฝึกซ้อม การดูแลสนาม และการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้เยาวชนได้รับโอกาสในการฝึกฝนอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ ความสำคัญของการบริหารจัดการด้านงบประมาณ จะส่งผลถึงการบริหารทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อพัฒนาอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนให้ยั่งยืน การเชื่อมโยงระหว่างการบริหารจัดการอะคาเดมีฟุตบอลและธุรกิจ โดยเฉพาะการสร้างระบบการเงิน ที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาได้ในระยะยาว ซึ่งการสร้างระบบการเงินที่มีความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสโมสรฟุตบอลอาชีพและองค์กรต่างๆ ที่จะสามารถสนับสนุนการพัฒนาเยาวชนเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนงบประมาณของอะคาเดมี

##### 1.3 อุปกรณ์ (Material)

จากประเด็นข้อคำถามว่า การเลือกและการดูแลวัสดุอุปกรณ์ในอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนมีผลต่อการพัฒนาทักษะและความปลอดภัยของนักกีฬาเยาวชนอย่างไร ผลการศึกษาพบว่า วัสดุอุปกรณ์ในการฝึกซ้อมและการแข่งขันมีความสำคัญในการพัฒนาทักษะของนักกีฬาเยาวชน โดยการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มี



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

คุณภาพจะช่วยเสริมสร้างทักษะและสร้างประสบการณ์การฝึกซ้อมที่ดี ดังนั้น เจ้าของอะคาเดมี่จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้ และมีความปลอดภัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาเยาวชนสูงที่สุด

### 1.4 การจัดการ (Management)

จากประเด็นข้อคำถามว่า การบริหารจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนมีความสำคัญอย่างไรในการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมและการขยายขนาดอะคาเดมี่ในระยะยาว ผลการศึกษาพบว่า การจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมหลายด้าน เช่น การวางแผนการฝึกซ้อม การประสานงานระหว่างผู้ฝึกสอนและสโมสรฟุตบอลอาชีพ รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยการวางแผนและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงการพิจารณาความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรและบุคลากรเพื่อให้การขยายขนาดอะคาเดมี่ฟุตบอลเกิดผลในระยะยาว

### 2. การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's

จากการวิจัย พบว่า แนวทางการบริหารจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's จำนวนทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2) กระบวนการบริการ (Process) 3) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 4) บุคลากร (People) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 2.1 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากประเด็นข้อคำถามที่ว่า การส่งเสริมการตลาดด้วยสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมีผลอย่างไรในการสร้างการรับรู้และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้มาร่วมอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชน ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ปกครองและเยาวชน รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือของอะคาเดมี่ โดยการใช้การตลาดผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ และการตลาดแบบดิจิทัลเพื่อเพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วม ในการสร้างภาพลักษณ์ของอะคาเดมี่ด้วยการมีส่วนร่วมโดยการนำเสนอโครงสร้างและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนต่อลูกค้าเป้าหมาย เช่น ผู้ปกครองและเยาวชน ซึ่งการใช้สื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย ช่วยในการส่งเสริมการตลาดให้มีประสิทธิภาพและสามารถติดตามความคืบหน้าของการฝึกซ้อมได้ทันที

#### 2.2 กระบวนการบริการ (Process)

จากประเด็นข้อคำถามว่า กระบวนการบริการในอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนมีความสำคัญอย่างไรในการสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจระหว่างอะคาเดมี่และผู้ปกครอง ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการในการให้บริการในอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนต้องมีการจัดการที่เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปกครองและนักกีฬาเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ซึ่งรวมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการฝึกซ้อม การสื่อสาร การประเมินผลพัฒนาการของนักกีฬา และการติดตามผล ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารที่โปร่งใสและการใช้ช่องทางที่สะดวก เช่น การใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับการติดตามผลการฝึกซ้อม ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความไว้วางใจระหว่างอะคาเดมี่และผู้ปกครอง



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 2.3 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากประเด็นข้อคำถามว่า ลักษณะทางกายภาพของอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนมีบทบาทอย่างไรในการสร้างความมั่นใจและพัฒนาศักยภาพของนักกีฬา ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางกายภาพของอะคาเดมี่ฟุตบอลมีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปกครองและเยาวชน โดยจะต้องมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นสนามฝึกซ้อม อุปกรณ์ต่าง ๆ รวมถึงการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จะต้องเน้นถึงความสำคัญของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพ เช่น สนามฝึกซ้อมและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน เพื่อช่วยให้นักกีฬามีสภาพแวดล้อมที่ดีในการฝึกฝนและพัฒนา

### 2.4 บุคลากร (People)

จากประเด็นข้อคำถามว่า บทบาทของบุคลากรในอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนมีความสำคัญอย่างไรในการพัฒนาทักษะและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอน นักกีฬาและผู้ปกครอง ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของ อะคาเดมี่ฟุตบอลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะและความสามารถของนักกีฬา โดยเฉพาะการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักกีฬาและผู้ฝึกสอน รวมถึงการมีบุคลากรที่สามารถทำงานร่วมกับผู้ปกครองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีและความเข้าใจในพัฒนาการทางจิตวิทยาของเด็ก เพื่อฝึกสอนและดูแลนักกีฬาเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ฝึกสอนที่ดีสามารถสร้างความสัมพันธ์และการยอมรับในทีมได้

### อภิปรายผลการวิจัย

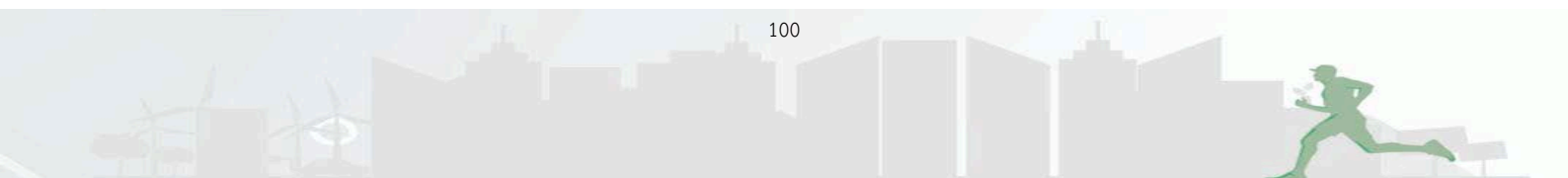
จากการผลวิจัยแนวทางการจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) การบริหารจัดการ และ 2) การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

#### 1. การบริหารจัดการ

จากการวิจัย พบว่า แนวทางการบริหารจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ในด้านการบริหารจัดการจำนวนทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) บุคลากร (Man) 2) งบประมาณ (Money) 3) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และ 4) การจัดการ (Management) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

##### 1.1 บุคลากร (Man)

ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการบุคลากรในอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเยาวชนให้มีความสามารถในกีฬาและชีวิตส่วนตัวได้อย่างยั่งยืน โดยการคัดเลือกบุคลากร ได้แก่ ผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติที่ดีและเข้าใจการพัฒนาทางจิตวิทยา และพัฒนาการของเด็กเยาวชนเป็นสิ่งสำคัญ (Smith, 2019; Williams, 2020) อีกทั้ง ผู้ฝึกสอนยังต้องเป็นผู้ที่สามารถเสริมสร้างทักษะทางสังคมที่จำเป็นในการทำงานเป็นทีมในสนามแข่งขัน (Lee, Kim, & Park, 2022) เนื่องจากการเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติทาง





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ทักษะและประสบการณ์ในวงการฟุตบอลและการทำงานร่วมกับเยาวชนเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาคุณภาพของบุคลากรในอะคาเดมี่ (Robinson, 2019)

### 1.2 งบประมาณ (Money)

ผลการศึกษาพบว่า งบประมาณในอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนต้องถูกบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ในการจัดสรรทรัพยากรในด้านต่างๆ เช่น การฝึกซ้อม การดูแลสนาม และการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เยาวชนได้รับโอกาสในการฝึกฝนอย่างเต็มที่ (Johnson & Ward, 2023) ทั้งนี้ ความสำคัญของการบริหารจัดการด้านงบประมาณ จะส่งผลถึงการบริหารทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อพัฒนาอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนให้ยั่งยืน การเชื่อมโยงระหว่างการบริหารจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลและธุรกิจ โดยเฉพาะการสร้างระบบการเงินที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาได้ในระยะยาว ซึ่งการสร้างระบบการเงินที่มีความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ (Green, 2020) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสโมสรฟุตบอลอาชีพและองค์กรต่าง ๆ ที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาเยาวชนเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนงบประมาณของอะคาเดมี่ (Evans, 2018) เนื่องจากการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจและสปอนเซอร์เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอะคาเดมี่จะช่วยให้การบริหารจัดการเงินหรืองบประมาณเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

### 1.3 วัสดุอุปกรณ์ (Material)

ผลการศึกษาพบว่า วัสดุอุปกรณ์ในการฝึกซ้อมและการแข่งขันมีความสำคัญในการพัฒนาทักษะของนักกีฬาเยาวชน โดยการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพจะช่วยเสริมสร้างทักษะและสร้างประสบการณ์การฝึกซ้อมที่ดี (Zhao & Li, 2021) ดังนั้น เจ้าของอะคาเดมี่จึงจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้ และมีความปลอดภัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาเยาวชนสูงสุด (Johnson & Ward, 2023) เนื่องจากการมีวัสดุอุปกรณ์ที่มีคุณภาพจะช่วยทำให้การฝึกสอนเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดซึ่งจะก่อให้เกิดคุณภาพในการพัฒนานักกีฬา และเกิดความเชื่อมั่นของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้ามาฝึกกีฬากับอะคาเดมี่

### 1.4 การจัดการ (Management)

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการอะคาเดมี่ฟุตบอลเยาวชนเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมหลายด้าน เช่น การวางแผนการฝึกซ้อม การประสานงานระหว่างโค้ชและสโมสรฟุตบอลอาชีพ รวมถึงการพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ (Carter, 2021; Robinson, 2019) ดังนั้น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพโดยการวางแผน กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และการพิจารณาความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรและบุคลากรเพื่อให้การขยายขนาดอะคาเดมี่ฟุตบอลเกิดผลดีในระยะยาว เนื่องจากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้บริหารอะคาเดมี่สามารถวางแผนการพัฒนาการให้บริการของอะคาเดมี่ พร้อมทั้งยังทำให้ผู้ฝึกสอน หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถทำงานได้อย่างมีแบบแผนที่ชัดเจน เกิดบรรยากาศที่ดีในการเรียนรู้ รวมถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างการจัดการที่มีประสิทธิภาพในอะคาเดมี่





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 2. การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's

จากการวิจัย พบว่า แนวทางการบริหารจัดการอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนในประเทศไทย ในด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P's จำนวนทั้งสิ้น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2) กระบวนการบริการ (Process) 3) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และ 4) บุคลากร (People) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

#### 2.1 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในการสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ปกครองและเยาวชน รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือของอะคาเดมี โดยการใช้การตลาดผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย การสร้างคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ และการใช้การตลาดดิจิทัล (Jones, 2019) เพื่อเพิ่มการรับรู้และการมีส่วนร่วม ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ของอะคาเดมีผ่านการใช้การตลาดเชิงประสบการณ์ โดยการนำเสนอโครงสร้างและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนต่อลูกค้าเป้าหมาย เช่น ผู้ปกครองและเยาวชน (Brown, 2020) ซึ่งการใช้สื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย ช่วยในการส่งเสริมการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และสามารถติดตามความคืบหน้าของการฝึกซ้อมได้ทันที เนื่องจากการใช้การตลาดดิจิทัลสามารถสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย โดยการโปรโมทกิจกรรมของอะคาเดมีผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Facebook, Instagram และ YouTube ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าใหม่ ๆ และสร้างการรับรู้ในตลาด

#### 2.2 กระบวนการบริการ (Process)

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการในการให้บริการในอะคาเดมีฟุตบอลเยาวชนต้องมีการจัดการที่เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ปกครองและนักกีฬาเกิดความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ซึ่งรวมถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการฝึกซ้อม การสื่อสาร การประเมินผลพัฒนาการของนักกีฬา และการติดตามผล ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารที่โปร่งใสและการใช้ช่องทางที่สะดวก เช่น การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการติดตามผลการฝึกซ้อม (Zhao & Li, 2021) ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความไว้วางใจระหว่างอะคาเดมีและผู้ปกครอง เนื่องจากธุรกิจอะคาเดมีฟุตบอลเป็นงานบริการให้ความรู้ด้านกีฬาแก่เด็ก เยาวชน ดังนั้น การตัดสินใจซื้อของผู้ปกครองจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของผู้ปกครองเป็นหลัก (Green, 2020) ดังนั้น กระบวนการในการให้บริการที่ชัดเจนจะช่วยทำให้ผู้ปกครองเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น

#### 2.3 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางกายภาพของอะคาเดมีฟุตบอลมีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปกครองและเยาวชน (Evans, 2018; Johnson & Ward, 2023) โดยจะต้องมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นสนามฝึกซ้อม อุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งลักษณะทางการกายภาพ (Physical Evidence) จะต้องเน้นถึงความสำคัญของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพ เช่น สนามฝึกซ้อมและอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน เพื่อช่วยให้นักกีฬามีสภาพแวดล้อมที่ดีในการฝึกฝนและพัฒนา เนื่องจากการสร้างบรรยากาศสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนลักษณะเฉพาะของธุรกิจเป็นตัวบ่งบอกความเป็น



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

มีอาชีพของอะคาเดมี่ ซึ่งเป็นการสร้างแรงดึงดูดให้แก่เด็ก เยาวชน และผู้ปกครอง อีกทั้ง ยังส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

### 2.4 บุคลากร (People)

ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรในอะคาเดมี่ฟุตบอลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะและความสามารถของนักกีฬา (Smith, 2019; Williams, 2020) โดยเฉพาะการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักกีฬาและผู้ปกครองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lee, Kim, & Park, 2022) ซึ่งการคัดเลือกผู้ฝึกสอนที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีและความเข้าใจในพัฒนาการทางจิตวิทยาของเด็ก เพื่อให้ผู้ฝึกสอนจะสามารถฝึกสอนและดูแลนักกีฬาเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ฝึกสอนที่ดีสามารถสร้างความสัมพันธ์และการยอมรับในทีมได้จากประสบการณ์และทักษะการทำงานร่วมกับเด็กที่มี

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. อะคาเดมี่ควรทำการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทางด้านการฝึกสอนกีฬาสำหรับเด็กที่มีเทคนิคเฉพาะตัว และเป็นผู้ที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้แก่เด็ก เยาวชน ในการฝึกซ้อมได้ตลอดระยะเวลาฝึกซ้อม

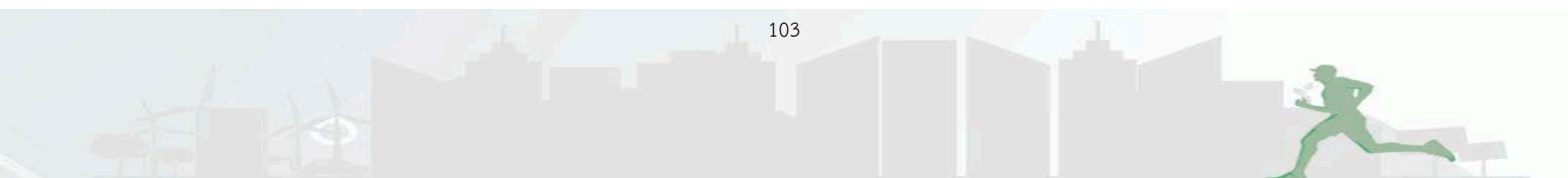
2. อะคาเดมี่ควรสร้างช่องทางการสื่อสารกิจกรรมการฝึกซ้อมกีฬาของเด็กเยาวชนให้แก่ผู้ปกครอง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม และเกิดการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างอะคาเดมี่ และผู้ปกครอง ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรมีการศึกษาความต้องการ และความคาดหวังของผู้ปกครอง และนักกีฬาต่อการพัฒนานักกีฬาในอะคาเดมี่ฟุตบอลในประเทศไทย

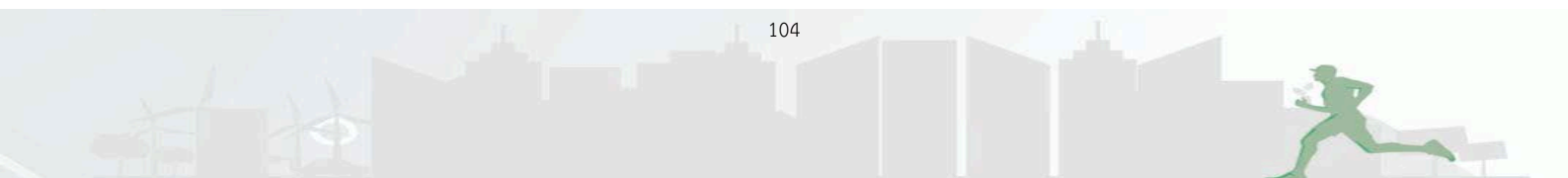
### References

- Anderson, K., & Sullivan, M. (2021). *Effective Academy Management*. Cambridge University Press.
- Brown, K. (2020). *Marketing Essentials for Sports Organizations*. Pearson.
- Carter, L. (2021). *Ethical Challenges in Youth Sports Development*. Oxford University Press.
- Evans, T. (2018). *Youth Sports Development: Challenges and Opportunities*. Springer.
- Green, M. (2020). *The Business of Football Academies*. Harvard Business Review.
- Johnson, A., & Ward, C. (2023). *Sustainable Models for Football Development*. Palgrave Macmillan.
- Jones, R. (2019). *Digital Marketing in Sports Academies*. Routledge.
- Kim, T. (2022). *Future Trends in Football Academy Management*. Wiley.



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- Lee, S., Kim, J., & Park, H. (2022). *The Role of Parents in Youth Football*. Wiley.
- Robinson, H. (2019). *Leadership in Sports Organizations*. Cambridge University Press.
- Smith, J. (2019). *Football Coaching Strategies for Youth Development*. McGraw-Hill Education.
- Williams, P. (2020). *Coaching Psychology and Its Applications in Football Academies*. Oxford University Press.
- Zhao, Y., & Li, X. (2021). *Technological Innovations in Sports Training*. Springer.



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี

จ.สมุทรปราการ

อาริตสา กิจขุนทด\*, ณรงค์ปรภณ หงศาลา, สุเมธ แก้วแพรง และนัทพงษ์ ลัทธพินันท์

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

### บทคัดย่อ

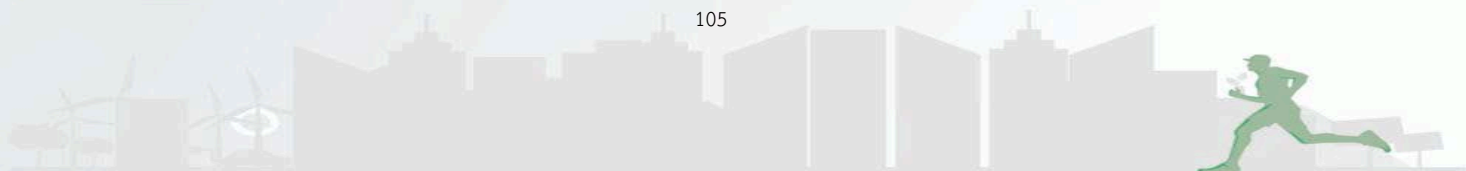
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด และเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าที่ดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำนวน 405 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค และการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เป็นการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่าความตรงตามเนื้อหาเท่ากับ 0.75 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากัน 0.96 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน โดยใช้การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.05, S.D. = 0.52) ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกันมีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอนแตกต่างกันระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และผู้บริโภคที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน ไม่แตกต่างกันระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้บริโภค; ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps; ดีแคทลอน; การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: อาริตสา กิจขุนทด, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

E-mail : Arritsa.kit@kbu.ac.th



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

FACTORS AFFECTING THE PERCEPTION OF MARKETING MIX OF DECATHLON,  
BANGNA BRANCH, BANG PHLI DISTRICT, SAMUT PRAKAN

Arritsa Kitkhunthod\*, Narongpakron Hongsala, Sumeth Kaewprag  
and Nutthapong Lutthapinun  
Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University

---

**Abstract**

The objective of this research was to study the perception of the marketing mix and compare demographic characteristics affecting the perception of the marketing mix of Decathlon, Bangna Branch, Bang Phli District, Samut Prakan Province. The sample group consisted of 405 customers who purchased products at Decathlon, Bangna Branch, Bang Phli District, Samut Prakan Province. A questionnaire created by the researcher was used, comprising general information, consumer purchasing behavior, and perception of marketing mix factors. The content validity of the questionnaire was verified by three experts, yielding a content validity index of 0.75, and the Cronbach's alpha coefficient was 0.96. The collected data were analyzed using a statistical software program to determine frequency, percentage, mean, standard deviation, and to test factors affecting the perception of Decathlon's marketing mix using t-tests and one-way ANOVA, with statistical significance set at the 0.05 level.

The research results revealed that consumers' overall perception of Decathlon's marketing mix was at a high level (Mean = 4.05, S.D. = 0.52). Consumers with different occupations perceived the marketing mix of Decathlon differently at a statistically significant level of 0.05. However, consumers with different genders, ages, educational levels, and monthly incomes did not perceive Decathlon's marketing mix differently at the statistically significant level of 0.05.

**Keywords:** Consumer Behavior, Marketing Mix 4Ps, Decathlon, Perception of Marketing Mix

---

\*Corresponding Author: Arritsa Kitkhunthod, Faculty of Sport Science, Kasem Bundit University, Bangkok Campus. Email: narongpakron.hon@kbu.ac.th

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2566 – 2570 โดยมีเป้าประสงค์ให้ประชาชนทุกกลุ่ม เด็ก เยาวชน และประชาชน มีการออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ และมีตัวชี้วัดหลักของความสำเร็จของแผนฯ คือ ประชากรทุกภาคส่วนออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี พ.ศ. 2570 (Ministry of Tourism and Sports, 2023) สอดคล้องกับแนวโน้มการให้ความใส่ใจต่อการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายและการเล่นกีฬา กลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ของค่านิยม ทักษะคิดในการดำเนินชีวิต ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปโดยให้ความสำคัญกับสุขภาพ ดังนั้นการทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น กิจกรรมเดินป่า สำรวจเส้นทางธรรมชาติ ปีนเขา รวมถึงการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย จึงเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพ ซึ่งหากกล่าวถึง การเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และการทำกิจกรรมกลางแจ้งที่กำลังเป็นกระแสอยู่แล้วนั้น อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า รองเท้า อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การออกกำลังกาย และอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมกลางแจ้ง เป็นส่วนที่สำคัญที่สนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ มีประสิทธิภาพและสนุกสนานมากยิ่งขึ้น (Ruamsak SaeHeng & Prasit Rattanaphan, 2018; Department of Business Development, 2024)

ในปัจจุบันได้มีการพัฒนานวัตกรรมที่สมัยใหม่เข้ามาช่วยในการผลิตอุปกรณ์กีฬาให้มีความปลอดภัย และประสิทธิภาพที่สูงขึ้น มีความเหมาะสมกับการใช้งาน มีการตั้งราคาที่เหมาะสมผลสามารถจับต้องได้ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และได้รับความพึงพอใจมากขึ้น จึงส่งผลดีเกี่ยวกับธุรกิจอุปกรณ์กีฬาเป็นจำนวนมาก ซึ่งในประเทศไทยมีธุรกิจเกี่ยวกับขายอุปกรณ์กีฬาและการออกกำลังกายมากมาย เช่น Super sports, Sport Mall, Sports world Shop, Grand Sport FBT และ Decathlon เป็นต้น โดยธุรกิจเหล่านี้ จัดจำหน่ายสินค้ามากมายให้เลือกตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้ออุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การออกกำลังกาย และอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมกลางแจ้งที่ครบวงจร จากข้อมูลรายงานภาวะเศรษฐกิจด้านการกีฬาครั้งที่ 1 ปี พ.ศ. 2567 พบว่า สถานการณ์อุตสาหกรรมกีฬาโลก ประกอบด้วย รองเท้ากีฬา เสื้อกีฬา อุปกรณ์กีฬา เทคโนโลยีการกีฬา โภชนาการการกีฬา สนามกีฬา มีมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมกีฬาโลกประมาณ 623.23 และ 862.60 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2027 และ ค.ศ. 2033 และตลาดกีฬาที่เน้นการมีส่วนกิจกรรมกลางแจ้งครอบคลุมถึงกิจกรรมหลากหลายประเภท เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การเล่นเกมหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ดำเนินการกลางแจ้ง คาดว่าในอนาคตจะเติบโตในอนาคตแน่นอน สถานการณ์ของอุตสาหกรรมการกีฬาของประเทศไทย มีการเติบโตของมูลค่าตลาดของการค้าส่งค้าปลีก เสื้อผ้ากีฬา รองเท้ากีฬา และอุปกรณ์กีฬาที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2566 และคาดว่าจะเติบโตต่อในปี พ.ศ. 2567 อย่างต่อเนื่อง (Department of Business Development, 2023)

หากกล่าวถึงธุรกิจค้าปลีกเฉพาะกีฬาในประเทศไทย ดีแคทลอน ก็เป็นร้านขายปลีกสินค้าอุปกรณ์กีฬา ลำดับต้นๆที่ทุกคนรู้จัก (Department of Business Development, 2023) ดีแคทลอน (Decathlon) เข้ามาทำธุรกิจในปี ค.ศ. 1989 ผ่านการเปิดโรงงานผลิตสินค้า จนในปี ค.ศ. 1996 เริ่มเปิดสาขาขนาดเล็กในประเทศไทย และปี ค.ศ. 2013 มีการเปิดช่องทางจำหน่ายออนไลน์ สุดท้ายปี ค.ศ. 2015 เริ่มขยายหน้าร้าน





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ขนาดใหญ่ที่บางนา อำเภอบางพลีเป็นแห่งแรก ปัจจุบัน Decathlon มี 26 สาขา ในไทย ปี พ.ศ. 2566 มีกำไรสุทธิ 31 ล้านบาท ลดลง 69.52% โดย Decathlon ถือเป็นผู้นำรายอุปกรณกีฬที่เปิดหน้าร้านขนาดใหญ่คล้ายกับ Hypermarket ของสินค้าทั่วไปรายแรกในไทย ซึ่งมีสาขาที่น้อยกว่าคู่แข่งชั้นนำในประเทศ เช่น Super sports, Sport Mall, Sports world Shop เมื่อเทียบกับคู่แข่ง เช่น Super sports มีกำไรสุทธิ 40 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 81.16 % (Department of Business Development, 2023)

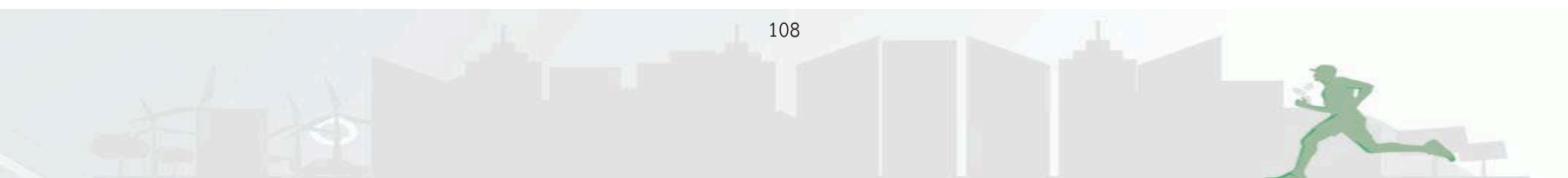
จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจของดีแคทลอน โดยมีผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก ทั้งนี้ผู้บริโภคมีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของทางดีแคทลอน สะท้อนออกมาจากการเลือกซื้อสินค้าของทางดีแคทลอน ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การซื้อสินค้าซ้ำอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขายสินค้าที่สำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Kotler & Armstrong, 2018) โดยการที่ดีแคทลอน ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทำการตลาดในกลุ่มธุรกิจอุปกรณ์กีฬา และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทดีแคทลอน ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

### การทบทวนวรรณกรรม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่ในการแบ่งส่วนการตลาดตามกลุ่มผู้บริโภค โดยอาศัยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ นำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์สร้างความต้องการหรือจูงใจ ให้ผู้บริโภคอยากใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทนำเสนอเพื่อให้เข้าถึง และตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงมากที่สุด เพราะจะทำให้นักการตลาดนั้นสามารถประเมินขนาดของตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sumaiya Narknava, 2020) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลคุณลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสำคัญอย่างมากในการศึกษากลุ่มประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่แท้จริงของสินค้าหรือบริการนั้นๆ และสามารถเข้าใจถึงลักษณะของผู้บริโภค อาทิ ความชื่นชอบ ความต้องการ ในการซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยของบุคคลหนึ่งบุคคลที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ถือเป็นพื้นฐานในการกำหนดการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันได้ (Siriwan Sereerat, 1995)

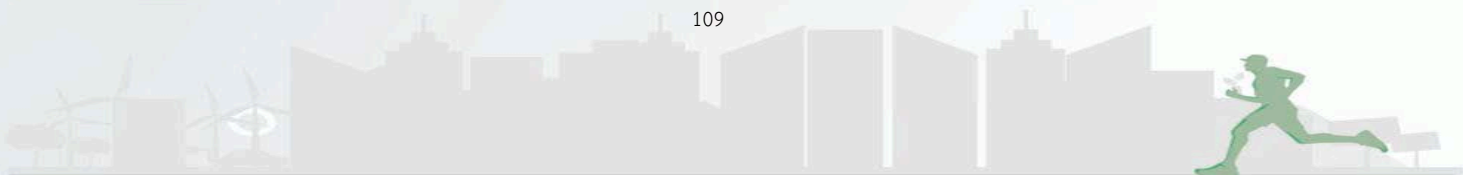




## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Kotler, 2012) รวมทั้ง Kollat and Blackwell (1968) ได้ให้ความหมายว่า การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว ประกอบไปด้วย 7 ประการ (7Os) ได้แก่ 1) ตลาดเป้าหมายคือใคร 2) ตลาดซื้ออะไร 3) ทำไมจึงซื้อหรือสาเหตุที่ซื้อ 4) ผู้มีอิทธิพลในการซื้อหรือใครมีส่วนร่วมในการซื้อ 5) ซื้อเมื่อใด 6) ซื้อที่ และ 7) ซื้ออย่างไร โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความ ต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ ภายในใจผู้บริโภค แล้วจะมีการตอบสนองของผู้บริโภค หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ (Siriwan Sereerat, 1995) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการใช้งาน ซึ่งหากนักการตลาดเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้วย่อมนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P) คือเครื่องมือทางการตลาดที่เป็นพื้นฐานของหลักการตลาดที่นิยมใช้ สำหรับการวางแผนการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ Kotler and Armstrong (2018) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมทางการตลาด เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ด้าน 1) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ที่ได้มาตรฐานและรับรองความปลอดภัย 2) ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะ เปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ 3) ช่องทางการจำหน่าย กิจกรรมการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภค โดยมีการส่งมอบผ่านคนกลาง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึง ด้านสถานที่ตั้ง ด้านเวลา และการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น 4) การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงตัวสินค้า เกิดความ ต้องการใช้ และตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกัน เช่น โฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ซึ่งสามารถทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจในตัวสินค้านั้นได้

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือในการวางแผนเป้าหมายกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อนำมาประกอบในธุรกิจ และเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และด้านอื่นๆ ของธุรกิจ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

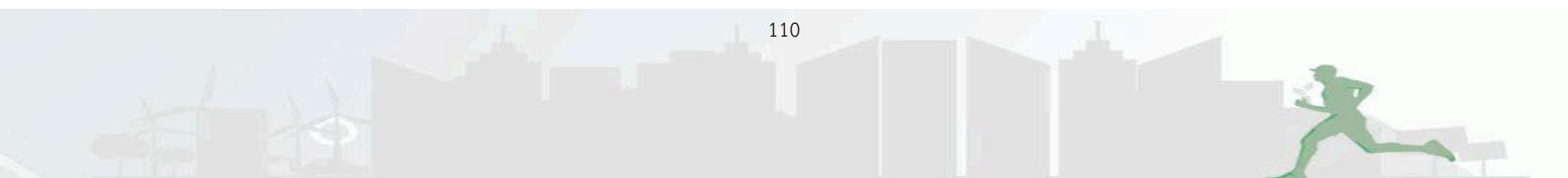
### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Thanpisit Inthawong et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าผ้าใบสเน็กเกอร์ทางออนไลน์และออฟไลน์ของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่อาศัย ทำงาน หรือกำลังศึกษาในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อรองเท้า สเน็กเกอร์ (SNEAKERS) ทางออนไลน์ และ ออฟไลน์ จำนวน 405 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการซื้อรองเท้าผ้าใบสเน็กเกอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

Wataneer Chantapo and Pichai Pusumpun (2020) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ้าใบแบรนด์ คอลแลบอเรชั่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและมีความสนใจซื้อรองเท้า ผ้าใบแบรนด์คอลแลบอเรชั่น ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าผ้าใบแบรนด์คอลแลบอเรชั่น ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความแตกต่างกันในด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศชาย มีการตัดสินใจซื้อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศหญิง นอกจากนี้ระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่ามีการตัดสินใจซื้อ มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรี และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจซื้อมากกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และตามมาด้วยอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ตามลำดับ

Ruamsak SaeHeng and Prasit Rattanaphan (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้ที่ซื้อสินค้าใน Shopee และ Lazada ภายในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อชุดกีฬา ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อชุดกีฬามากที่สุด รองลงมาอาชีพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และเพศ ตามลำดับ และผู้บริโภคที่มีเพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

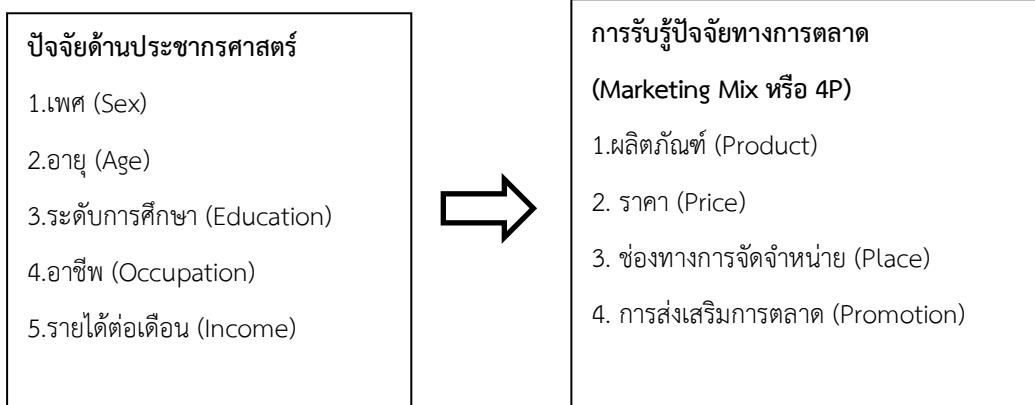
Chanunya Soontongate (2018) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าซูเปอร์สปอร์ต (Super Sport) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ทำงาน ศึกษา หรืออาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อสินค้าและเคยใช้บริการที่ซูเปอร์สปอร์ต (Super Sport) จำนวน 405 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าซูเปอร์สปอร์ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ปัจจัยราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยบุคลากร และปัจจัยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและ กระบวนการ ในส่วนของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า อายุ เพศ รายได้ต่อเดือน ระดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

การศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการซื้อสินค้าซูเปอร์สปอร์ตของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าปัจจัยประชากรศาสตร์มีความแตกต่างกันจะมีผลต่อการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดการตัดสินใจในการซื้อใช้บริการหรือเลือกใช้สินค้า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัด จําหน่าย และการส่งเสริม การตลาด แตกต่างกัน ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ส่วนประสมทาง การตลาดของดีแคทลอน และเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับส่วนประสมทางการตลาด ของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ที่ซื้อสินค้าที่ดีแคทลอน ซึ่งไม่ทราบจำนวน กำหนด ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้โดยใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคประมาณ 385 คน แต่เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับ และการป้องกันความผิดพลาด จากการตอบทางผู้วิจัยจะกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น 5% ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น เป็น 405 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### 2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย

2.2 สร้างเครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามพฤติกรรมการ เลือกซื้อของผู้บริโภค และแบบสอบถามการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณา ตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ได้เท่ากับ 0.75



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

2.4 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบราว (Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.96

2.5 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 405 ชุด ด้วยตนเองพร้อมกับผู้ช่วยวิจัย โดยเริ่มทำการแจกแบบสอบถามในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ วันละ 33-34 ชุด สัปดาห์ละ 67-68 ชุด ระยะเวลา 6 สัปดาห์ในช่วงเดือน ธันวาคม - มกราคม พ.ศ. 2566 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาตอบประมาณ 10 นาที เป็นการตอบแบบสอบถามเพียงครั้งเดียว ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะรอรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จสมบูรณ์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ตามลักษณะข้อมูลดังนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงบรรยาย ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค ใช้สถิติ ความถี่ และร้อยละ ข้อมูลความระดับความสำคัญการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ของเพศใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด Independent Sample t-test และ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน One-way ANOVA

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเพศหญิง 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 177 คนคิดเป็นร้อยละ 43.7 มีอาชีพเป็นนักศึกษา จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมีรายได้ต่อเดือน 10,01-20,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ตามลำดับ

#### 2. พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคในดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์กีฬาในดีแคทลอน แบบกีฬากลางแจ้ง Outdoor จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 71.6 ประเภทกีฬาที่เลือกซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์แคมป์ปิ้ง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 วิ่ง & เดิน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 กีฬาฟิตเนส จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10 ความถี่ของการซื้อสินค้าในดีแคทลอน 1ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 จำนวนเงินในการซื้อสินค้าในดีแคทลอน เฉลี่ยแต่ละครั้ง 501 – 1,500 บาทจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ตัดสินใจซื้อสินค้าในดีแคทลอนด้วยตนเอง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และราคาถูก มีคุณภาพเป็นสาเหตุสำคัญที่สุดที่ต่อเลือกซื้อสินค้าในดีแคทลอน จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 ตามลำดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### 3. การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของซื้อสินค้าดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของซื้อสินค้า ดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ (n=405)

การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	S.D.	แปลความ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.54	มาก
ด้านราคา	4.11	0.52	มาก
ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.09	0.56	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.01	0.49	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.52</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ. สมุทรปราการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.05, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา (Mean = 4.11, S.D. = 0.52) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Mean = 4.09, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Mean = 4.01, S.D. = 0.49) ด้านผลิตภัณฑ์ (Mean = 4.00, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

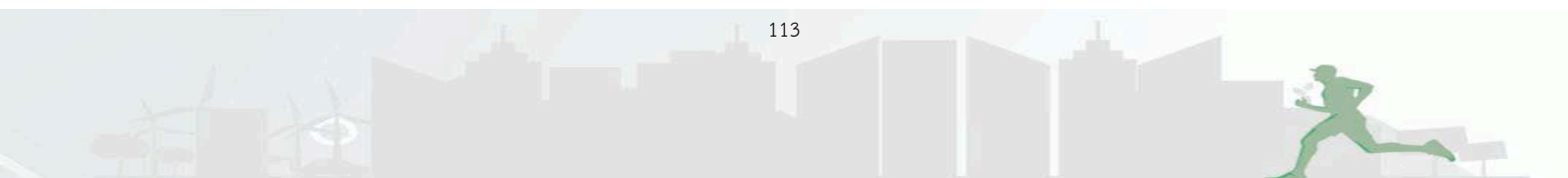
### 4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามเพศ

ข้อ	เพศ	n	Mean	S.D.	t	df	P
การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ชาย	289	4.06	0.42	1.00	250.52	0.76
	หญิง	116	4.02	0.35			

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของ  
ดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

ปัจจัยประชากรศาสตร์	n	Mean	S.D.	F	P	การเปรียบเทียบรายคู่	
อายุ	ต่ำกว่า20ปี	70	4.08	0.37	0.28	0.92	-
	21-30ปี	117	4.03	0.45			
	31-40ปี	119	4.05	0.48			
	41-50ปี	63	4.04	0.39			
	51-60ปี	22	4.12	0.44			
	61ปี ขึ้นไป	14	4.06	0.30			
ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	171	4.08	0.43	2.46	0.09	-
	ปริญญาตรี	177	4.06	0.36			
	ปริญญาโทขึ้นไป	57	3.94	0.43			
อาชีพ	นักศึกษา	149	4.16	0.39	6.27	0.00*	นักศึกษา-ข้าราชการ นักศึกษา-ธุรกิจส่วนตัว นักศึกษา-ฟรีแลนซ์ ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ/เอกชน
	ข้าราชการ	100	3.92	0.39			
	รัฐวิสาหกิจ/เอกชน	53	4.10	0.40			
	ธุรกิจส่วนตัว	75	4.02	0.38			
	ฟรีแลนซ์	28	3.98	0.40			
รายได้ ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	66	4.03	0.41	0.36	0.84	-
	10,001 - 20,000 บาท	177	4.04	0.40			
	20,001 - 30,000 บาท	107	4.09	0.40			
	30,001 - 40,000 บาท	33	4.07	0.40			
	มากกว่า40,001	22	4.02	0.39			

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีส่วนต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ ธุรกิจส่วนตัว ฟรีแลนซ์ และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีส่วนต่างของค่าเฉลี่ยการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นรัฐวิสาหกิจหรือเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านราคาอุปกรณ์กีฬาที่ขายในดีแคทลอน มีราคาที่ถูก เมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า โดยราคาของสินค้ามีให้เลือกเป็นระดับ ตามมาตรฐานของสินค้าแต่ละชนิด ตอบโจทย์กำลังซื้อของผู้บริโภค ระดับแมสถึงกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanpisit Inthawong et al. (2020) พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคประเด็นด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมาก

2. พฤติกรรมของการเลือกซื้อของผู้บริโภคในดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์กีฬา แบบกีฬากลางแจ้ง (Outdoor) ประเภทกีฬาที่เลือกซื้อ แคมป์ปิ้ง โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าแคมป์ปิ้งเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวและการพักผ่อน และหาซื้ออุปกรณ์แคมป์ปิ้งครบในที่เดียว โดยมีความถี่ของการซื้อสินค้าในดีแคทลอน มีระยะเวลา 1 ปี และในการเลือกซื้อสินค้าในดีแคทลอน เฉลี่ยแต่ละครั้งอยู่ที่ 501 – 1,500 บาท เนื่องจากการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งสินค้าค่อนข้างราคาถูก เมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้าได้มาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruamsak SaeHeng and Prasit Rattanaphan (2018) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ชุดกีฬาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าแต่ละครั้งใช้เงิน 501 – 1,500 บาท ซื้อเพื่อใช้สำหรับในการสวมใส่ ออกกำลังกาย และในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละครั้งส่วนมากตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าจากอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้นก่อนตัดสินใจซื้อ และซื้อสินค้า เพราะมีราคาถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพ และการรับประกันสินค้าหากสินค้าชำรุด โดยมีระยะเวลาในการรับประกันนานถึง 2 ปี

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน ที่แตกต่างกัน ในด้านของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เนื่องจากอาชีพแต่ละอาชีพมีเวลาในการทำงานที่แตกต่าง บทบาทหรือภาระงานไม่เหมือนกัน การจัดสรรเวลาที่จะออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือหาเวลาพักผ่อนหย่อนใจ ส่งผลให้การสนใจหรือการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การออกกำลังกาย อุปกรณ์ทำกิจกรรมน้อยจึงให้ความสำคัญที่แตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Watanee Chantapo and Pichai Pusumpun (2020) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกัน ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่ต่างกันมีการรับรู้ปัจจัย



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ส่วนประสมทางการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก การดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ในปัจจุบันกลายเป็นเรื่องสำคัญ ทุกคนหันมาดูแลสุขภาพ กันมากขึ้น การหาความรู้เรื่องการซื้ออุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์การออกกำลังกาย อุปกรณ์สำหรับกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ จึงทำให้การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruamsak SaeHeng and Prasit Rattanaphan (2018) พบว่าผู้บริโภคที่มี เพศ รายได้ต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อชุดกีฬาในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Chanunya Soontorngate (2018) พบว่า ปัจจัยการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า อายุ เพศ รายได้ต่อเดือน ระดับ การศึกษา ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการซื้อสินค้าซูเปอร์สปอร์ตของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลที่จากการวิจัย พฤติกรรมของการเลือกซื้อของผู้บริโภคในดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้บริโภคข้อมูลปัจจัยทางการตลาด มาปรับใช้ในการวางแผนส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองให้ตรงตาม ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และสามารถนำเอาจุดแข็งที่มี มาบริหารปรับเป็นกลยุทธ์ที่สามารถแข่งขัน กับคู่แข่งได้ ก็จะทำให้สามารถกระตุ้นยอดขายได้มากยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัย การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ปัจจัยส่วนผสมของการตลาดของดีแคทลอน สาขาบางนา อ.บางพลี จ. สมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เฉลี่ย น้อยที่สุด เนื่องผลิตภัณฑ์ของดีแคทลอน เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์แบรนด์กีฬาชั้นนำยังได้รับการยอมรับน้อยกว่า จึงควรให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ในการหากลยุทธ์ หรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ต่อผู้บริโภค

3. ดีแคทลอน ควรเน้นการตลาดไปที่กลุ่มนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อย เนื่องจากมีการ รับรู้ส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคามากกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญโดยออก กลยุทธ์ต่างๆหรือหาวิธีคิดค้น ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ช่วยเอื้ออำนวยสำหรับคนที่อยากออกกำลังกาย แต่มี งบประมาณอย่างจำกัด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม โดยศึกษาปัจจัยที่ได้จากการวิจัยเชิงลึก เพื่อให้ได้ทราบถึงความต้องการ ของผู้บริโภคแบบเชิงลึก (in-depth interview) หรือการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus group) ควบคู่กับการทำ แบบสอบถามออนไลน์

2. นอกจากนี้ยังควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของ ปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ เช่น ความพึงพอใจ ทศนคติต่อแบรนด์สินค้า และความภักดีของลูกค้าต่อแบรนด์ เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาที่ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และใช้วางแผนกลยุทธ์ต่อไปในอนาคต



## References

- Chanunya Soontorngate, (2018). *Factors affecting consumer satisfaction at SuperSport retail stores in the Bangkok Metropolitan Area*. Thammasat University.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New Delhi: Wiley Eastern.
- Department of Business Development. (2024). *From the report on the submission of financial information by the Department of Business Development 2023*.  
<https://www.dbd.go.th/news/82060567>
- Kollat, D.T., & Blackwell, R.D. (1968) *Consumer Behavior*. Holt, Rinehart & Winston, New York.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.) New Jersey: Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing*. 17th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *National Sports Development Plan No. 7 (2023-2027)*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Ruamsak SaeHeng, & Prasit Rattanaphan. (2018). Service Marketing Mix Factors Affecting the Decision Making in Sportswear in Hatyai District, Songkhla Province. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 10(2), 1-12. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ecbatsu/article/download/152555/120631/468576>
- Siriwan Sereerat. (1995). *Marketing management in the new era*. Duangkamol Samai.
- Sumaiya Narknava. (2020). The Relationship between Attitudes Marketing Mix Factors (7Ps) Non-Muslim Consumers' Behaviors in Bangkok Towards Halal Restaurants Usage. *Dusit Thani College Journal*, 15 (1), 1-19. <https://dttc.ac.th/wp-content/uploads/2021/04/20>
- Thanpisit Inthawong, Nateetip Sappanon, Patrika Maneepan, & Aryut Yuyen. (2020). *Marketing factors that affect the behavior of purchasing sneakers online and offline consumers in Chiang Mai Province*. Maejo University.
- Watanee Chantapo, & Pichai Pusumpun. (2020). *Influence factor of brand collaboration sneakers on the purchasing behavior of consumers in the Bangkok metropolitan area*. Srinakharinwirot University.



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพและนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น

ปรียานาฏ ต้อยหล้า\* อธิษฏ์ ภูอินทร์ พรชัย ตรัสใจธรรม และ สราวุธ น้อยเกษม

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### บทคัดย่อ

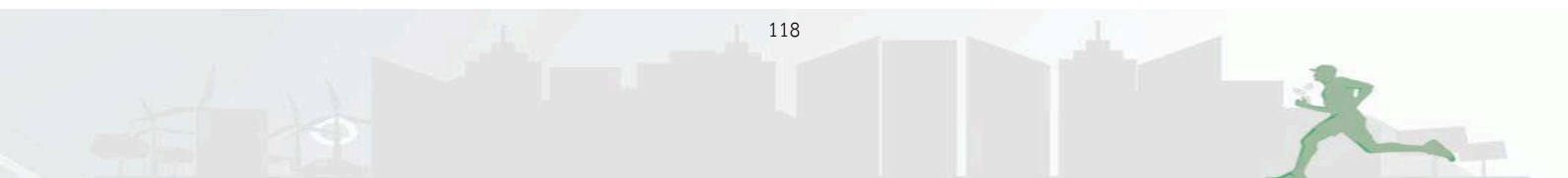
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพและสมัครเล่น และ (2) เปรียบเทียบปัจจัยในการสนับสนุนระหว่างสองกลุ่ม เครื่องมือวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด โดยเก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ 10 คน และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC = 0.80) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักในการสนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่นคือความสามารถ ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ และการสร้างชื่อเสียงให้ประเทศ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสพัฒนาสู่ระดับอาชีพ ขณะที่นักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพ สπονเซอร์ให้ความสำคัญกับผลงานในการแข่งขันระดับนานาชาติ ความเหมาะสม และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยนักกีฬาสมัครเล่นมุ่งเน้นการพัฒนาระยะยาวเพื่อความสำเร็จในระดับทีมชาติ ส่วนนักกีฬาอาชีพเน้นการประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านการเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ในเวทีโลก

การสนับสนุนทั้งสองกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ โดยเฉพาะการส่งเสริมให้นักกีฬาสร้างผลงานที่โดดเด่น ซึ่งช่วยให้ธงชาติไทยปรากฏในเวทีนานาชาติ นอกจากนี้ พฤติกรรมและการใช้โซเชียลมีเดียของนักกีฬามีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มโอกาสในการได้รับการสนับสนุน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า สมาคมนักกีฬาอีสปอร์ตควรมีแผนพัฒนาที่ชัดเจนและสนับสนุนนักกีฬาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพนักกีฬาให้ประสบความสำเร็จทั้งในระดับสมัครเล่นและอาชีพ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความภาคภูมิใจให้กับองค์กรผู้สนับสนุน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุน; นักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพ; นักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น

\*ผู้ประพันธ์บทความ: ปรียานาฏ ต้อยหล้า คณะวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Email: preeyanat.t@ku.th



การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

FACTORS THAT CAUSE SPONSORS TO SUPPORT PROFESSIONAL WOMEN'S  
GOLF ATHLETES AND AMATEUR WOMEN'S GOLF ATHLETES

Preeyanat Tuila\*, Issadee Kutintara, Pornchai Trusjaithum and Sarayut Noikasem

Faculty of Sports and Health Science, Kasetsart University

---

**Abstract**

This research was a qualitative study aimed at (1) examining the factors that influence sponsors to support professional and amateur female golfers, and (2) comparing the support factors between the two groups. The research instrument was an open-ended interview guide, with data collected from 10 experts. Content validity was verified with an index of item-objective congruence (IOC = 0.80). The findings revealed that the primary factors for supporting amateur female golfers include skill, determination, commitment, responsibility, and bringing recognition to the country, which enhance their opportunities for development to the professional level. For professional female golfers, sponsors prioritize performance in international competitions, suitability, and positive image-building. Amateur athletes focus on long-term development for national-level success, while professional athletes emphasize brand promotion as global brand ambassadors.

Support for both groups play a crucial role in enhancing the brand's image and credibility, particularly by encouraging athletes to achieve outstanding performances, which in turn showcases the Thai national flag on international platforms. Additionally, the behavior and social media usage of athletes contribute to building a positive image and increasing sponsorship opportunities. The study highlights the need for the Golf Association to establish clear development plans and provide continuous support for athletes. This approach would enable athletes to achieve success at both amateur and professional levels, thereby creating added value and national pride for sponsoring organizations.

**Keywords:** Factors that cause sponsors to support, Professional women's golf athletes, Amateur women's golf athletes

---

*\*Corresponding Author: Preeyanat, Faculty of Sports and Health Science, Kasetsart University, Thailand.*

*Email: preeyanat.t@ku.th*

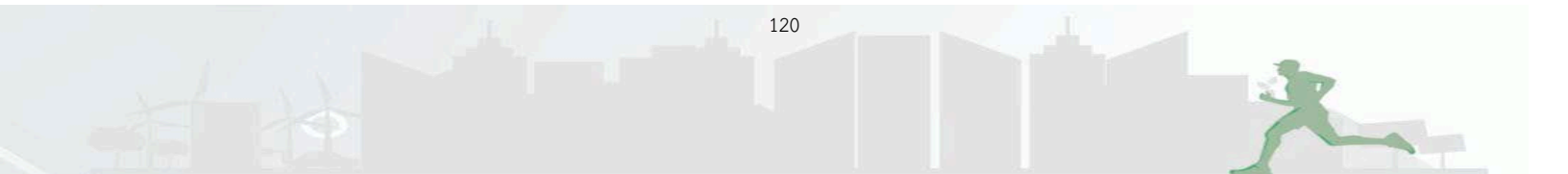
## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

กีฬากอล์ฟถือเป็นหนึ่งในกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มนักธุรกิจและผู้มีอำนาจในสังคมทั่วโลก กอล์ฟเป็นกีฬาที่สามารถฝึกฝนได้อย่างต่อเนื่อง และให้ประโยชน์ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ สำหรับการพัฒนากอล์ฟในระดับโลกมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งในระดับบุคคลและสังคม ในอดีตกีฬากอล์ฟอาจจะถูกมองว่าเป็นกิจกรรมเฉพาะกลุ่มสำหรับชนชั้นสูง แต่ในปัจจุบันการเข้าถึงกีฬากอล์ฟกลายเป็นเรื่องที่เปิดกว้างมากขึ้นทั้งสำหรับผู้ชายและผู้หญิง (Piyarat Charoenthat, 2024)

ในประวัติศาสตร์ของกีฬากอล์ฟเริ่มต้นในประเทศสกอตแลนด์ประมาณ 500 ปีก่อน ชาวสกอตเป็นผู้เริ่มเล่นกอล์ฟเป็นชาติแรก กีฬากอล์ฟพัฒนามาจากเด็กเลี้ยงแกะโดยมีการนำไม้ที่ใช้ไล่ฝูงแกะมาตีลูกหินเล่นไปมา จนการเล่นเหล่านั้นพัฒนามาเป็นกีฬากอล์ฟ ในอดีตที่ผ่านมามีผู้หญิงถูกห้ามไม่ให้เล่นกอล์ฟเนื่องจากความเชื่อที่ว่าผู้หญิงมีร่างกายอ่อนแอและสมรรถภาพไม่เหมาะสมสำหรับการแข่งขันกีฬา และมองว่าผู้หญิงเล่นเพื่อความสนุกสนานมากกว่าการแข่งขัน จึงทำให้เกิดทุกสนามกอล์ฟในสมัยนั้นไม่อนุญาตให้ผู้หญิงเข้าไปเล่นหรือแม้แต่ดูการแข่งขันได้ จนกระทั่งผ่านไป 273 ปี "The Honorable Company of Edinburgh Golfers" ซึ่งเป็นสโมสรที่เก่าแก่ที่สุดในประวัติศาสตร์ของสนามกอล์ฟ ยอมรับผู้หญิงเป็นสมาชิก และมีนักกอล์ฟหญิงคนแรกคือ แมรี สจ๊วต (ราชินีแห่งสกอตแลนด์) ซึ่งมีบทบาทในการสร้างคำว่า "แคดดี้" ที่หมายถึงผู้ช่วยนักกอล์ฟ ซึ่งทำหน้าที่แบกกระเป๋าอุปกรณ์ ให้คำแนะนำในการเล่น รวมถึงการบอกระยะทางและการเลือกไม้กอล์ฟ (Kornnika Teerapipattanapong, 2020)

การแข่งขันกอล์ฟสำหรับผู้หญิงเริ่มขึ้นในปี ค.ศ. 1900 โดยการจัดการแข่งขันกอล์ฟชิงแชมป์หญิงครั้งแรกที่สนามกอล์ฟ โมริส คันทรี ในสหรัฐอเมริกา ต่อมาในปี ค.ศ. 1911 ประเทศสวีเดนได้มีการแข่งขันกอล์ฟหญิงครั้งแรก การแข่งขัน SM ที่สนาม Hovås GK สนามกอล์ฟที่เก่าแก่ที่สุดในสวีเดน โดย Viveka Rosencrantz ได้รับประกาศให้เป็นแชมป์คนแรกในประวัติศาสตร์กอล์ฟหญิงของสวีเดน เมื่อวงการกอล์ฟหญิงได้รับการยอมรับมากขึ้น ในช่วงวันที่ 19-22 มกราคม ค.ศ. 1950 ก็ได้ถือกำเนิดทัวร์นาเมนต์ The Ladies Professional Golf Association หรือที่เรียกกันว่า LPGA TOUR ซึ่งเป็นการแข่งขันกอล์ฟหญิงที่เก่าแก่ที่สุดในสหรัฐอเมริกา ถือเป็นอีกก้าวสำคัญในการพัฒนากีฬากอล์ฟหญิงและยังคงจัดต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยรายการ LPGA หรือองค์กรกอล์ฟสตรีถูกก่อตั้งขึ้นโดยนักกอล์ฟหญิง 13 ชีวิต มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่รัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา องค์กรนี้ได้ทำหน้าที่ในการจัดการแข่งขันกอล์ฟระดับมืออาชีพสำหรับผู้หญิง เพื่อส่งเสริมให้ผู้หญิงได้มีโอกาสแสดงศักยภาพของตนเองในการแข่งขันระดับโลก การมีโอกาสนี้ในกีฬากอล์ฟทำให้ผู้หญิงสามารถสร้างชื่อเสียงและรายได้จากการแข่งขันได้เช่นเดียวกันกับผู้ชาย โดยในตอนแรกจัดการแข่งขันเพียง 14 รายการ แต่ในปัจจุบันมีการจัดการแข่งขันเพิ่มขึ้นถึง 34 รายการต่อฤดูกาล (Mike Whan, 2009)





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ในประเทศไทย การพัฒนากอล์ฟสตรีเริ่มมีความสำคัญตั้งแต่การจัดตั้งสมาคมกอล์ฟอาชีพสตรีในปี พ.ศ. 2551 โดยได้รับการสนับสนุนจากสมาคมกอล์ฟอาชีพแห่งประเทศไทยและการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการแข่งขันกอล์ฟสตรีในระดับอาชีพ โดยมุ่งหวังให้ทัวร์นาเมนต์กระจายไปตามภูมิภาคต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และติดตามจากผู้สนใจกีฬากอล์ฟในต่างจังหวัด เนื่องจากรายการแข่งขันกอล์ฟสตรีในประเทศไทยมีแมทช์ค่อนข้างน้อย สมาคมกอล์ฟจึงมีบทบาทในการพัฒนาให้วงการกีฬากอล์ฟสตรี และการสนับสนุนการแข่งขันกอล์ฟให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Thai Women's Golf Association, 2023) การแข่งขันกอล์ฟหญิงในประเทศไทยไม่เพียงแต่ช่วยให้นักกอล์ฟหญิงได้พัฒนาทักษะการเล่น แต่ยังเป็นช่องทางที่ให้นักกีฬาได้แสดงศักยภาพในระดับสากล นักกอล์ฟหญิงไทยบางคนสามารถสร้างชื่อเสียงในการแข่งขันกอล์ฟระดับโลก เช่น การแข่งขันในรายการ LPGA Tour หรือ Asian Tour ซึ่งส่งผลให้ชื่อเสียงของกอล์ฟหญิงไทยได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ (Thai Women's Golf Association, 2023)

การสร้างแรงจูงใจในกีฬาเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการช่วยให้นักกีฬาเติบโตและพัฒนาไปสู่ความสำเร็จ โดยเฉพาะในกีฬาอาชีพ แรงจูงใจนั้นสามารถเป็นได้ทั้งภายในตัวนักกีฬาเอง เช่น ความมุ่งมั่นในการฝึกฝน การตั้งเป้าหมายที่สูง และความอยากทำให้อัตตา หรืออาจเป็นแรงจูงใจจากภายนอก เช่น การสนับสนุนจากครอบครัว โค้ช และสังคม ในระดับมืออาชีพ ความสำเร็จในกีฬามักจะไม่ได้เกิดจากพรสวรรค์เพียงอย่างเดียว แต่มักจะต้องอาศัยการฝึกฝนและพัฒนาอย่างหนักตลอดระยะเวลาหลายปี นักกอล์ฟที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความสามารถในการรับมือกับความกดดัน ความผิดหวัง และสามารถพัฒนาจิตใจให้เข้มแข็งขึ้นได้ การที่จะประสบความสำเร็จในกีฬากอล์ฟไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากต้องอาศัยหลายปัจจัยร่วมกัน เช่น ความทุ่มเทในการฝึกฝน การรักษาสุขภาพและความฟิตของร่างกาย การพัฒนาทักษะที่ซับซ้อนและเฉพาะตัว ความสามารถในการจัดการกับความเครียดในระหว่างการแข่งขัน การเรียนรู้จากความผิดพลาด และความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Sportlomo, 2566) นักกอล์ฟที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีระบบสนับสนุนที่แข็งแกร่ง ไม่ว่าจะเป็นโค้ชที่มีความเชี่ยวชาญ ครอบครัวที่คอยสนับสนุน หรือสปอนเซอร์ที่ให้การสนับสนุนในด้านการเงินและทรัพยากร

การสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนากีฬาในประเทศไทย โดยเฉพาะการสนับสนุนให้มีการฝึกฝนที่เหมาะสม การจัดการแข่งขันที่มีมาตรฐาน และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การให้ทุน การสร้างสนามฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ และการสร้างโอกาสในการแข่งขันในระดับต่าง ๆ การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการสนับสนุนทุกรูปแบบช่วยให้กีฬามีการพัฒนาในทุกด้าน (The National Sports Development Plan 6<sup>th</sup> Edition, 2019)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากผู้สนับสนุนด้านกีฬากอล์ฟ และนักกีฬากอล์ฟสตรี ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาด และการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสาร



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

การตลาดของธุรกิจ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเข้าใจพฤติกรรมวิถีชีวิต ความชอบและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้ง จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับกลยุทธ์การสนับสนุนกีฬา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายให้กับธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นการผลักดันและสนับสนุนให้นักกีฬากอล์ฟที่มีความสามารถได้มีกำลังใจในการแข่งขันต่อไป ข้อมูลจากการวิจัยยังสามารถนำไปใช้กับธุรกิจหรือกีฬาอื่นที่ต้องการใช้กลยุทธ์การสนับสนุนด้านกีฬา (Sports Sponsorship) เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬากอล์ฟสตรีสมัครเล่น
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์เลือกสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬากอล์ฟสตรีสมัครเล่น

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬากอล์ฟสตรีสมัครเล่น โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบที่มีความสำคัญซึ่งส่งผลต่อการได้รับการสนับสนุนของนักกีฬากอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬากอล์ฟสตรีสมัครเล่นในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาการวิจัยจากการทบทวนบทความ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาในครั้งนี้

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่ระดับสูงของบริษัทหรือองค์กรที่ให้การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟไทย จำนวนทั้งหมด 10 ท่าน

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้จากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sample) จำนวน 10 ท่าน (Bonde, 2013) ประกอบด้วย

1. รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร (Thai Beverage)
2. ผู้ช่วยผู้จัดการสำนักงานส่งเสริมกีฬา (บริษัท บุนรอดบรีวเวอรี่ จำกัด)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

3. Department Manager – Sport Marketing (King power)
4. Senior Manager, Commercial (Adidas Thailand)
5. Senior Director – (WME | IMG)
6. Senior Field Marketing Executive Marketing (Mizuno)
7. เจ้าหน้าที่บริหารพันธมิตรกีฬาต่างประเทศอาวุโส (True Visions)
8. Content Manager (True Visions/True4U)
9. ผู้จัดการใหญ่การขายผลิตภัณฑ์ (BH Active)
10. ผู้จัดการทั่วไป (สนามเขาใหญ่ คันทรี คลับ)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นรายบุคคล ซึ่งออกแบบเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เกี่ยวกับการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกอล์ฟสตรี กระบวนการจัดการเครื่องมือวิจัยได้คำนึงถึงคุณภาพในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งให้คะแนนความเหมาะสมของคำถามในการวิจัย และมีค่า Index of Item-Objective Congruence (IOC) ระหว่าง 0.80 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูล เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ทักษะคิด แรงจูงใจ และการประสบความสำเร็จของนักกีฬา กอล์ฟสตรี โดยวิธีการนี้จะทำให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำเพราะมีโอกาสได้ตอบข้อมูลทั้งสองฝ่าย (Two-way Interview) มีการกำหนดประเด็นต่าง ๆ และวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

### ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนของการดำเนินการวิจัย 6 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศทางด้านประชากรศาสตร์สำหรับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬา กอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬา กอล์ฟสตรีสมัครเล่น แล้วนำมาวิเคราะห์/สังเคราะห์ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

**ขั้นตอนที่ 2** การออกแบบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตหรืออีสปอร์ตริอาชีพและนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น โดยลักษณะของข้อคำถามจะเป็นแนวคำถามหลักสำหรับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และครอบคลุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน ดังนี้

1. ปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตหรืออีสปอร์ตริอาชีพ
2. ปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น
3. เปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์เลือก สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตหรืออีสปอร์ตริอาชีพและนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้สπονเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ตหรืออีสปอร์ตริอาชีพและนักกีฬาอีสปอร์ตสมัครเล่น ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

### ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาเครื่องมือ

นำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปฏิบัติงานวิจัยได้ตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตรวจสอบคุณภาพ และความชัดเจนของประเด็นของคำถามให้สื่อความหมายชัดเจนมีความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ถามและผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

### ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬา ดังนี้

1. ตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ด้วยการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อคำถาม (Rovinelli, & Hambleton, 1997)

2. เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งผลการตรวจสอบมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เฉลี่ยเท่ากับ 0.80 แสดงถึงความเหมาะสม

3. นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพมาปรับปรุงข้อคำถาม แล้วจึงนำไปให้ที่ปฏิบัติงานวิจัยได้ตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

### ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1. การสำรวจเอกสาร ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งงานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) อย่างเป็นทางการ โดยใช้หลักการสนทนาแบบยืดหยุ่นและเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี ก่อนการสัมภาษณ์มีการขออนุญาตบันทึกเสียงและข้อความ เพื่อนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบความถูกต้อง โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย 1) วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กับข้อมูลจากเอกสาร

**ขั้นตอนที่ 6** การวิเคราะห์ข้อมูล แปลผล ตีความ และสรุปประเด็น ประกอบด้วย

1. ถอดเทปการสัมภาษณ์ อย่างละเอียด
2. จัดการข้อมูล โดยบันทึก จัดระเบียบ และตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง
3. ประมวลผลและสรุปข้อเท็จจริง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลกับทฤษฎี จัดกลุ่มข้อมูลตามวัตถุประสงค์
4. พิสูจน์บทสรุป ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อสรุป โดยเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลและผลการวิจัยอื่น ๆ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะถูกสังเคราะห์เป็นรายงานที่ครบถ้วน เชื่อถือได้ และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า

**ปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬากอล์ฟสตรีสมัครเล่น**

1. ความสำคัญของการเป็นสปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรี สปอนเซอร์มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรี ตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงระดับอาชีพ โดยช่วยให้พวกเขามีความพร้อมในการพัฒนาและแข่งขันอย่างเต็มศักยภาพ นักกีฬาที่ได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์มักมีโอกาสที่ดีกว่าในการเติบโต เพราะได้รับความช่วยเหลือด้านการเงิน การฝึกซ้อม และการพัฒนาอุปกรณ์การแข่งขัน ตรงกันข้ามกับนักกีฬาที่ขาดสปอนเซอร์ ซึ่งต้องเผชิญกับอุปสรรคและความลำบากในการพัฒนาตนเองไปสู่ระดับมืออาชีพ การสนับสนุนจากสปอนเซอร์จึงเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความเท่าเทียมและโอกาสในการประสบความสำเร็จของนักกีฬา
2. แนวทางในการสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรี ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการโฆษณาแบรนด์สินค้าของบริษัท โดยการสนับสนุนจะถูกแบ่งออกเป็นหลายระดับ (Tier) ตามประเภทของทัวร์นาเมนต์การแข่งขัน ได้แก่ การแข่งขันระดับ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ในประเทศ ระดับต่างประเทศ และระดับโลก เช่น LPGA Tour ซึ่งแต่ละระดับจะมีรูปแบบและขอบเขตการสนับสนุนที่แตกต่างกัน สำหรับบางบริษัท เช่น บริษัทสิงห์ การสนับสนุนไม่จำเป็นต้องเน้นการโฆษณาที่ซับซ้อน เพียงแค่มีโลโก้ของแบรนด์ปรากฏบนเสื้อหรือหมวกของนักกีฬา ก็ถือว่าเพียงพอในการสร้างการรับรู้ของแบรนด์ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ ให้ความสำคัญกับความต้องการของนักกีฬาอย่างแท้จริง โดยตระหนักว่านักกอล์ฟมีความจำเป็นในการใช้เงินทุนสำหรับการฝึกซ้อม พัฒนาฝีมือ และการเดินทางไปแข่งขันตามสถานที่ต่าง ๆ การสนับสนุนจากบริษัทจึงอยู่ในรูปแบบของเงินทุนหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งนักกีฬาสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาตนเองและสร้างความสำเร็จในเส้นทางอาชีพ ทั้งนี้ การสนับสนุนจะพิจารณาจากระดับการแข่งขันและความเหมาะสม เพื่อให้การส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์สอดคล้องกับการพัฒนานักกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ

3. แบรินต์ผู้ให้การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรี ประกอบด้วยบริษัทชั้นนำ อย่างเช่น Singha Corporation, Betagro, SCG, Chang, TTC Motor, King Power และแบรินต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์และเครื่องแต่งกายโดยตรง เช่น Adidas, TaylorMade, Mizuno, Titlelist, Footjoy

4. เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกให้การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรี จะเริ่มต้นด้วยการแบ่งออกเป็นลำดับขั้น คือ ระดับเยาวชนสมัครเล่น ระดับทีมชาติ ระดับอาชีพ การแข่งขันในทัวร์นาเมนต์ต่าง ๆ และการแข่งขันระดับนานาชาติ โดยบริษัทผู้ให้การสนับสนุนจะมีการประเมินศักยภาพของนักกีฬาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการสนับสนุน หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) ผลงานการแข่งขัน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่งของการประเมิน 2) คุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ และการแสดงออกถึงกิริยามารยาทที่เหมาะสม การพิจารณาโดยรวมมุ่งเน้นไปที่ศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ระดับนานาชาติ รวมถึงความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แบรินต์ผู้สนับสนุน

5. การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ การสนับสนุนนักกีฬาที่มีความมุ่งมั่นและตั้งใจจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นขององค์กรในการส่งเสริมและพัฒนานักกีฬา ตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงระดับมืออาชีพ นอกจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว เป้าหมายหลักของการสนับสนุนยังรวมถึงการส่งเสริมนักกีฬากอล์ฟสตรีไทยให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับนานาชาติและระดับโลก โดยมุ่งหวังให้ธงชาติไทยปรากฏอยู่บนกระดานผู้นำ (Leader Board) ในการแข่งขันสำคัญระดับสากล ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพของนักกีฬาไทยและส่งเสริมความภาคภูมิใจให้กับประเทศ

6. การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรได้ การสนับสนุนนักกีฬากอล์ฟสตรีผ่านโครงการ CSR ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นคงและศักยภาพของบริษัทในการช่วยเหลือสังคม การแบ่งปันและการสนับสนุนดังกล่าวช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรได้อย่างชัดเจน





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

7. ความได้เปรียบในการสนับสนุนนักกีฬาฟุตซอลอาชีพและสมัครเล่น การสนับสนุนนักกีฬาฟุตซอลอาชีพสร้างการรับรู้ได้มากกว่านักกีฬาสมัครเล่น เนื่องจากกีฬาฟุตซอลเป็นกีฬาที่มีกลุ่มผู้ติดตามเฉพาะ การแข่งขันระดับอาชีพ เช่น การแข่งขันระดับประเทศหรือนานาชาติ มีการเผยแพร่ผ่านสื่อและการถ่ายทอดสด ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถมองเห็นนักกีฬาและผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนได้ชัดเจน ต่างจากนักกีฬาสมัครเล่นที่แทบไม่มีการประชาสัมพันธ์หรือการถ่ายทอดสด การสนับสนุนระดับอาชีพจึงช่วยสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนทั้งสองกลุ่มช่วยเสริมภาพลักษณ์องค์กรและสร้างความสำเร็จให้กับวงการกีฬาฟุตซอล

8. การที่สปอนเซอร์ให้การสนับสนุนนักกีฬาฟุตซอลมีผลทำให้ผลงานของนักกีฬาดีขึ้น การสนับสนุนนักกีฬาฟุตซอลจากสปอนเซอร์มีส่วนสำคัญในการพัฒนาผลงานของนักกีฬาอย่างชัดเจน เพราะช่วยลดความเครียดและความกดดันจากปัจจัยทางการเงิน ทำให้นักกีฬาสามารถมุ่งมั่นฝึกซ้อมและแข่งขันได้อย่างเต็มที่ อย่างเช่น นักกีฬาสมัครเล่นจะเล่นเพื่อชัยชนะและถ้วยรางวัลในการเป็นแชมป์ แต่นักกีฬาอาชีพจะเล่นเพื่อการอยู่รอด เพื่ออาชีพ และเงิน การที่นักกีฬาออกไปแข่งโดยมีความคิดอยู่ตลอดเวลา ถ้าตกรอบแล้วผลลัพธ์จะเป็นอย่างไร เงินเพียงพอที่จะแข่งในทัวร์นาเมนต์ต่อไปหรือไม่ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเครียด ก่อให้เกิดความกดดันมหาศาลที่จะทำให้ผลงานที่ทำออกมาได้ไม่ดีนัก การที่นักกีฬาได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์จะช่วยให้พวกเขารู้สึกมั่นคงและมีแรงจูงใจในการทำผลงานที่ดีขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทักษะและความสำเร็จในระยะยาว

9. นักกีฬาฟุตซอลที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นฟรีเซ็นเตอร์และมีพฤติกรรมที่ดี รวมถึงภาพลักษณ์ที่เหมาะสม จะช่วยสร้างความชื่นชอบและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ได้อย่างแน่นอน แม้นักกีฬาอาจไม่ได้เป็นแชมป์ในทุกการแข่งขัน แต่การถ่ายภาพร่วมกับผลิตภัณฑ์ของสปอนเซอร์ สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ได้ หากนักกีฬามีความมุ่งมั่นในการพัฒนา ดูแลตนเองอย่างดี และไม่มีพฤติกรรมที่ส่งผลเสียต่อตัวเองหรือวงการกีฬา ภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่เกี่ยวข้องก็จะได้รับการส่งเสริมตามไปด้วย

10. การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาฟุตซอลในประเทศไทยสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีในการประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้า มีผลสำคัญในการเพิ่มการมองเห็นแบรนด์ให้แก่ผู้บริโภคและผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์อย่างมาก หากไม่มีการถ่ายทอดสดหรือการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม แบรนด์ที่ต้องการสื่อสารกับผู้ชมจะไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกีฬาฟุตซอลที่มีสนามการแข่งขันปิดและจำนวนผู้ชมในสนามค่อนข้างจำกัด หากไม่มีการถ่ายทอดสด การเผยแพร่แบรนด์ก็จะถูกจำกัดไว้เฉพาะในวงแคบ แต่การถ่ายทอดสดจะทำให้แบรนด์สามารถปรากฏต่อสายตาผู้ชมได้หลายครั้งและแม้จะผ่านไปหลายปี ก็ยังสามารถเห็นแบรนด์นั้นได้จากการรีรันหรือการถ่ายทอดซ้ำ ซึ่งส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### เปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์เลือกสนับสนุนนักกีฬาอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬาอล์ฟสตรีสมัครเล่น

การเลือกสนับสนุนนักกีฬาอล์ฟสตรีของสปอนเซอร์จะพิจารณาจากหลายปัจจัยที่แตกต่างกันระหว่างนักกีฬามีอาชีพและนักกีฬาสมัครเล่น ดังนี้

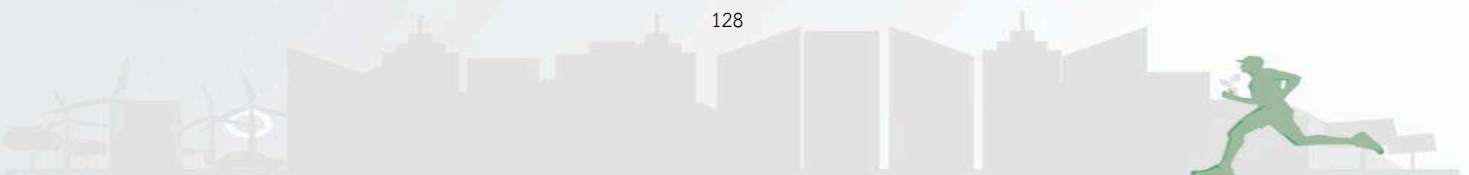
1. ระดับการแข่งขัน นักกีฬามีอาชีพที่แข่งขันในทัวร์ระดับโลก เช่น LPGA Tour จะได้รับการสนับสนุนมากขึ้นเนื่องจากการติดตามจากผู้ชมทั่วโลก ซึ่งช่วยให้แบรนด์ที่สนับสนุนได้รับการมองเห็นในระดับสากล ขณะที่นักกีฬาสมัครเล่นแข่งขันในระดับทีมชาติหรือท้องถิ่น การรับรู้แบรนด์จึงจำกัดในระดับประเทศหรือภูมิภาค แต่ก็ยังสามารถสร้างฐานแฟนคลับในระดับประเทศได้

2. ภาพลักษณ์ของแบรนด์ นักกีฬามีอาชีพสามารถสร้างภาพลักษณ์ระดับนานาชาติให้กับแบรนด์จากการแสดงออกในสนาม โดยการเป็นตัวแทนของแบรนด์ในการแข่งขันระดับโลกช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและค่านิยมให้กับแบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคได้ทั่วโลก ขณะที่นักกีฬาสมัครเล่นช่วยเสริมภาพลักษณ์ด้านการสนับสนุนเยาวชนและการพัฒนาศักยภาพของนักกีฬาไปสู่มีอาชีพในอนาคต ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในประเทศและช่วยสร้างฐานแฟนคลับที่มั่นคงได้

3. การสนับสนุนทางการเงินและการพัฒนา นักกีฬามีอาชีพได้รับการสนับสนุนทางการเงินจะช่วยบรรเทาความกดดันทางการเงินและเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาผลงานในระดับสากล การสนับสนุนทางการเงินนี้ช่วยให้นักกีฬาได้รับโอกาสในการฝึกซ้อมและแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนในระยะยาวสำหรับแบรนด์ ในขณะที่นักกีฬาสมัครเล่นได้รับการสนับสนุนเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองไปสู่การเป็นนักกีฬามีอาชีพในอนาคต การลงทุนในนักกีฬาสมัครเล่นจึงสามารถสร้างผลตอบแทนที่ยั่งยืนเมื่อพวกเขาประสบความสำเร็จในอนาคต

4. การรับรู้ของแบรนด์ นักกีฬามีอาชีพที่มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันระดับนานาชาติช่วยให้แบรนด์ได้รับการมองเห็นในระดับสากลผ่านการแพร่ภาพทางโทรทัศน์และออนไลน์ การมีโลโก้แบรนด์ปรากฏบนเสื้อหรืออุปกรณ์กีฬาในระหว่างการแข่งขันช่วยเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์อย่างมาก ขณะที่นักกีฬาสมัครเล่นส่วนใหญ่ได้รับการมองเห็นในระดับประเทศและภูมิภาค ผ่านการแข่งขันท้องถิ่นหรือทีมชาติ สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับที่จำกัด แต่เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างฐานแฟนคลับและการรับรู้ในระยะยาว

โดยสรุป สปอนเซอร์จะพิจารณานักกีฬาตามศักยภาพ, ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตนเอง การสนับสนุนทั้งนักกีฬามีอาชีพและสมัครเล่นมีความสำคัญในการสร้างโอกาสให้กับแบรนด์ การสนับสนุนในระดับมีอาชีพช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ในระดับสากล ขณะที่การสนับสนุนในระดับสมัครเล่นสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะยาว โดยการพัฒนานักกีฬาสมัครเล่นไปสู่ความสำเร็จในอนาคต



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

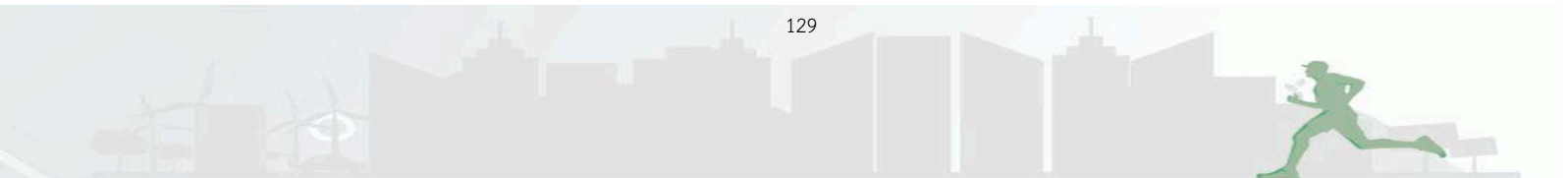
การลงทุนในนักกีฬาทั้งสองประเภทจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและขยายฐานลูกค้าให้กับแบรนด์อย่างยั่งยืน

### การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬาอล์ฟสตรีสมัครเล่น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### ปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอล์ฟสตรีอาชีพและนักกีฬาอล์ฟสตรีสมัครเล่น

จากการศึกษาพบว่าการเป็นสปอนเซอร์สนับสนุนนักกีฬาอล์ฟสตรีมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการสนับสนุนจากสปอนเซอร์ช่วยให้นักกีฬาอล์ฟสตรีมีโอกาสพัฒนาและเติบโตไปในทิศทางที่ดีที่สุดตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงระดับมืออาชีพ (Chaimthad Phutthadet, 2018) โดยการสนับสนุนที่ได้รับอาจประกอบไปด้วยเงินทุนสำหรับการฝึกซ้อม การเดินทางแข่งขัน และการพัฒนาอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยลดอุปสรรคในเส้นทางอาชีพของนักกีฬา เช่นเดียวกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของนักกีฬา (Guest, Bunce, & Johnson, 2006; Sportlomo, 2023) การที่นักกีฬาไม่มีสปอนเซอร์มักจะต้องเผชิญกับปัญหาด้านการเงินและทรัพยากร ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาผลงานและการเตรียมตัวสู่การแข่งขันระดับโลก (Jovanovic, 2023; HotGolf, 2023) ดังนั้นการสนับสนุนจากสปอนเซอร์จึงช่วยเสริมสร้างความเท่าเทียมในการแข่งขัน และเปิดโอกาสให้นักกีฬามีโอกาสประสบความสำเร็จในระดับสูง (Khanittha Wattanadilokkul, 2014) การเลือกสนับสนุนจากสปอนเซอร์ยังพิจารณาหลายปัจจัยสำคัญ เช่น ผลงานในการแข่งขัน ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ การแสดงออกถึงกิจกรรมการตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนักกีฬา เป็นปัจจัยที่สปอนเซอร์ให้ความสำคัญอย่างมากเพื่อสะท้อนถึงความน่าเชื่อถือและคุณค่าของแบรนด์ที่ให้การสนับสนุน นอกจากนี้ การสนับสนุนยังช่วยลดความกดดันทางการเงินให้กับนักกีฬา ซึ่งมีส่วนช่วยให้นักกีฬามีสมาธิในการฝึกซ้อมและพัฒนาผลงานที่ดีที่สุด การได้รับการสนับสนุนจากสปอนเซอร์จึงไม่เพียงแต่ช่วยลดความเครียดทางการเงินเท่านั้น แต่ยังช่วยพัฒนานักกีฬาให้เติบโตในระดับมืออาชีพ (Krisana Isara, 2013; Achawit Wongsum, 2016) อีกทั้งยังเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ในระยะยาว โดยการส่งเสริมศักยภาพของนักกีฬาให้ได้ผลตอบแทนจากการเติบโตและประสบความสำเร็จในระดับสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

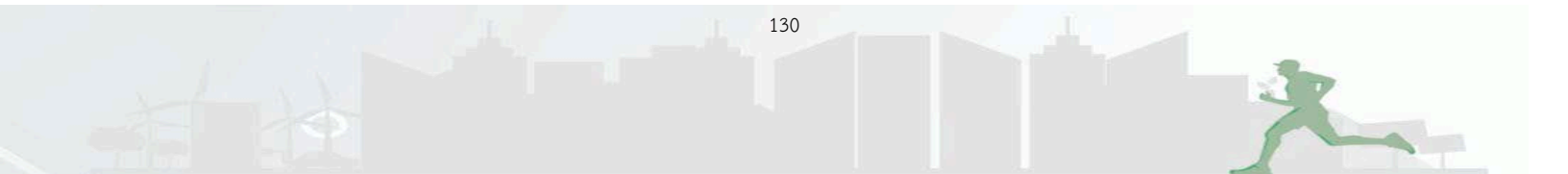
### การเปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้สปอนเซอร์เลือกสนับสนุนนักกีฬาอาชีพและนักกีฬาสมัครเล่น

จากการเปรียบเทียบจะเห็นได้ว่าทั้งสองกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมแบรนด์ในลักษณะที่ต่างกัน แต่ทั้งคู่ล้วนมีความสำคัญและสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อภาพลักษณ์และการรับรู้แบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**นักกีฬาอาชีพ** นักกีฬามีอาชีพที่แข่งขันในทัวร์ระดับโลก เช่น LPGA Tour ซึ่งเป็นที่รู้จักในระดับสากล มีแฟนคลับจากทั่วโลก และมีโอกาสถ่ายทอดแบรนด์ให้กับผู้ชมจำนวนมากผ่านการถ่ายทอดสดการแข่งขันระดับโลกเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างความน่าสนใจให้กับแบรนด์ แต่ยังเป็นรายการแข่งขันที่แสดงถึงความสำเร็จของนักกีฬาสมัครเล่นและแบรนด์ในระดับสูง การสนับสนุนจากสปอนเซอร์ช่วยบรรเทาแรงกดดันทางการเงินให้กับนักกีฬา ส่งผลให้พวกเขามีเวลาในการฝึกซ้อม มีความตั้งใจ และมุ่งมั่นไปกับการพัฒนาผลงานให้ตรงตามเป้าหมาย ซึ่งได้เป็นไปตามที่ Ratchanee Khwanboonchan (2004) ได้ให้แนวทางการพัฒนานักกีฬาสู่ความเป็นเลิศไว้ว่า การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) และความตั้งใจ (Intention) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างนักกีฬาสู่ความเป็นเลิศ ทำให้สามารถแข่งขันในระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และด้วยการมองเห็นในระดับโลก นักกีฬามีอาชีพจึงเป็นตัวช่วยสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและมั่นคงให้กับแบรนด์

**นักกีฬาสมัครเล่น** นักกีฬาสมัครเล่น โดยเฉพาะนักกีฬาที่แข่งขันในระดับทีมชาติ ถือเป็นกำลังสำคัญที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ และช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แบรนด์ในระดับประเทศและภูมิภาค การสนับสนุนจากสปอนเซอร์ช่วยให้นักกีฬาสมัครเล่นมีโอกาสพัฒนาไปสู่ระดับมืออาชีพในอนาคต ซึ่งนอกจากจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์ในระยะยาวแล้ว ยังสร้างโอกาสในการขยายฐานแฟนคลับในระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสนับสนุนเยาวชนที่มีศักยภาพนี้ยังช่วยยกระดับศักยภาพของนักกีฬาไทยในเวทีระดับโลกในอนาคต

สปอนเซอร์ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนทั้งนักกีฬาอาชีพและนักกีฬาสมัครเล่น โดยนักกีฬามีอาชีพช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์ในระดับสากลและสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งผ่านความสำเร็จในระดับโลก ขณะที่นักกีฬาสมัครเล่นช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การพัฒนาศักยภาพในระยะยาว และการสนับสนุนเยาวชนไทยเพื่อเติบโตไปสู่นักกีฬามีอาชีพที่สามารถสร้างชื่อเสียงในระดับโลกได้ในอนาคต การสนับสนุนทั้งสองกลุ่มนักกีฬาเป็นการลงทุนที่สร้างผลตอบแทนในหลายมิติ ทั้งในด้านการรับรู้แบรนด์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการสนับสนุนการเติบโตของนักกีฬาท้องถิ่นให้มีศักยภาพในระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Narisara Banchongpru (2014) เรื่องอิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬา (Sports Sponsorship) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคน้ำดื่ม



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

บรรจขุดที่อศัยอยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า อิทธิพลของการเป็นผู้สนับสนุนด้านกีฬาของธุรกิจน้ำดื่มบรรจขุดมีผลต่อการรับรู้จดจำตราสินค้า โดยสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มีผลต่อการรับรู้จดจำมากที่สุด และมีผลต่อทัศนคติที่ติดอภพลักษณ์ตราสินค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออมากที่สุด คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถหาซื้ออมาบริโภคได้ง่ายและโปรโมชันราคา ทั้งนี้ผู้บริโภครับรู้ จดจำและพึงพอใจกับการที่ธุรกิจน้ำดื่มบรรจขุดให้การสนับสนุนกีฬาฟุตบอล ในรูปแบบการสนับสนุนประเภททีมสโมสรอมากที่สุด

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้อสามารถขยายผลต่อไปยังมุมมองที่กว้างขวางมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจในหลักการเป็นผู้สนับสนุนนักกีฬาออล์ฟสตรีอซีพและนักกีฬาออล์ฟสตรีสมัครเล่น ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรสัมภาษณ์บุคคลจากหลากหลายธุรกิจเพื่อให้ได้รับมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับการเป็นสปอนเซอร์ ซึ่งจะช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ในการสนับสนุนนักกีฬาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับประเภทของกีฬาและลักษณะของธุรกิจที่สนับสนุน

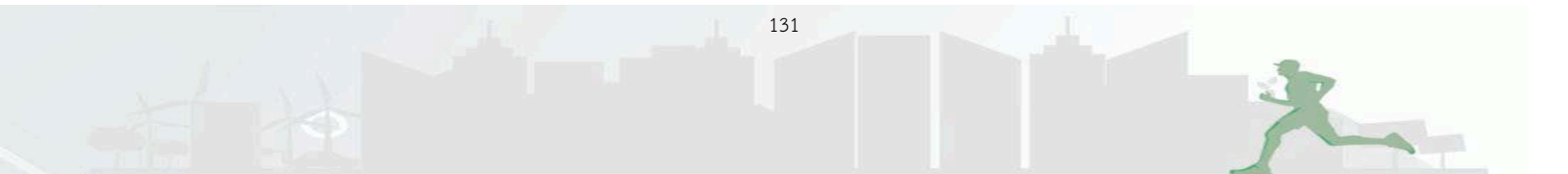
2. เนื่องจากการสนับสนุนของสปอนเซอร์มีความสำคัญในการพัฒนานักกีฬาออล์ฟสตรีอซีพและนักกีฬาออล์ฟสตรีสมัครเล่น สมาคมกีฬาออล์ฟแห่งประเทศไทยควรมีแผนพัฒนานักกีฬาที่ชัดเจนและต่อเนื่อง รวมถึงการใช้กลยุทธ์และเทคนิคในการพัฒนานักกีฬาตามกระบวนการสร้างหรือพัฒนาในแต่ละด้าน เช่น การสร้างแรงจูงใจ การตั้งเป้าหมายเพื่อความสำเร็จ และการติดตามและประเมินผลเพื่อปรับปรุงแผนพัฒนาให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลในครั้งนี้อย่างตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่ให้ความกรุณาประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ของแบบสอบถามและความเป็นประโยชน์ของการวิจัยในครั้งนี้อย่างสูง

### References

- Achawit Wongsom. (2016). An analysis of the factors affecting the success of professional football players in Thailand. (Doctoral dissertation). Kasetsart University, Faculty of Sports Science.
- Bonde, D. (2013). *Qualitative interviews: When enough is enough*.





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- Chaimthad Phutthadet. (2018). The influence of sports sponsorship on brand recall among customers of King Power International Company in Bangkok and metropolitan areas. (Independent study for Master's degree). Bangkok University, Faculty of Business Administration.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59–82.
- HotGolf. (2023). *Stories of women's golf history*. <https://www.hotgolfclub.com/>
- Jovanovic, Dusan. (2023). *19 biggest athletic endorsements in 2023*. <https://apsportseditors.org/others/athletic-endorsements/>
- Khanittha Wattanadilokkul. (2014). Factors influencing decisions to play golf among potential golfers in Thailand. (Master's independent study). Thammasat University, Faculty of Commerce and Accountancy.
- Krisana Isara. (2013). An analysis of personal brand communication of graphic designers through social media. (Independent study for Master's degree). Chiang Mai University.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Announcement of the National Sports Policy Committee on the 7th National Sports Development Plan (2023–2027)*. [https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article\\_20231017133023.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20231017133023.pdf)
- Mike Whan. (2023). *LPGA history*. Retrieved from <https://www.lpga.com/lpga-history>
- Narisara Banchongpru. (2014). The influence of sports sponsorship on consumer decisions to purchase bottled water. (Master's thesis in Management). Mahidol University.
- Piyarat Charoenthat. (2024). *Golf as a trend and lifestyle among the new generation*. Retrieved from <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9670000041394>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Sakul Changmai. (2003). Data collection, management, and qualitative data analysis. *Christian University Journal*, 9(3), 164–173.
- Sports Authority of Thailand. (2022). *Strategic plan for sports development in Thailand (2*







## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

022–2027). <https://www.sat.or.th/wp-content/uploads/2021/11/.pdf>

Sportlomo. (2023). *Factors influencing participation in sports*. Retrieved from <https://www.sportlomo.com/factors-influencing-participation-in-sports/>

Kornnika Teerapipattanapong. (2020). *Celebrating 70 years of LPGA: Key milestones in women's golf*. <https://golfdiggtoday.com/article/celebrate-70-th-anniversary-lpga-tour-by-golfdiggtoday/>

The National Sports Development Plan, 6th Edition (2017–2021). (2019). *Guidelines for the development of sports excellence*. [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=8408](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8408)

Thai Women's Golf Association. (2023). *History of the establishment of the Thai Women's Golf Association*. <https://www.thailpga.com/about-us/history>



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

แนวทางการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย

สรายุทธ มหวลีรัตน์<sup>1</sup>, วาสนา บุตรโพธิ์<sup>2\*</sup>, โชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร<sup>1</sup>, จักรนิธิต์ คณานุกรักษ์<sup>1</sup>

และ เอกรัฐ ไชยโชติช่วง<sup>1</sup>

<sup>1</sup> คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>2</sup> คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อสำรวจกลยุทธ์ในการส่งเสริมความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสอบถามถึงโครงสร้าง ซึ่งพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม 3 ด้าน ด้านบทบาทความสำเร็จ ปัจจัยที่เอื้อและกีดขวางต่อความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและกีฬา และแนวทางการพัฒนาความสำเร็จอย่างยั่งยืน กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 21 คน ซึ่งประกอบด้วย นักกีฬาอีสปอร์ตไทย ผู้จัดการทีมและโค้ชในองค์กรอีสปอร์ต ผู้แทนภาคธุรกิจ ผู้สนับสนุนองค์กรและผู้ผลิตฮาร์ดแวร์/ซอฟต์แวร์/เกม ตัวแทนจากสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยและหน่วยงานกำกับดูแล และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอีสปอร์ตระดับนานาชาติ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและนักกีฬาในหลายมิติ ได้แก่ การสนับสนุนทางการเงินจากภาคธุรกิจ การจัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ศูนย์ฝึกซ้อมมาตรฐาน รวมถึงการเปิดโอกาสให้นักกีฬาได้เข้าร่วมการแข่งขันระดับนานาชาติ และแพลตฟอร์มสื่อมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของนักกีฬา โดยช่วยเพิ่มการมองเห็นและขยายฐานแฟนคลับในระดับสากล นอกจากนี้ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจ สมาคมกีฬา และหน่วยงานกำกับดูแลยังช่วยลด ความเสี่ยงทางการเงินและสร้างความยั่งยืนให้อุตสาหกรรมอีสปอร์ต

**คำสำคัญ:** ความสำเร็จ; การจัดการธุรกิจกีฬา; อุตสาหกรรมอีสปอร์ต; ผู้สนับสนุนทางการกีฬา

\*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: วาสนา บุตรโพธิ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง Email: wassbootpo@gmail.com



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### THE GUIDELINE OF DEVELOPMENT TO SUCCESS FOR THAI ESPORTS ATHLETES ON BUSINESS SECTORS IN THAILAND

Sarayuth Mahawaleerat<sup>1</sup>, Wassana Bootpo<sup>2\*</sup>, Choakchai Eaimrittikrai<sup>1</sup>,  
Jakkanit Kananurak<sup>1</sup> and Ekarat Chaichotchuang<sup>1</sup>

<sup>1</sup>College of Innovation and Management, Suansunandha Rajabhat University

<sup>2</sup>Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

---

#### Abstract

This study aims to achieve three main objectives: 1) to explore strategies for promoting the success of Thai esports athletes within the business sector in Thailand 2) to analyze development approaches for enhancing the success of Thai esports athletes in the business sector and 3) to propose guidelines for fostering the sustainable success of Thai esports athletes in the business sector. A qualitative research methodology was employed, utilizing in-depth interviews guided by a semi-structured questionnaire. This tool was developed based on a review of relevant literature across three dimensions: the role of success, enabling and hindering factors in the collaboration between the business and esports sectors, and strategies for sustainable development. Data were collected from 21 key informants, including Thai esports athletes, team managers and coaches working in esports organizations, business sector representatives such as corporate sponsors and hardware/software producers, members of the Thailand Esports Federation and regulatory bodies, and international experts in the esports industry. The data were analyzed using content analysis to identify the critical factors influencing the development of esports athletes' success in the business sector. The findings reveal that the success of Thai esports athletes in the business sector depends on multifaceted collaboration between businesses and athletes. Key factors include financial support from the business sector, access to advanced technological equipment, and the establishment of infrastructure such as standard training centers. Additionally, opportunities for athletes to participate in international competitions play a vital role in their career progression. Media platforms were found to be instrumental in promoting the image of athletes, increasing their visibility, and expanding their global fan base.

**Keywords:** Success, Sports Business Management, Esports Industry, Sports Sponsorship

---

\*Corresponding Author: Wassana Bootpo, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University. Email: [wassbootpo@gmail.com](mailto:wassbootpo@gmail.com)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### บทนำ

อุตสาหกรรมอีสปอร์ตในยุคปัจจุบันได้กลายเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดในโลก โดยมีมูลค่าตลาดทั่วโลกที่คาดว่าจะสูงถึง 1.8 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี ค.ศ. 2023 และดึงดูดจำนวนผู้ชมทั่วโลกมากกว่า 640 ล้านคน (Newzoo, 2022) ในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งถือเป็นตลาดที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ ประเทศจีนมีรายได้จากอีสปอร์ตสูงสุดที่ประมาณ 385 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมาคือญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยมีรายได้รวมมากกว่า 250 ล้านเหรียญสหรัฐ (Statista, 2023) ประเทศไทยในฐานะหนึ่งในศูนย์กลางของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีมูลค่าตลาดที่ประมาณ 1,200 ล้านบาท และกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความสนใจจาก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ Office of Digital Economy Promotion Agency, 2022)

แม้ว่าประเทศไทยจะมีศักยภาพที่โดดเด่นในอุตสาหกรรมนี้ แต่การเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำ เช่น จีนและเกาหลีใต้ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนเชิงนโยบาย จีนและเกาหลีใต้ได้ลงทุนในศูนย์ฝึกอบรมระดับชาติ สนามกีฬาอีสปอร์ต และการสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านกฎหมายและมาตรฐาน เช่น การจัดการแข่งขันที่โปร่งใสและการคุ้มครองสิทธิของนักกีฬา (Scholz, 2019; Hamilton et al., 2020) ในทางกลับกัน ประเทศไทยยังคงขาดกรอบกฎหมายและการสนับสนุนเชิงกลยุทธ์ที่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ในระยะยาวได้ (สำนักงานกีฬาแห่งประเทศไทย, 2564)

นโยบายและความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ นโยบายจากภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้อุตสาหกรรมอีสปอร์ตเติบโตอย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น ในเกาหลีใต้ รัฐบาลได้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมระดับชาติและสนับสนุนการศึกษาสำหรับนักกีฬาอีสปอร์ต ในขณะที่จีนพัฒนา "เมืองอีสปอร์ต" เช่น เซี่ยงไฮ้ ซึ่งกลายเป็นศูนย์กลางของการแข่งขัน ระดับโลก เช่น League of Legends World Championship (Hamilton et al., 2020) สำหรับประเทศไทย การสร้างความร่วมมือระหว่างนักกีฬา ภาคธุรกิจ และหน่วยงานกำกับดูแลยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้น ตัวอย่างความสำเร็จในปัจจุบัน ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ชั้นนำในการจัดการแข่งขันระดับชาติ และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น YouTube และ Twitch เพื่อเพิ่มการมองเห็นของนักกีฬา (Office of Digital Economy Promotion Agency, 2022)

ปัจจัยความสำเร็จใน 3 มิติ ที่เป็นที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) บทบาทความสำเร็จ ความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไม่ได้จำกัดอยู่ที่ความสามารถส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ยังต้องพึ่งพาปัจจัยสนับสนุน เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย แหล่งเงินทุนที่มั่นคง และโอกาสเข้าร่วมการแข่งขันในระดับนานาชาติ (Taylor, 2021) 2) ปัจจัยเอื้อและกีดขวางปัจจัยเอื้อ เช่น การสนับสนุนจากธุรกิจเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล ในขณะที่ปัจจัยกีดขวาง เช่น การขาดกรอบนโยบายที่ชัดเจนและการยอมรับทางสังคมต่ออาชีพอีสปอร์ต ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญในประเทศไทย (Funk, 2020) 3) แนวทางพัฒนาความสำเร็จอย่างยั่งยืน การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เช่น การสร้างศูนย์ฝึกอบรมที่มีมาตรฐานระดับโลก การสนับสนุนระยะยาวจากภาคธุรกิจ และการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการแข่งขันในระดับโลก (Hutchins & Rowe, 2020)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จ เกิดจากการพัฒนาศูนย์ฝึกอบรมระดับชาติ การสร้างศูนย์ฝึกอบรมที่มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ครบครันจะช่วยให้ นักกีฬาพัฒนาทักษะ และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น Asian Games และ SEA Games ส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล การร่วมมือกับแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น Twitch และ YouTube จะช่วยให้นักกีฬาไทยขยายฐานแฟนคลับและดึงดูดการลงทุนจากผู้สนับสนุนระดับนานาชาติ (Hamilton et al., 2020; Newzoo, 2022) นอกจากนี้การสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็ง การประสานงานระหว่างสมาคมกีฬา ผู้ผลิตอุปกรณ์ และรัฐบาลจะช่วยจัดกิจกรรมการแข่งขันในประเทศไทย ซึ่งจะเพิ่มรายได้และเสริมสร้างบทบาทของประเทศในเวทีอีสปอร์ต การตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคลของนักกีฬา จะช่วยให้นักกีฬาได้รับการยอมรับและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดในระดับโลก (Taylor, 2021; Kim et al., 2023)

จากบริบทดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษา แนวทางการพัฒนาเพื่อสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยภาคธุรกิจในประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมอีสปอร์ตในประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตอย่างยั่งยืนหากสามารถยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนเชิงนโยบาย การร่วมมือระหว่างนักกีฬาภาคธุรกิจ และหน่วยงานกำกับดูแลจะช่วยเพิ่มศักยภาพของนักกีฬาไทยในเวที ระดับโลก และสร้างโอกาสใหม่สำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจกลยุทธ์ในการส่งเสริมความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย
- 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย
- 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่มีบทบาทในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมอีสปอร์ตในประเทศไทย การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 21 คน ดังนี้

1) นักกีฬาอีสปอร์ตไทย (Professional E-Sports Athletes) รวม 3 คน ประกอบด้วย ผู้มีประสบการณ์แข่งขันในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ นักแข่งระดับอาชีพจาก 3-4 เกมหลัก เช่น PUBG, ROV, Free Fire, Dota 2 จำนวน 3 คน

2) ผู้จัดการทีมและโค้ชในองค์กรอีสปอร์ต (Team Managers and Coaches) รวม 4 คน ประกอบด้วย เจ้าของทีมระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ 1 คนผู้จัดการทีมมีประสบการณ์แข่งขันในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ 1 คน, โค้ชมีประสบการณ์แข่งขันในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ 2 คน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

3) ผู้แทนภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Business Representatives) รวม 4 คน ประกอบด้วย ผู้สนับสนุนด้านการเงินและเทคโนโลยี 1 คน, ตัวแทนค่ายโทรคมนาคม 1 คน, ผู้พัฒนาเกมส์ 1 คน, ผู้ผลิตอุปกรณ์เกมส์มิ่งเกียร์ 1 คน

4) ตัวแทนสมาคมอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย รวม 3 คน ประกอบด้วย ตัวแทนคณะกรรมการบริหารสมาคม/ฝ่ายบริหาร/ฝ่ายนโยบาย/ฝ่ายสิทธิประโยชน์ 3 คน

5) ผู้เชี่ยวชาญระดับนานาชาติ (International Industry Experts) รวม 4 คน ประกอบด้วย ที่ปรึกษา 1 คน, นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านอีสปอร์ต 2 คน, ตัวแทนจากองค์กรอีสปอร์ตระหว่างประเทศ 1 คน

6) กลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Fanclub) รวม 3 คน ประกอบด้วย แฟนคลับจำนวน 1 คน, ผู้สนับสนุนภายนอก 1 คน, ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบาย 1 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการผ่านแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Guide) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักกีฬาอีสปอร์ตในบริบทต่างประเทศและในประเทศไทย โดยออกแบบคำถามสัมภาษณ์ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ 1) บทบาทของภาคธุรกิจต่อความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทย 2) ปัจจัยที่เอื้อและกีดขวางต่อความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและนักกีฬา และ 3) แนวทางการพัฒนาความสำเร็จอย่างยั่งยืน และนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกไปทดสอบกับกลุ่มนำร่อง (Pilot Study) เพื่อปรับปรุงข้อคำถามที่ชัดเจน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ดำเนินการแบบพบปะตัวต่อตัวและผ่านการสื่อสารออนไลน์ โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ 30-45 นาทีต่อผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลทั้งหมดถูกบันทึกเสียง (Audio Recording) พร้อมขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลล่วงหน้า

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกถอดความ (Transcription) และตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ที่ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การจำแนกประเภทข้อมูล (Typological Analysis) การตีความสร้างข้อสรุป (Interpretative Analysis) และเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย กระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลดำเนินการผ่านการตรวจสอบร่วมกับผู้ให้ข้อมูล และการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่าง (Triangulation)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

การจัดกลุ่มและการเชื่อมโยงประเด็น และการสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย (Inductive Approach)





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### ความน่าเชื่อถือของการวิจัยการเก็บข้อมูล

เน้นการได้มุมมองจากหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (Multiple Stakeholders) เพื่อสร้างความครอบคลุมการใช้ Triangulation ในการวิเคราะห์ข้อมูลช่วยเพิ่มความแม่นยำและลดอคติ (Bias) ในการสรุปผลการรายงานผลเป็นไปตามกรอบจริยธรรมวิจัย โดยให้ความสำคัญต่อการรักษาความลับของข้อมูลและความสนใจของผู้ให้ข้อมูล

#### การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล (Data Triangulation) ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) ด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่ม รวมถึงการทบทวนข้อมูลจากเอกสารและแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เพื่อเพื่อยืนยันความถูกต้องและเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลในงานวิจัย

#### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item Objective Congruence) ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ค่า IOC = 0.87 (สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.80)

#### การหาความเที่ยง (Reliability)

ทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง (Pilot Test) กลุ่มทดลอง 10 คน ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ภาพรวม  $\alpha = 0.92$  รายด้าน: บทบาทและความสำเร็จ  $\alpha = 0.89$  ปัจจัยสนับสนุน  $\alpha = 0.91$  แนวทางการพัฒนา  $\alpha = 0.90$

### ผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อสำรวจกลยุทธ์ในการส่งเสริมความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 21 คน พบว่าร้อยละ 85.71 (18 คน) ระบุว่ากลยุทธ์สำคัญที่สุดคือการพัฒนาทักษะรอบด้าน โดยร้อยละ 76.19 (16 คน) เน้นความสำคัญของทักษะภาษาอังกฤษ และร้อยละ 71.43 (15 คน) ให้ความสำคัญกับทักษะการสื่อสารและการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ ร้อยละ 80.95 (17 คน) เห็นว่าระบบสนับสนุนที่ครบวงจรเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ

**วัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์พบว่าร้อยละ 90.48 (19 คน) เห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐานในการพัฒนานักกีฬา ร้อยละ 85.71 (18 คน) เน้นการกำหนดเส้นทางอาชีพที่ชัดเจน และร้อยละ 80.95 (17 คน)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

สนับสนุนการพัฒนากระบวนการแข่งขันให้มีมาตรฐาน โดยร้อยละ 76.19 (16 คน) เห็นว่าควรสร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยในภาคธุรกิจประเทศไทย ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งเป็น 3 ระดับ:

1. ระดับนโยบาย:
  - ร้อยละ 95.24 (20 คน) สนับสนุนการผลักดันนโยบายอีสปอร์ตระดับชาติ
  - ร้อยละ 90.48 (19 คน) เห็นด้วยกับการจัดตั้งหน่วยงานกลาง
  - ร้อยละ 85.71 (18 คน) สนับสนุนการสร้างมาตรฐานวิชาชีพ
2. ระดับองค์กร:
  - ร้อยละ 88.10 (18 คน) เน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการทีมมืออาชีพ
  - ร้อยละ 83.33 (18 คน) สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
  - ร้อยละ 80.95 (17 คน) เห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม
3. ระดับบุคคล:
  - ร้อยละ 92.86 (20 คน) สนับสนุนการพัฒนาทักษะรอบด้าน
  - ร้อยละ 88.10 (18 คน) เน้นการสร้างวินัยและความเป็นมืออาชีพ
  - ร้อยละ 85.71 (18 คน) ให้ความสำคัญกับการวางแผนเส้นทางอาชีพระยะยาว

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 80) มีความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นสำคัญของการพัฒนางานอีสปอร์ตไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านนโยบายและการพัฒนาบุคลากร

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาเพื่อความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตไทยภาคธุรกิจในประเทศไทย" มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปราย ดังนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาทักษะรอบด้าน ผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 85.71 ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเน้นการพัฒนาทักษะรอบด้าน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kim et al. (2023) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของนักกีฬาอีสปอร์ตในเกาหลีใต้ พบว่าทักษะที่หลากหลายเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาว โดยเฉพาะทักษะภาษาอังกฤษที่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้ข้อมูลถึงร้อยละ 76.19 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wagner (2022) ที่พบว่าความสามารถทางภาษาเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันระดับนานาชาติ สอดคล้องกับ สอดคล้องกับกรณีศึกษาของทีม T1 จากเกาหลีใต้ ที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขัน League of Legends World Championship โดย Kim et al. (2023) ได้วิเคราะห์โปรแกรมการพัฒนานักกีฬาของทีม พบว่ามีการเน้นพัฒนาทักษะ 4 ด้านหลัก ได้แก่ ทักษะการเล่น การสื่อสาร ภาษาอังกฤษ และการทำงานเป็นทีม สอดคล้อง



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

กับงานวิจัยของ Wagner (2022) ที่ศึกษากรณีของทีม G2 Esports จากยุโรป พบว่าความสามารถทางภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทีมสามารถคว้าแชมป์ระดับนานาชาติได้หลายรายการ สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับกรณีศึกษาของ China Esports League ที่วิเคราะห์โดย Chen et al. (2023) พบว่าหลังจากการนำระบบมาตรฐานวิชาชีพมาใช้ในปี 2021 ส่งผลให้จำนวนนักกีฬาอาชีพเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 ภายในระยะเวลา 2 ปี นอกจากนี้ Thompson and Smith (2024) ยังได้ศึกษากรณีของ Korean Esports Federation พบว่าการมีมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจนช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้สนับสนุนและนักลงทุน

2. การสร้างมาตรฐานวิชาชีพ การที่ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 90.48 เห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐานในการพัฒนานักกีฬา สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับทฤษฎีการพัฒนาวิชาชีพกีฬาของ Thompson and Smith (2024) ที่เสนอว่าการสร้างมาตรฐานวิชาชีพเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬานอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen et al. (2023) ที่ศึกษาการพัฒนาอีสปอร์ตในจีน พบว่าการมีมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจนส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับ การพัฒนาบุคลากรมืออาชีพ Liu and Roberts (2024) ได้ศึกษากรณีของ Team Liquid ที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาโปรแกรม Professional Development Program สำหรับนักกีฬาอีสปอร์ต โดยมีการวางแผนเส้นทางอาชีพตั้งแต่ระดับเยาวชนจนถึงมืออาชีพ ส่งผลให้นักกีฬาในโปรแกรมมีอายุการเล่นเฉลี่ยยาวนานขึ้นจาก 2 ปี เป็น 5 ปี สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 88.10 เน้นการสร้างวินัยและความเป็นมืออาชีพ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Phanphan Suttikul et al. (2023) ได้ศึกษากรณีของการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพอีสปอร์ตของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่าหลังจากมีการกำหนดมาตรฐานวิชาชีพที่ชัดเจน ส่งผลให้บัณฑิตที่จบจากหลักสูตรมีอัตราการได้งานในอุตสาหกรรมอีสปอร์ตสูงถึงร้อยละ 75 สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 90.48 เห็นความสำคัญของการสร้างมาตรฐาน สอดคล้องกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกรณีศึกษาของ Tanapol Samutwanich (2023) เกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่าย Thai E-Sports Alliance พบว่าการรวมกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองและโอกาสทางธุรกิจให้กับสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญ

3. การบูรณาการระหว่างภาคธุรกิจและการศึกษา ผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 76.19 เห็นความสำคัญของการสร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษา สอดคล้องกับโมเดล Triple Helix ของ Johnson and Lee (2023) ที่เสนอว่าความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคการศึกษา สอดคล้องกับ กรณีศึกษาของมหาวิทยาลัย Keimyung ในเกาหลีใต้ที่วิเคราะห์โดย Johnson and Lee (2023) แสดงให้เห็นว่าการร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับทีมอีสปอร์ตมืออาชีพ ส่งผลให้นักศึกษาที่จบจากหลักสูตรอีสปอร์ตมีอัตราการได้งานสูงถึงร้อยละ 85 ภายใน 6 เดือนหลังจบการศึกษา สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 76.19 เห็นความสำคัญของการสร้างความร่วมมือกับภาคการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somchai Wongthip et al. (2023) ที่ศึกษากรณีของทีม BACON TIME ทีมอีสปอร์ตชั้นนำของไทยที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขัน ROV Pro League พบว่าปัจจัยสำคัญคือการพัฒนาทักษะแบบองค์รวม โดยเฉพาะด้านภาษาอังกฤษและการสื่อสาร นอกจากนี้ ศึกษาของ Wipavee Maneerat (2024) ที่วิเคราะห์โปรแกรมการพัฒนานักกีฬาของสมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทย พบว่าทีมที่มีการพัฒนา



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ทักษะรอบด้านมีผลงานในระดับนานาชาติดีกว่าทีมที่เน้นเฉพาะทักษะการเล่น เกม สอดคล้องกับการบูรณาการระหว่างภาคธุรกิจและการศึกษา กรณีศึกษาของ Nantawan Suwannaroop (2024) เกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับบริษัท Garena ในการพัฒนาหลักสูตรอีสปอร์ต พบว่านักศึกษาที่ผ่านโครงการมีโอกาสได้งานในวงการอีสปอร์ตสูงกว่านักศึกษาทั่วไปถึง 3 เท่า

4. การพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม การที่ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 80.95 เห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม สอดคล้องกับแนวคิด Esports Ecosystem Development ของ Anderson et al. (2024) ที่เสนอว่าความสำเร็จของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตต้องอาศัยการพัฒนาองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบ สอดคล้องกับการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม Anderson et al. (2024) ได้ศึกษากรณีของ Singapore Esports Hub ที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาระบบนิเวศอีสปอร์ตแบบครบวงจร โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษา ศูนย์ฝึกอบรม สถานที่จัดการแข่งขัน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้อุตสาหกรรมอีสปอร์ตในสิงคโปร์เติบโตร้อยละ 25 ต่อปี สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 80.95 เห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม สอดคล้องกับการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม งานวิจัยของ Pichai Niramanasakul et al. (2023) ได้วิเคราะห์การพัฒนา Thailand E-Sports Arena ที่เมืองทองธานี พบว่าการมีศูนย์รวมของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตแบบครบวงจรช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับอุตสาหกรรมได้ถึงร้อยละ 35/ปี

5. บทบาทของนโยบายระดับชาติ ผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 95.24 สนับสนุนการผลักดันนโยบายอีสปอร์ตระดับชาติ สะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Park and Wilson (2024) ที่ศึกษาการพัฒนาอีสปอร์ตในประเทศที่ประสบความสำเร็จ พบว่านโยบายระดับชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างรากฐานที่มั่นคงให้กับอุตสาหกรรม สอดคล้องกับบทบาทของนโยบายระดับชาติ Park and Wilson (2024) ได้วิเคราะห์กรณีศึกษาของประเทศเกาหลีใต้ที่มีการประกาศ "Korean Esports Vision 2030" เป็นนโยบายระดับชาติในการพัฒนาอีสปอร์ต ส่งผลให้มูลค่าอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นจาก 2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2020 เป็น 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2023 สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าร้อยละ 95.24 สนับสนุนการผลักดันนโยบายอีสปอร์ตระดับชาติ สอดคล้องกับบทบาทของนโยบายระดับชาติ Charnwit Rattanarasi and Sudarat Manakit (2024) ได้ศึกษาผลกระทบของนโยบาย "Thailand E-Sports 4.0" ที่ริเริ่มโดย กกท. แห่งประเทศไทย พบว่าหลังจากการประกาศนโยบายจำนวนนักกีฬาอีสปอร์ตขึ้นทะเบียนเป็นทางการเพิ่มขึ้นร้อยละ 150 ภายในระยะเวลา 1 ปี

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### 1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

##### 1.1 ระดับนโยบาย

1.1.1 หน่วยงานภาครัฐควรเร่งผลักดันนโยบายอีสปอร์ตระดับชาติให้เป็นรูปธรรม โดยมีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

1.1.2 สมาคมกีฬาอีสปอร์ตแห่งประเทศไทยควรพัฒนามาตรฐานวิชาชีพและระบบใบอนุญาตสำหรับนักกีฬาอีสปอร์ตอาชีพ

1.1.3 ศึกษาจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อกำกับดูแลและพัฒนาอุตสาหกรรมอีสปอร์ตอย่างเป็นระบบ

### 1.2 ระดับองค์กร

1.2.1 องค์กรอีสปอร์ตควรพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมที่ครอบคลุมทั้งทักษะการเล่นภาษาอังกฤษ และทักษะการสื่อสาร

1.2.2 สถาบันการศึกษาควรร่วมมือกับภาคธุรกิจในการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม

1.2.3 ทีมอีสปอร์ตควรวางระบบการบริหารจัดการที่เป็นมืออาชีพ รวมถึงการดูแลสวัสดิการนักกีฬา

### 1.3 ระดับปฏิบัติการ

1.3.1 นักกีฬาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะรอบด้าน ไม่เฉพาะทักษะการเล่นเกม

1.3.2 ผู้ฝึกสอนควรวางแผนการพัฒนานักกีฬาแบบองค์รวม รวมถึงการดูแลสุขภาพกายและจิต

1.3.3 ผู้จัดการทีมควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม

## 2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

### 2.1 ด้านเนื้อหา

2.1.1 ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอีสปอร์ตต่อประเทศไทย

2.1.2 ศึกษาวิจัยเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนานักกีฬาอีสปอร์ตระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่ประสบความสำเร็จ

2.1.3 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนในอาชีพนักกีฬาอีสปอร์ต

### 2.2 ด้านระเบียบวิธีวิจัย

2.2.1 ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพนี้

2.2.2 ทำการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

2.2.3 ทำการวิจัยระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามการพัฒนาของนักกีฬาอีสปอร์ต

### 2.3 ด้านกลุ่มเป้าหมาย

2.3.1 ขยายการศึกษาไปยังกลุ่มนักกีฬาอีสปอร์ตระดับเยาวชน

2.3.2 ศึกษาบทบาทของผู้ปกครองในการสนับสนุนนักกีฬาอีสปอร์ต

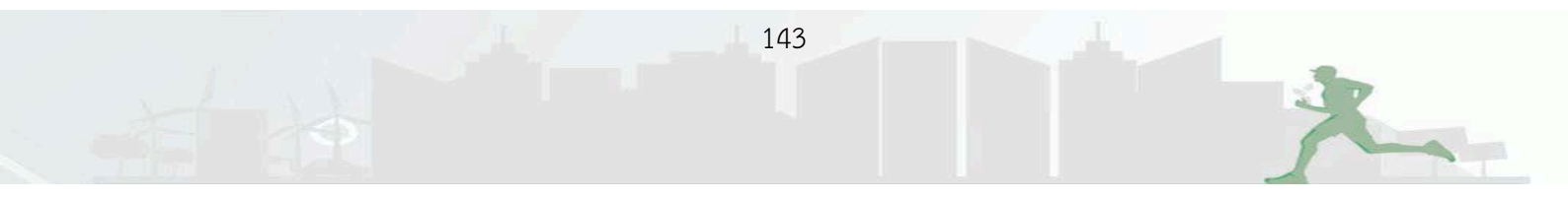
2.3.3 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการพัฒนาอุตสาหกรรมอีสปอร์ต

### 2.4 ด้านการประยุกต์ใช้

2.4.1 ศึกษาการพัฒนาตัวชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนานักกีฬาอีสปอร์ต

2.4.2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาหลักสูตรอีสปอร์ตในระดับอุดมศึกษา

2.4.3 ศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนสำหรับนักกีฬาอีสปอร์ต





## References

- Anderson, J., Brown, K., & Smith, M. (2024). The evolution of esports ecosystems: A global perspective. *Journal of Sports Management*, 42(1), 15–32.
- Charnwit Rattanasasi, & Sudarat Manakit. (2024). The impact of Thailand E-Sports 4.0 policy on the development of the Thai e-sports industry. *Journal of Sports Management*, 15(1), 45–62. <https://doi.org/10.14456/jsm.2024.5>
- Chen, L., Wang, X., & Zhang, Y. (2023). Professional standards in Chinese esports: Impact on industry growth. *International Journal of Gaming Studies*, 15(3), 245–260.
- Funk, D. C. (2020). *Sports marketing: A strategic perspective*. Routledge. ISBN: 9780367623630
- Hamilton, W., Kerne, A., & Robbins, T. (2020). The role of streaming platforms in esports ecosystems. *Sport Management Review*, 23(3), 273–289. <https://doi.org/10.1080/17430437.2019.1667824>
- Johnson, R., & Lee, S. (2023). Triple helix model in sports industry development. *Sports Management Review*, 26(2), 178–195.
- Kim, H., Lee, J., & Park, S. (2023). Success factors among professional esports athletes in South Korea. *Asian Journal of Sport Science*, 18(4), 412–428.
- Liu, M., & Roberts, K. (2024). Professional development in esports: The Team Liquid case study. *International Journal of Esports Business Management*, 8(2), 156–171.
- Nantawan Suwannaroop. (2024). Collaboration between academic institutions and businesses in e-sports curriculum development: A case study of Dhurakij Pundit University. *Thai Higher Education Journal*, 12(1), 89–104. <https://doi.org/10.14456/the.2024.8>
- Newzoo. (2022). *Global esports market report*. Retrieved from <https://newzoo.com>
- Office of Digital Economy Promotion Agency. (2022). *E-sports market trends report in Thailand*. Bangkok: DEPA.
- Office of Sports Authority of Thailand. (2021). *Report on the development of the sports industry in Thailand*. Bangkok: Sports Authority of Thailand.
- Park, J., & Wilson, T. (2024). National policies and esports development: A comparative analysis. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 16(1), 89–104.
- Pichai Niramanasakul, Wichai Suksee, & Nonglak Panichkul. (2023). An economic impact analysis of a comprehensive e-sports center: A case study of Thailand E-Sports Arena. *Journal of Applied Economics*, 18(3), 234–251. <https://doi.org/10.14456/jae.2023.25>
- Phanphan Suttikul, Somsak Wongpradit, & Wanna Kongsuk. (2023). Development of professional standards for e-sports in higher education: A case study of Bangkok





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

University. *Journal of Educational Innovation*, 5(2), 123–142.

<https://doi.org/10.14456/jei.2023.15>

Scholz, T. M. (2019). *Esports is business: Management in the world of competitive gaming*.

Palgrave Macmillan. ISBN: 9780367227524

Somchai Wongthip, Wanwimon Surakit, & Porntip Siripak. (2023). Success factors of Thai e-

sports teams: A case study of BACON TIME team. *Journal of Sports Management and Recreation*, 8(2), 156–173. <https://doi.org/10.14456/jsmr.2023.18>

Statista. (2023). *Global esports market*. Retrieved from <https://statista.com>

Tanapol Samutwanich. (2023). Development of collaborative networks in the Thai e-sports

industry: A case study of the Thai E-Sports Alliance. *Journal of Business Administration*, 46(2), 178–195. <https://doi.org/10.14456/jba.2023.12>

Taylor, N. T. (2021). Sponsorship dynamics in esports. *International Journal of Sports*

*Marketing and Sponsorship*, 22(1), 45–60.

<https://doi.org/10.1080/13603116.2020.1750913>

Thompson, R., & Smith, A. (2024). Professional development in sports: A theoretical

framework. *Sport Management International Journal*, 20(1), 45–62.

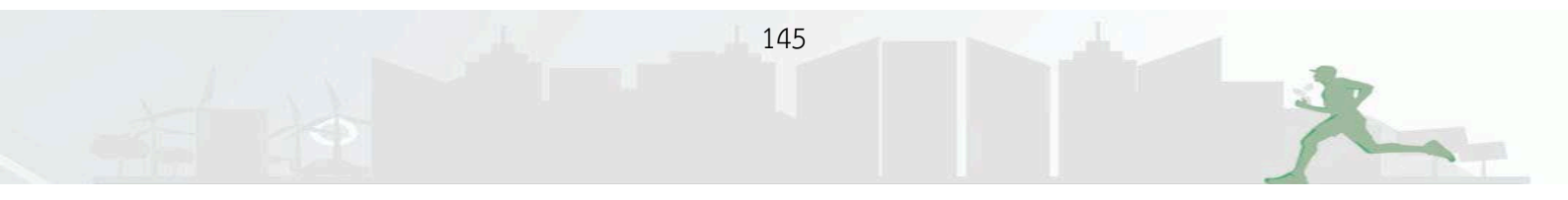
Wagner, M. (2022). Language proficiency in international esports competition. *Journal of*

*Global Sport Management*, 7(3), 334–349.

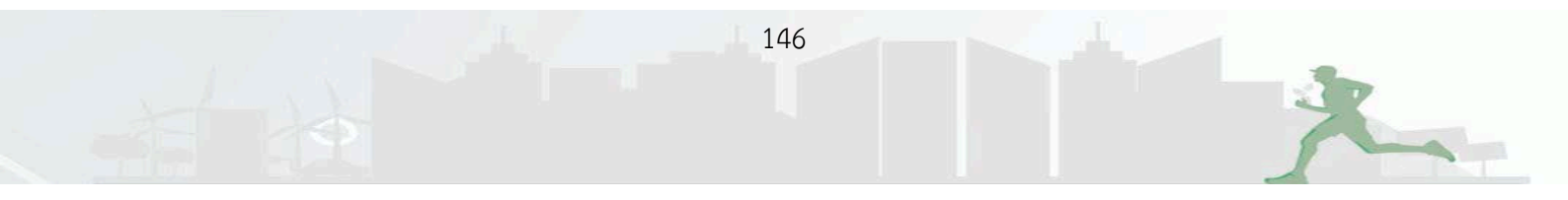
Wipavee Maneerat. (2024). An analysis of e-sports athlete development programs of the

Thailand E-Sports Federation. *Journal of Sports Science and Health*, 25(1), 67–84.

<https://doi.org/10.14456/jss.2024.7>



# รายชื่อคณะกรรมการดำเนินงาน



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ประกาศ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย

เรื่อง รายชื่อคณะกรรมการ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬาครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

(2<sup>nd</sup> National Conference in Sport Management 2024

by Sport Management Association of Thailand and Rangsit University

(2024 NCSM by SMAT & RSU)

เพื่อให้การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 โดยสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นไปด้วยความเรียบร้อยบรรลุตามวัตถุประสงค์หลัก 5 ประการ ได้แก่ เพื่อจัดการประชุมวิชาการระดับชาติที่มีการเผยแพร่หนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings) เป็นไปตามจะเป็นไปตามลักษณะการเผยแพร่ผลงานวิจัยในเอกสารแนบท้ายประกาศ ก.พ.อ. เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ และศาสตราจารย์ พ.ศ. 2564 เพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ เพื่อให้นักวิชาการ ด้านการจัดการกีฬา มีแหล่งตีพิมพ์ผลงานวิจัยหรือเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาท้องถิ่นในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อส่งเสริมสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมกีฬา และเพื่อเพิ่มสมาชิกเครือข่ายด้านการจัดการกีฬา ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”

สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย จึงขอประกาศรายชื่อคณะกรรมการ ดังนี้

## 1. คณะกรรมการอำนวยการ

- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา              | ที่ปรึกษา           |
| 1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา ปาณะเสรี          | ที่ปรึกษา           |
| 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิชฎิ ภูมิอินทร์        | ที่ปรึกษา           |
| 1.4 ดร.สรายุทธ มหวิรัตน์                          | ที่ปรึกษา           |
| 1.5 ดร.อนุชิต กุลวานิช                            | ที่ปรึกษา           |
| 1.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐฐชัย จันทร์คุณา      | ประธานคณะกรรมการ    |
| 1.7 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล         | รองประธานคณะกรรมการ |
| 1.8 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนานันท์ สมานิติโต      | กรรมการ             |
| 1.9 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล | กรรมการ             |
| 1.10 นายสร้างรัฐ หัตถวงษ์                         | กรรมการ             |
| 1.11 ดร.ชลันดา ชอบจิตร                            | กรรมการ             |
| 1.12 ดร.ธีระชัย วิเศษจั่ง                         | กรรมการ             |
| 1.13 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์              | กรรมการและเลขานุการ |



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

1.14 อาจารย์อุทัยวรรณ ทองสุข

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

**มีหน้าที่** ให้คำปรึกษา กำหนดกลยุทธ์และนโยบาย อำนวยการจัดการประชุม แก้ไขปัญหา และติดตาม การดำเนินการจัดการประชุมให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

### 2. คณะกรรมการดำเนินการ

2.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐฐชัย จันทร์คุณา

ประธานกรรมการ

2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล

รองประธานคณะกรรมการ

2.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชานันท์ สมานิติโต

กรรมการ (ฝ่ายวิชาการ)

2.4 อาจารย์อุทัยวรรณ ทองสุข

กรรมการ (ฝ่ายวิชาการ)

2.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล

กรรมการ (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)

2.6 นายสร้างรัฐ หัตถวงษ์

กรรมการ (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)

2.7 นางสาวสุภาพร วงเทียน

กรรมการ (ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ)

2.8 ดร.ชลันดา ขอบจิตร

กรรมการ (ฝ่ายเครือข่ายสัมพันธ์)

2.9 ดร.ธีระชัย วิเศษจักษ์

กรรมการ (ฝ่ายจัดหารายได้ฯ)

2.10 อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง

กรรมการ (เหรียญก)

2.11 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์

กรรมการและเลขานุการ

2.12 อาจารย์ ดร.กรรัช มากเจริญ

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

2.13 นางสาวสุทิตี ศรีบุรี

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

#### มีหน้าที่

- 1) กำหนดรูปแบบและรายละเอียดโครงการการประชุมฯ
- 2) ติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อดำเนินการจัดการประชุมฯ ให้ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
- 3) ควบคุม กำกับ ดูแล และสนับสนุนการจัดการประชุมฯ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

### 3. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์และรับลงทะเบียน

3.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล

ประธานกรรมการ

3.2 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์

กรรมการ

3.3 อาจารย์อุทัยวรรณ ทองสุข

กรรมการและเลขานุการ

3.5 นางสาวสุภาพร วงศ์เทียน

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

#### มีหน้าที่

- 1) ออกแบบภาพและสื่อทุกประเภทที่จะใช้สำหรับการประชุมฯ
- 2) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รับสมัครผู้ลงทะเบียน
- 3) รับสมัครผู้สนใจเข้าร่วมการประชุม



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- 4) บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวระหว่างการประชุมฯ
- 5) ทำเนื้อหา (Content) ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมฯ และเผยแพร่ในแพลตฟอร์ม (Platform) ของสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย
- 6) จัดทำรายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมฯ
- 7) รับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการประชุมฯ

### 4. คณะกรรมการฝ่ายสถานที่

- |   |                     |
|---|---------------------|
| 4.1 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์             | ประธานกรรมการ       |
| 4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล | กรรมการ             |
| 4.2 นางสาวสุทธิณี ศรีบุรี                       | กรรมการและเลขานุการ |

**มีหน้าที่** ติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยรังสิตในการเตรียมความพร้อมของห้องประชุม ที่จอดรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการประชุมฯ

### 5. คณะกรรมการฝ่ายวิชาการ

- |  |               |
|--|---------------|
| 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐฐชัย จันทร์คุณา | ประธานกรรมการ |
| 5.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล    | กรรมการ       |
| 5.3 อาจารย์อุทัยวรรณ ทองสุข                  | กรรมการ       |
| 5.4 นางสาวสุทธิณี ศรีบุรี                    | กรรมการ       |

#### **มีหน้าที่**

- 1) จัดทำบัญชีรายชื่อผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจา และผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์
- 2) พิจารณาคัดเลือกและติดต่อประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินบทความวิจัย และบทคัดย่อ
- 3) ติดต่อประสานงานกับผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาและผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ เพื่อให้ปรับปรุงบทความวิจัยและบทคัดย่อ รวมทั้งแจ้งรายละเอียดและให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับการ นำเสนอฯ
- 4) ติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการฝ่ายการเงิน เพื่อจ่ายค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิฯ
- 5) ประเมินการปรับปรุงบทความจากผู้นำเสนอฯ เพื่อตีพิมพ์ในรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)
- 6) จัดทำรายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

### 6. คณะกรรมการฝ่ายการเงิน

- |                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| 6.1 อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง     | ประธานกรรมการ |
| 6.2 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์ | กรรมการ       |



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

### มีหน้าที่

- 1) ติดต่อประสานงานกับผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุมฯ ที่สมัครสมาชิกประเภทสามัญและประเภทสมทบ เพื่อจัดทำทะเบียนและออกบัตรสมาชิก
- 2) จ่ายค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความวิจัยสำหรับการนำเสนอด้วยวาจาและบทคัดย่อสำหรับการนำเสนอแบบโปสเตอร์
- 3) จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของการลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุมและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมฯ

### 7. คณะกรรมการฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

- 7.1 นายสร้างรัฐ หัตถวงษ์ ประธานกรรมการ
- 7.2 นางสาวสุภาพร วงเทียน กรรมการ

### มีหน้าที่

- 1) ติดต่อประสานงานกับคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อถ่ายทอดการประชุมผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ของสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย
- 2) ติดต่อประสานงานกับผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาเพื่อคัดลอกไฟล์นำเสนอลงในคอมพิวเตอร์
- 3) สร้างและดูแลระบบการประชุมฯ แบบออนไลน์
- 4) แก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งช่วยเหลือผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาหรือโปสเตอร์ระหว่างการนำเสนอ

### 8. คณะกรรมการฝ่ายสิทธิประโยชน์

- 8.1 ดร.สรายุทธ มหวลีรัตน์ ประธานกรรมการ
- 8.2 ดร.ธีระชัย วิเศษจั้ง กรรมการ

### มีหน้าที่

- 1) หาผู้สนับสนุนการจัดการประชุมฯ
- 2) เสนอสิทธิประโยชน์แก่ผู้ให้การสนับสนุนการจัดการประชุมฯ
- 3) จัดหารางวัลสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุมฯ ผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจายอดเยี่ยม และผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ยอดเยี่ยม
- 4) จัดหาของที่ระลึกสำหรับประธานในพิธีหรือวิทยากรหรือแขกผู้มีเกียรติที่เข้าร่วมการประชุมฯ

### 9. คณะกรรมการฝ่ายพิธีการ

- 9.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลิ โนริยา ประธานกรรมการ
- 9.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรณสิทธิ์ สิทธิบรรณกุล กรรมการ
- 9.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล กรรมการ





## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- |                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| 9.4 อาจารย์ ดร.กรรช มากเจริญ        | กรรมการ             |
| 9.5 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์ | กรรมการและเลขานุการ |

### มีหน้าที่

- 1) จัดทำและเผยแพร่กำหนดการการประชุมฯ
- 2) ติดต่อประสานงานกับวิทยากร เพื่อให้ข้อมูลหัวข้อการบรรยาย/อภิปราย
- 3) จัดทำคำกล่าวรายงาน และคำกล่าวพิธีเปิดการประชุมฯ
- 4) เป็นพิธีกรในการประชุมฯ
- 5) เชิญและให้การต้อนรับประธานในพิธี ที่ปรึกษา วิทยากร และแขกผู้มีเกียรติที่เข้าร่วมการประชุมฯ
- 6) ดำเนินการประชุมฯ ให้เป็นไปตามกำหนดการ

### 10. คณะกรรมการฝ่ายประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาและโปสเตอร์

- |  |   |
|--|---|
| 10.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐรัฐชัย จันทร์คุณา  | ประธานกรรมการ                                   |
| 10.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิษฎิ กุฎอินทร์       | กรรมการ (ประธานฯ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 1)         |
| 10.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม นครเขตต์         | กรรมการ (ประธานฯ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 2)         |
| 10.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล | กรรมการ (กรรมการ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 1 คนที่ 1) |
| 10.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนานันท์ สมานิติโต    | กรรมการ (กรรมการ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 1 คนที่ 2) |
| 10.6 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล       | กรรมการ (กรรมการ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 2 คนที่ 1) |
| 10.7 อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง                 | กรรมการ (กรรมการ นำเสนอด้วยวาจา ห้อง 2 คนที่ 2) |
| 10.8 อาจารย์ ดร.สัจจวัฒน์ จารีกศิลป์             | กรรมการและเลขานุการ                             |

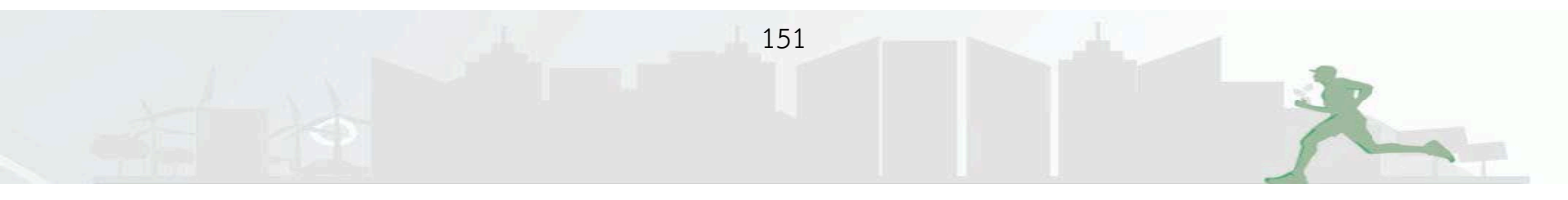
### มีหน้าที่

- 1) ควบคุมการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาให้เป็นไปตามกำหนดการ
- 2) จัดทำเกณฑ์การประเมินและประเมินการนำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจาและโปสเตอร์
- 3) ตัดสินผลรางวัลผู้นำเสนอผลงานวิจัยด้วยวาจายอดเยี่ยมและผู้นำเสนอผลงานวิจัยแบบโปสเตอร์ยอดเยี่ยม

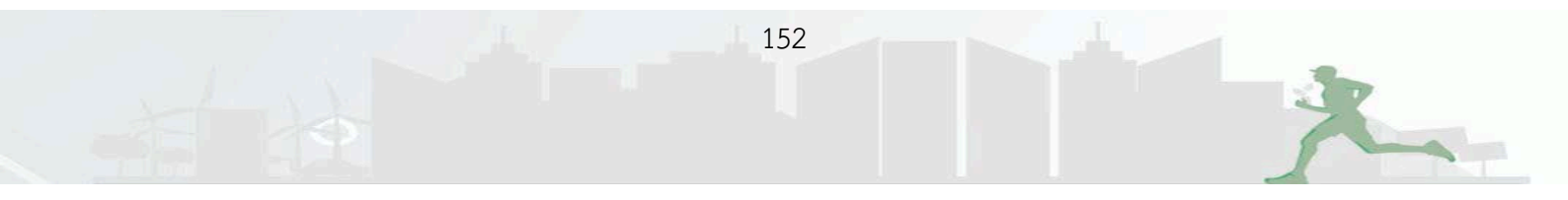
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา)  
นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



# รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินบทความ (peer reviewer)



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ประกาศ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย

เรื่อง รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (peer reviewer)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

(2<sup>nd</sup> National Conference in Sport Management 2024

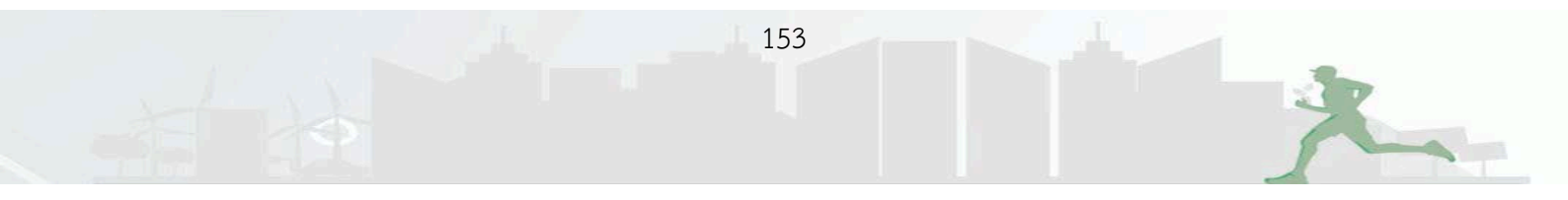
by Sport Management Association of Thailand and Rangsit University

(2024 NCSM by SMAT & RSU)

ตามที่ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับ มหาวิทยาลัยรังสิต จัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ ซึ่งจะจัดการประชุมวันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567 ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ใช้รูปแบบการประชุมแบบออนไลน์ และรับลงทะเบียนให้ผู้สนใจส่งบทความวิจัยสำหรับการนำเสนอด้วยวาจาและบทคัดย่อสำหรับการนำเสนอด้วยโปสเตอร์นั้น

เพื่อให้การประเมินบทความวิจัยและบทคัดย่อมีมาตรฐาน สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย จึงประกาศรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (peer reviewer) ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ดังนี้

<b>ผู้ทรงคุณวุฒิ ประเมินบทความ (peer reviewer)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา สังขวดี</li> <li>2. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย</li> <li>3. รองศาสตราจารย์ ดร.สนธยา สีละมาด</li> <li>4. รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิ์ อีรสรณ์</li> <li>5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิลมณี ศรีบุญ</li> <li>6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถนนอมศักดิ์ เสนาคำ</li> <li>7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิษฎี กุฎอินทร์</li> <li>8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา อินทร์พงษ์พันธ์</li> <li>9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพจน์ ไชยนอก</li> <li>10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยุทธนา เรียนสร้อย</li> <li>11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลี แก้วช่วย</li> <li>12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิวัฒน์ โอนสูงเนิน</li> <li>13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรพงษ์ สุขดี</li> <li>14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนริศย์ ธัญอุดมพัฒน์</li> <li>15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน จันทระสม</li> </ol>	<p>มหาวิทยาลัยนเรศวร</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ</p> <p>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์</p> <p>มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ</p> <p>มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ</p> <p>มหาวิทยาลัยบูรพา</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม</p> <p>มหาวิทยาลัยมหิดล</p> <p>มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ</p> <p>มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ</p> <p>มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ</p> <p>มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ</p>
--	--	--



## การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กรรณิกา อินชนะนะ         | มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ  |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณ์ภูฏ์ดนัย เจริญสุขวิมล  | มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ  |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรียัน สมพงษ์        | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาพัทธ์ เตียวตระกูล   | มหาวิทยาลัยนเรศวร           |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา ตามประดิษฐ์     | มหาวิทยาลัยพะเยา            |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารินทร์ ก้านเหลือง   | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์      |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาณิสรา ทศนัยนา       | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์      |
| 23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ ไตรแสง        | มหาวิทยาลัยรังสิต           |
| 24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ เจริญพรพานิชกุล | มหาวิทยาลัยรังสิต           |

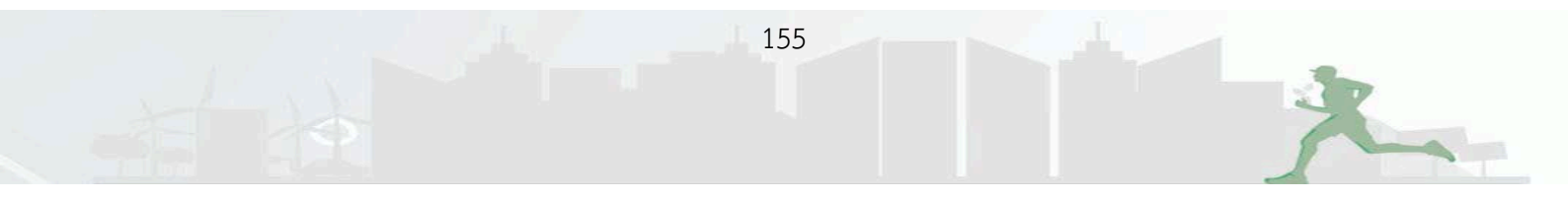
ประกาศ ณ วันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567



(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนรียา)  
นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย



# รายชื่อกองบรรณาธิการ



# การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

ประกาศ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย  
เรื่อง รายชื่อกองบรรณาธิการ (editorial team)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567

(2<sup>nd</sup> National Conference in Sport Management 2024

by Sport Management Association of Thailand and Rangsit University

(2024 NCSM by SMAT & RSU)

ตามที่ สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย ร่วมกับ มหาวิทยาลัยรังสิต จัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างพื้นที่ทางวิชาการด้านการจัดการกีฬาในระดับชาติ ซึ่งจะจัดการประชุมวันศุกร์ที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2567 ภายใต้แนวคิด “ทิศทางการวิจัย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ใช้รูปแบบการประชุมแบบออนไลน์ และรับลงทะเบียนให้ผู้สนใจส่งบทความวิจัยสำหรับการนำเสนอด้วยวาจาและบทความคัดย่อสำหรับการนำเสนอด้วยโปสเตอร์ สำหรับจัดทำหนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการ (proceedings) นั้น

เพื่อให้การจัดทำหนังสือประมวลบทความในการประชุมวิชาการมีมาตรฐาน สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย จึงประกาศรายชื่อกองบรรณาธิการ (editorial team) ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567 ดังนี้

บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิฐฐชัย จันทร์คุณา	มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ
รองบรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ แสงนิล	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
กองบรรณาธิการ	1. อาจารย์ อุทัยวรรณ ทองสุข	มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ
ฝ่ายจัดการ	2. อาจารย์ ดร.ธีรพงศ์ พงษ์เพ็ง	มหาวิทยาลัยมหิดล
	3. นางสาวสุทิตินิ ศรีบุรี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประกาศ ณ วันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณชลี โนริยา)

นายกสมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย







มหาวิทยาลัยรังสิต  
RANGSIT UNIVERSITY



**การประชุมวิชาการระดับชาติ  
ด้านการจัดการกีฬา ครั้งที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2567**

สมาคมการจัดการกีฬาแห่งประเทศไทย  
ห้อง 1 ชั้น 22 286 ถ.รามคำแหง  
อาคารเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบพระชนพรรษา  
การกีฬาแห่งประเทศไทย  
แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240