

## แรงจูงใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา

### Women's Motivation for Attend Sporting Events

ณัฐวุฒิ พลศรี\*, ศิรชญาณ์ การะเวก และ ศิริพร สัจจามันท์

Nuttavut Phonsri, Sirachaya Karaweak and Siriporn Sajjanand

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

\*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail : nutphonsri@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา และ 2) เพื่อสร้างสมการทำนายความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือ 0.94 (22 รายการ) ด้วยวิธีการใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ข้อมูลเก็บจากนักศึกษาสาขาการจัดการกีฬาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีประสบการณ์เข้าชมการแข่งขันกีฬา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) มหาวิทยาลัย 3 แห่ง จาก 7 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และกำหนดโควตากลุ่มตัวอย่าง (Quota sample) มหาวิทยาลัยละ 50 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) จำนวน 150 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้อธิบายเป็นสถิติเชิงพรรณนาและตัวแปรหลายตัวที่จะวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุด้วยวิธี Stepwise พบว่า

1. แรงจูงใจของผู้หญิงที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่ควรให้ความสำคัญในลำดับแรก ได้แก่ สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง ผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี ผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติ ผู้เล่นที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี และที่ตั้งสโมสร

2. สมการทำนายความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาได้ดังนี้  $Y=0.786+0.212 GA3 (0.002)+0.261 PE2 (0.000)+0.142 GA5 (0.043)-0.158 PE1 (0.011)+0.139 GA1 (0.022)$  สมการสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาได้ร้อยละ 34.80

---

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจ, การเข้าชมการแข่งขัน, การจัดการการแข่งขันกีฬา

---

#### ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to identify women's motivation for attends sporting events and 2) to creates an equation to predict women's intention to attend sporting events. The research instruments were a questionnaire with the reliability of 0.940 (22 item) by Cronbach's alpha method. Data collected from women students in sports management, undergraduate,

Bangkok Metropolitan Region with experience to attend a sporting event. By purposive sampling three of the seven universities, including Kasetsart University, Mahidol University and Bangkokthonburi University. Quota sample of 50 people by convenience sampling 150 people. This research is a quantitative research. Using descriptive and multivariate statistics to distinguish the attendance motivations of women. The multiple linear regression analysis revealed that

1. women's motivation for attends sporting events should be priority in high quality of scoreboard, select players from good skill, fair play and superstar, and the convenience of travel to the stadium.

2. The equation for predicting intentions to attend sporting events as follows  $Y=0.786+0.212 GA3 (0.002)+0.261 PE2 (0.000)+0.142 GA5 (0.043)-0.158 PE1 (0.011)+0.139 GA1 (0.022)$ . The equation can forecasting intention to attend sporting events at 34.80 percent.

**Keywords :** Motivation, Attending, Sporting Events

## บทนำ

ปัจจุบันการเล่นกีฬากำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทยท่ามกลางสภาพสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้น เพราะเป็นการออกกำลังกายที่ทำให้สุขภาพแข็งแรงรวมถึงเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและบันเทิงอันก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพจิต นอกจากนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รณรงค์ให้เด็กเยาวชน และประชาชนเห็นความสำคัญและตื่นตัวในการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย และประกอบกิจกรรมนันทนาการ เพิ่มความรู้ด้านการเล่นกีฬา การดูกีฬา และสร้างวัฒนธรรม การเล่นกีฬาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต รวมถึงการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กร ชุมชน และเครือข่าย การกีฬา และนันทนาการ ดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค

รวมถึงการจัดงาน ประชุมงาน การจัดงานระหว่างประเทศ และการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การกีฬายังมีส่วนสำคัญในการสร้างความภาคภูมิใจ สร้างแรงบันดาลใจ ก่อให้เกิดความสามัคคีและสามัคคีของคนในชาติการกีฬา ยังสามารถเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้และมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันกีฬาหลายระดับตั้งแต่การแข่งขันกีฬาโรงเรียนไปจนถึงการแข่งขันนานาชาติ รวมถึงการแข่งขันกีฬาอาชีพ ซึ่งก็ได้การตอบรับจากจำนวนผู้ชมการแข่งขันน้อยบ้าง มากบ้างซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสำหรับผู้จัดการการแข่งขันกีฬาเป็นอย่างมาก เนื่องจากจำนวนผู้ชมในสนามนอกจากจะเป็นรายได้ที่จะสนับสนุนให้องค์กรกีฬาดำเนินธุรกิจอยู่ได้ แล้วยังเป็นสีลันที่จะสร้างบรรยากาศของ

เกมการแข่งขันให้สนุกสนาน บันเทิงให้ผู้ชมที่สนาม หรือชมการถ่ายทอดสดได้รับอรรถรสในการชมการแข่งขันกีฬาด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมของการใช้เวลาว่างของคนไทยของสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับการใช้เวลาว่างของประชากรไทยในการเข้าชมสถานที่ทางด้านวัฒนธรรม การบันเทิง และการกีฬาในปี พ.ศ. 2552 พบว่ามีคนชม เพียง 248,872 คน หรือร้อยละ 0.43 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 57,771,923 คน ถือว่าเป็นจำนวนน้อยมาก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552)

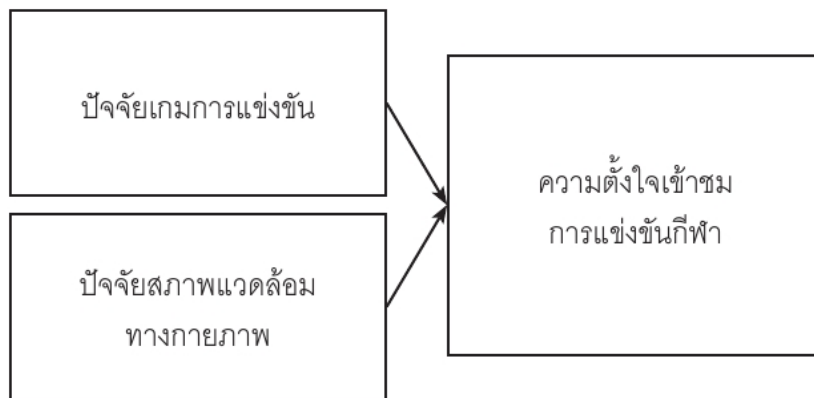
การแข่งขันกีฬาเป็นความบันเทิงที่มีลักษณะเฉพาะที่ผู้ชมจะไม่สามารถคาดเดาผลการแข่งขันได้ จนกว่าจะจบการแข่งขัน จึงเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมมีหลากหลายอารมณ์ ตื่นเต้น ดีใจเมื่อทีมชนะ เศร้าใจเมื่อทีมแพ้ การที่

ผู้ชมจะกลับมาชมการแข่งขันอีกในอนาคตหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความประทับใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากการแข่งขันและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนามแข่งขัน อันจะส่งผลต่อจำนวนผู้ชมที่จะกลับมาชมการแข่งขันอีกครั้ง โดยเฉพาะฐานผู้ชมผู้หญิงที่ยังมีจำนวนน้อยกว่าผู้ชาย นักวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงสำหรับชมการแข่งขันกีฬาเพื่อเพิ่มฐานผู้ชมให้มากขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา
2. เพื่อสร้างสมการทำนายความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา

### กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### ทบทวนวรรณกรรม

Shank (2009:11) ได้ให้ความหมายของผู้ชม (spectators) หมายถึง ผู้บริโภคที่ได้รับผลประโยชน์ของพวกเขา จากการอ่าน ฟัง หรือชมการแข่งขันกีฬา ซึ่งสามารถชมการแข่งขันทั้งทางตรง และทางอ้อม การชมการแข่งขันทางตรง คือ การชมการแข่งขันที่สถานที่จัดรายการแข่งขัน ส่วนการชมการแข่งขันทางอ้อม คือ การชมการแข่งขันผ่านสื่อมีเดียรูปแบบต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ แมคคาซีน โทรทัศน์ และวิทยุ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ชมยังแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ ตัวของผู้บริโภคกับบริษัท ซึ่งในส่วนของบริษัทนั้นเป็นรูปแบบที่บริษัทที่ซื้อห้อง หรือบ็อกพิเศษ สำหรับลูกค้าของบริษัท

Mullin et al., 2007; Schwarz and Hunter, 2008: 24-26) จัดกลุ่มผู้บริโภคที่ชมการแข่งขันที่สถานที่จัดรายการแข่งขัน สามารถแบ่งออกเป็นระดับแบบบันไดเลื่อนดังนี้ ระดับหนึ่งผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้า (nonconsumers) ระดับสอง ผู้บริโภคทางอ้อม (indirect consumers) ระดับสาม ผู้บริโภคที่ไม่มีรูปแบบ เป็นผู้ชมที่เข้าชมการแข่งขันครั้งแรก หรือเรียกว่า ผู้บริโภคน้อย (light user) ปีหนึ่งมีการเข้าชม หนึ่ง หรือสองครั้ง ระดับสี่ ผู้ชมที่มีรูปแบบการเข้าชม เป็นผู้ชมที่เข้าชมประมาณร้อยละ 10-30 ของรายการแข่งขัน หรือเรียกว่า ผู้บริโภคปานกลาง (medium user) ระดับสาม เป็นผู้ชมที่ถือตัวปี หรือเรียกว่า ผู้บริโภคหนัก (heavy user) หรือเป็นบริโภคขั้นสูงสุด เป็นกลุ่มที่มีความคาดหวัง ในการเป็นคนสำคัญ และได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด

### แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจ

Zeithaml, Barry and Parasuraman (1990, 1996)

ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำนั้น สามารถวัดได้จากการบอกต่อในเชิงบวก การแนะนำบริษัท หรือบริการให้กับคนอื่น ความจงรักภักดีต่อบริษัท หรือบริการอย่างเหนียวแน่น การใช้จ่ายมากขึ้น และลูกค้าเต็มใจที่จ่ายแพงขึ้นสำหรับสินค้า หรือบริการที่ดีมากกว่า

**เกมการแข่งขันเป็นแรงดึงดูดที่กระตุ้น** ที่ทำให้แฟนคลับเข้าชมการแข่งขัน จากการเปลี่ยนแปลงตลอดจากเกมหนึ่งไปอีกเกมหนึ่ง และสัปดาห์หนึ่งไปอีกสัปดาห์หนึ่ง ของลักษณะของทีมเยือน ความสามารถของผู้เล่น และบรรยากาศของเกม ในฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีก (Shank, 2009; Hansen and Gautheir, 1989)

**สภาพแวดล้อมทางกายภาพ** จะประกอบด้วยสนามแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สนามการแข่งขัน อุปกรณ์การแข่งขันที่นั่ง ป้ายสกอ์บอร์ด การสื่อสาร อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการอาหาร ความสัมพันธ์ทางภูมิศาสตร์ระหว่างบริเวณจัดการแข่งขัน ที่พักรับรอง ป้ายและการตกแต่ง การบริการภาษา การบำรุงรักษาโครงสร้าง ยารักษา ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย และการขนส่ง (Shank, 2009; Funk, 2008; Wakefield and Sloan, 1995)

### การดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา
2. สถานที่ดำเนินการวิจัย กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3. ประชากร : นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสาขาการจัดการกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่มีประสบการณ์เข้าชมการแข่งขันกีฬา ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในสาขาการจัดการกีฬา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีประสบการณ์เข้าชมการแข่งขันกีฬา ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงมหาวิทยาลัย 3 แห่ง จาก 7 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และกำหนดโควตาจำนวนกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยละ 50 คน โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ได้เท่ากับ 0.940 (กำหนดค่าที่ได้จำนวนมากกว่า 0.7 หรือเท่ากับ)

5. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยเกมการ

แข่งขัน และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา

6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีแจกแบบสอบถามไปให้นักศึกษา สาขาการจัดการกีฬา ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ตอบด้วยตัวเอง แห่งละ 50 คน รวมทั้งหมด 150 ชุด และรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนพร้อมทั้งเช็คความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

#### ผลการวิจัย

1. ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุด้วยวิธี Stepwise ในตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยของแรงจูงใจของผู้หญิงที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันกีฬา เรียงลำดับตามค่าเบต้า (Beta) มากไปหาน้อย มี 5 ตัวแปร ดังนี้ ตัวแปร PE2 ตัวแปร GA3 ตัวแปร PE1 ตัวแปร GA1 และตัวแปร GA5 ซึ่งทั้ง 5 ตัวแปรมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการกะประมาณ (Standard Error of Estimate: SEE) เท่ากับ 0.286 ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.348 และค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.590

ตาราง 1 แสดงค่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ด้วยวิธี Stepwise

Variables	R2	B	SEE	Beta	t	p
Attendance	0.348	0.786	0.286		2.750	0.007
GA3		0.212	0.066	0.268	3.219	0.002
PE2		0.261	0.073	0.302	3.598	0.000
GA5		0.142	0.070	0.160	2.041	0.043
PE1		-0.158	0.062	-0.215	-2.566	0.011
GA1		0.139	0.060	0.188	2.317	0.022

R=0.590, Adjusted R<sup>2</sup>=0.326, F-15.387, p-value<0.05

## 2. สมการพยากรณ์

$$Y = 0.786 + 0.212 \text{ GA3 (0.002)} + 0.261 \text{ PE2 (0.000)} + 0.142 \text{ GA5 (0.043)} - 0.158 \text{ PE1 (0.011)} + 0.139 \text{ GA1 (0.022)}$$

ตัวแปรตาม Y ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา

ตัวแปร GA3 ผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี

ตัวแปร PE2 สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง

ตัวแปร GA5 ผู้เล่นที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี

ตัวแปร PE1 ที่ตั้งสโมสร

ตัวแปร GA1 ผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติ

## อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 1 พบว่าแรงจูงใจของผู้หญิงที่มีอิทธิพลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามี 5 ปัจจัย เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยตามค่าเบต้า (Beta) ได้ดังนี้

- ปัจจัย PE2 สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด (Beta=0.302) โดยมีอิทธิพลทางบวก ถ้าการจัดการแข่งขันกีฬาที่มีสกอร์บอร์ด คุณภาพสูงที่มีสร้างความเป็นที่ตื่นเต้นสูง ระดับความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาจะมากขึ้น

- ปัจจัย GA3 ผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับที่ 2 (Beta=0.268) โดยมีอิทธิพลทางบวก ถ้าเกมการแข่งขันกีฬาที่ผู้เล่นมีความสามารถ ทักษะการเล่นดีมากในการแข่งขันกีฬามาก ระดับความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาจะมากขึ้น

- ปัจจัย PE1 ที่ตั้งสโมสรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับที่ 3 (Beta=-0.215) โดยมีอิทธิพลทางลบ ถ้าที่ตั้งสโมสรอยู่ไกลมากระดับความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาจะน้อยลง

- ปัจจัย GA1 ผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับที่ 4 (Beta=0.188) โดยมีอิทธิพลทางบวก ถ้าเกมการแข่งขันกีฬาที่มีผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีม

ในการแข่งขันกีฬามาก ระดับความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาจะมากขึ้น

- ปัจจัย GA5 ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับที่ (Beta= 0.160) โดยมีอิทธิพลทางบวก ถ้าเกมการแข่งขันกีฬาที่มีผู้เล่นที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดีในการแข่งขันกีฬามาก ระดับความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะมากขึ้น

- ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ (Standard Error of Estimate: SEE) เท่ากับ 0.286 หมายความว่า ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นจริงกระจายอยู่รอบเส้นถดถอยวัดได้โดยประมาณเท่ากับ 0.286

- ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.348 หมายความว่า ความผันแปรที่เกิดขึ้นในความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาเป็นผลเนื่องมาจากผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี ที่ตั้งสโมสร ผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติร้อยละ 34.80 ที่เหลืออีก ร้อยละ 65.20 เป็นผลเนื่องมาจากสาเหตุอื่นหรือตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวอธิบายการแปรผันในตัวแปรตามความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาได้ร้อยละ 34.80

- ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ ( $R$ ) เท่ากับ 0.590 หมายความว่า ตัวแปรตามความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา มีความสัมพันธ์กับตัวแปรผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี สกอร์บอร์ดคุณภาพสูง ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี ที่ตั้งสโมสร ผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติในระดับปานกลาง ตาม Devore and Peck (1993 : 129) (ถ้าสัมพันธ์กันสูง ค่าสหสัมพันธ์

จะมีค่าน้อยกว่า -0.80 หรือมีค่ามากกว่า 0.80 ถ้าสัมพันธ์กันปานกลาง ค่าสหสัมพันธ์จะมีค่าอยู่ระหว่าง -0.50 ถึง -0.80 หรือ 0.80 ถึง 0.50 และสัมพันธ์กันต่ำ ค่าสหสัมพันธ์ควรมีค่าอยู่ระหว่าง -0.50 ถึง 0.50) และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

2. สมการทำนายตัวแปรที่ ที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาและตัวแปรอิสระต่างๆ พบว่า

- ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี หมายถึง ถ้ามีจำนวนผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดีมาก ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับสูง

- ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสกอร์บอร์ดคุณภาพสูง หมายถึง ความสนุกสนาน บันเทิงในสกอร์บอร์ดสูง ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับสูง

- ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้เล่นที่เล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี หมายถึง ถ้ามีจำนวนผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดีมากขึ้น ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับสูง

- ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับที่ตั้งสโมสร หมายถึง ถ้าที่ตั้งสโมสรกีฬาอยู่ไกล ความตั้งใจเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับต่ำ ถ้าที่ตั้งสโมสร

กีฬาอยู่ใกล้ ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับสูง

- ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติ หมายถึง ถ้าจำนวนผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติมาก ความตั้งใจของผู้หญิงในการเข้าชมการแข่งขันจะอยู่ในระดับสูง

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ในการบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาที่จะเพิ่มจำนวนผู้ชมที่เป็นกลุ่มผู้หญิงมากขึ้นนั้น ควรสร้างแรงจูงใจเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ดังนี้

อันดับที่ 1 พัฒนาสกอร์บอร์ดให้มีเทคนิคนำเสนอใหม่ๆ ที่สร้างความตื่นเต้น สนุกสนาน ความบันเทิงในช่วงก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขันและหลังการแข่งขันกีฬา

อันดับที่ 2 คัดเลือกและฝึกสอนผู้เล่นให้มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี สร้างคุณภาพเกมให้สูงขึ้น จะเป็นการกระตุ้นให้การชมการแข่งขันสนุกมากขึ้น

อันดับที่ 3 ที่ตั้งสโมสรที่สามารถเดินทางสะดวกทั้งรถยนต์ส่วนตัว หรือรถขนส่งมวลชน

อันดับที่ 4 การคัดเลือกผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์ หรือทีมชาติ จะมีแฟนคลับที่ชื่นชอบนักกีฬาติดตามเชียร์ทั้งในสนามและนอกสนาม

อันดับที่ 5 การฝึกสอนให้ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี จะทำให้เกมการแข่งขันดูสนุกไม่รุนแรง

2. ในการบริหารจัดการการแข่งขันกีฬาสามารถบริหารจัดการแยกตามเกมการแข่งขันและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้ดังนี้

2.1 ในส่วนของเกมการแข่งขัน การคัดเลือกผู้เล่น ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผู้เล่นที่มีความสามารถ ทักษะการเล่นดี ผู้เล่นเล่นตามกฎกติกา มารยาทที่ดี และผู้เล่นระดับซูเปอร์สตาร์หรือทีมชาติ

2.2 ในส่วนสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านสกอร์บอร์ด คุณภาพสูงที่ สร้างความบันเทิง เพิ่มความตื่นเต้น และที่ตั้งสโมสรสามารถเดินทางสะดวกทั้งรถส่วนตัวหรือขนส่งมวลชน

#### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในด้านอื่นๆ เพิ่ม เช่น ด้านพนักงานผู้ให้บริการ หรือในเรื่องของตราสินค้าสโมสร เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาแยกประเภทของการแข่งขันกีฬา เช่น กีฬากลางแจ้ง กีฬาในร่ม หรือกีฬาเดี่ยว กีฬาประเภททีม หรือกีฬาที่มีการปะทะกีฬาที่ไม่มีการปะทะ

### บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559**. มกราคม 2559. (Online). สำนักงานสถิติแห่งชาติ. **พฤติกรรมของการใช้เวลาว่างของคนไทย**. 2552.
- Devore, Jay and Peck, Roxy. (1993). **Statistics: The Exploration and Analysis of Data**. California : Wadsworth, Inc.,



- Funk. (2008). **Consumer behavior in sport and events: Marketing action**, Elsevier, Burlington, USA.
- Hansen, H. and R. Gauthier. (1989). **Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events**. *Journal of Sport Management* 3 (1) : 15-32.
- Mullin, Hardy and Sutton. (2007). **Sport Marketing 3rd ed**. Human Kinetics.
- Schwarz, E. and J. Hunter. (2008). **Advanced Theory and Practice in Sport Marketing 1st ed**. Elsevier.
- Shank, M.D. (2009). **Sports Marketing: A Strategic Perspective**, 4th ed. Pearson International Edition. Prentice-Hall.
- Wakefield and Sloan. (1995). **The Effects of Team Loyalty and Selected Stadium Factors on Spectator Attendance**. *Journal of Sport Management* 9 : 153-172.
- Zeithaml, V. A., A. Parasuraman, and L. L. Berry. (1990). **Delivering Quality Service**. Free Press, New York.
- Zeithaml, V. A., L. L. Berry, and A. Parasuraman. (1996). **The Behavior Consequences of Service Quality**. *Journal of Marketing* 60 : 31-46.