

ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อ ผู้เข้าชมเพศหญิงในการตัดสินใจเข้าชมภายใน สนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

ศรัทธา อ่อนละมุล และ สาริษฐ์ กุลธวัชชัย
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่มีต่อการเข้าชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของผู้ชมเพศหญิง

วิธีการดำเนินการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นผู้เข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 จำนวน 443 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามการตัดสินใจ ปัจจัยทางบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลในการเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของผู้ชมเพศหญิง โดยศึกษาปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านกายภาพและบุคลิกภาพทางด้านความสามารถที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมของผู้ชมเพศหญิง แล้วนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิง

ผลการวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี และเป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยส่วนใหญ่เคยเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกในสนามแข่งขันเนื่องจากความชอบในสโมสรที่มีผลงานที่ดี เคยเข้าไปชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกในสนามเนื่องจากต้องการชมบรรยากาศจริงภายในสนาม และเข้าไปชมการแข่งขันกับเพื่อนมากที่สุด ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยบุคลิกภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมภายในสนามแข่ง แบ่งออกได้เป็นปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านด้านกายภาพของนักกีฬาฟุตบอลเช่น รูปร่างของนักกีฬาฟุตบอล หน้าตาของนักกีฬาฟุตบอล และปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านความสามารถของนักกีฬาฟุตบอลเช่น ความสามารถด้านเทคนิคการเล่นฟุตบอล การตัดสินใจของนักฟุตบอลในระหว่างการแข่งขัน

สรุปผลการวิจัย ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านกายภาพและปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านความสามารถของนักกีฬาฟุตบอล มีแนวโน้มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลของผู้ชมเพศหญิงหรืออาจกล่าวได้ว่านักกีฬาฟุตบอลถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เพศหญิงเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

คำสำคัญ : บุคลิกภาพ / การตัดสินใจ / ผู้ชมที่เป็นผู้หญิง/ ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

Corresponding Author : นางสาวศรัทธา อ่อนละมุล คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail : Sriwan.mod@gmail.com



The Factors of Football Players' Personality Affecting on Female Spectators In Making The Decision to Attend Thailand Premier League Football Matches

Sriwan Onlamul and Sarist Gulthawatvichai

Faculty of Sports Science Chulalongkorn University

Abstract

Purpose: This research was conducted to study opinions about personality factors of football players affecting to the female audiences in Thai Premier League football match.

Methods: All the respondents were the women students at the age of 20-30. Most of the example respondent females watched a match within the football field because they were impressed by the best result of their favorite teams, the real atmosphere. They often watched a match with their friends.

Results: The respondents had opinions about personality factors affecting to the female decision for watching Thai Premier League within the football field in 2 ways. Firstly, physical personality of football players. The other is personality skills of football players.

Conclusion: In this research, we found that the factor of physical personality and capability personality factor of the athlete had a tendency to affect the female audience's decision to visit the football match or may be said that football players were the main factor that makes women visit the Thai Premier League football.

Keywords: Personality/ Decision/ Female/ Thai Premier League

บทนำ

สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ได้มีการจัดการแข่งขันลีกฟุตบอลอาชีพสูงสุดหรือไทยพรีเมียร์ลีกขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ต่อมา Asian Football Federation (AFF) ได้มีกฎระเบียบว่าด้วย ความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพที่ได้รับรองว่าเป็นมาตรฐาน ส่งผลให้สมาคมฟุตบอลต้องจัดตั้ง บริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ขึ้นเพื่อดำเนินการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกให้เป็นฟุตบอลอาชีพที่ได้รับมาตรฐานอย่างแท้จริง ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ในปี พ.ศ. 2557 ได้มีจำนวนสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีก ทั้งหมด 18 สโมสร สร้างรายได้รวมที่ 2,146 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 87.04% ของรายได้อุตสาหกรรมกีฬาฟุตบอล โดยเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 ประมาณ 24% 1,705 ล้านบาท (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558)

จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลอาชีพไทยพรีเมียร์ลีกมีแนวโน้มที่จะปรับตัวสูงขึ้นด้วยเช่นกัน จะเห็นได้จากในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้เข้าชมโดยรวม 1,940,378 คน โดยผู้เข้าชมสูงสุดต่อการแข่งขันอยู่ที่ 34,659 คน เฉลี่ยแล้วผู้เข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกต่อวันอยู่ที่ 6,349 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 เฉลี่ยแล้ว 26.2% (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558) แสดงถึงความก้าวหน้าของวงการกีฬาฟุตบอลไทย โดยเทียบกันในอดีตที่กีฬาฟุตบอลไทยมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ผู้ชมส่วนใหญ่มักจะนิยมการรับชมและเชียร์ฟุตบอลต่างประเทศมากกว่ารับชมการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศ อย่างไรก็ตามแม้ว่าในการแข่งขันแต่ละนัดจะมีผู้เข้าชมเฉลี่ยถึงร้อยละ 32% ต่อนัด และมีแนวโน้มที่ตัวเลขดังกล่าวจะเพิ่ม

สูงขึ้น ผลสำรวจยังชี้ให้เห็นว่าผู้เข้าชมภายในสนามส่วนใหญ่นั้นเป็นผู้ชาย (ชัยวัฒน์ ชลานันต์, 2557)

ผลงานที่ผ่านมาของวงการกีฬาฟุตบอลไทย ในปี พ.ศ. 2558 ได้รับความนิยมมากขึ้นอาจเนื่องมาจาก นายเกียรติศักดิ์ เสนาเมือง (โค้ชชีก๊อ) ได้พาทีมชาติไทยเข้าแข่งขัน เอเอฟเอฟซูซูคัพ (AFF) 2016 และได้แชมป์กลับมา จึงทำให้การติดตามชมฟุตบอลไทยได้รับความนิยมมากขึ้น จากเหตุการณ์นี้ส่งผลให้นักฟุตบอลบางคนได้รับความนิยมเป็นจำนวนมาก เช่น ชาริล ชับปุยส์, ชนาธิป สรงกระสินธ์, กวินทร์ ธรรมสัจจานันท์ เป็นต้น ที่ล้วนมีบุคลิกภาพและความสามารถในการเล่นที่ดี ด้วยกระแสความนิยมนี้ ทำให้กีฬาฟุตบอลและนักกีฬาฟุตบอลกลับมาเป็นกระแสนิยมอีกครั้ง ทั้งภายในและภายนอกสนามแข่งขัน (กิตติคุณ บุญเกตุ & ปรีชา วิจิตรธรรมรส, 2556)

ในประเทศไทยจากการสำรวจของไทยรัฐทีวี พ.ศ. 2557 พบว่าผู้เข้าชมภายในสนามได้ให้ความสนใจในกีฬาฟุตบอลและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นแม้ว่าส่วนมากจะเป็นผู้ชาย แต่อีกปัจจัยหนึ่งอาจมาจากการที่มีประชากรเพศหญิง เริ่มให้ความสนใจในกีฬาฟุตบอลและมีความสนใจที่จะเข้าชม เกมการแข่งขัน โดยสังเกตได้จากยอดขายบัตรผ่านประตู หรือจำนวนผู้ชมที่เป็นเพศหญิงตามสนามแข่งขัน และยอดขายสินค้าที่ระลึกประจำแต่ละสโมสรที่มีผู้หญิงเข้าไปจับจ่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดฤดูกาล 2554 ถึง 2556 (ณัฐชา ผาสุข, 2557) หรืออาจกล่าวได้ว่านักกีฬาฟุตบอลไทยได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และได้รับการสนับสนุนจากสุภาพสตรีหรือผู้หญิงมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้ากีฬาหรือบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลของไทยพรีเมียร์ลีก (เรณูภา คุ่มทรัพย์ศิริ, 2553)



แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ชมเพศหญิง สอดคล้องกับในประเทศเยอรมัน และประเทศสหรัฐอเมริกา ที่พบว่าผู้ชมในสนามของเกมเบสบอลและรายการแข่งขันฟุตบอลหญิง ซึ่งแชมป์โลก ประกอบด้วยสุภาพสตรีถึง 25% และร้อยละ 30% ตามลำดับ โดยผู้นำหญิงของประเทศเยอรมนียังได้ให้ความสนใจและความสำคัญ ในกีฬาฟุตบอลเป็นอย่างมากเป็นการส่วนตัว โดยได้เข้ามาชมและเชียร์ฟุตบอลในสนามบ่อยครั้ง (Madalozzo & Berber Villar, 2009)

นอกจากรายได้จากการแข่งขันฟุตบอลที่มีแนวโน้มจะสูงขึ้นจากผู้ชมเพศหญิง ผู้ชมกลุ่มดังกล่าวยังมีความพิเศษจากกลุ่มผู้ชมผู้ชาย ยกตัวอย่างเช่น จากงานวิจัยของ (จิรจิตต์ อรุณสวัสดิ์ & มาลีสบายยิ่ง, 2560) พบว่าผู้หญิงมีแนวโน้มที่มีส่วนช่วยลดความรุนแรงภายในสนามแข่งขันได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อเพศชาย อยู่ต่อหน้าเพศหญิง การเชียร์ที่รุนแรงมีแนวโน้มที่จะลดลง

จากความสำคัญของกลุ่มผู้ชมเพศหญิงดังที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้น หนึ่งในปัจจัยที่มีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้หญิงให้ความสนใจในการเข้าชมกีฬาฟุตบอลภายในสนาม อาจมาจากบุคลิกภาพภายนอกของนักกีฬาฟุตบอล อาทิเช่น รูปร่าง หน้าตา สัดส่วนของร่างกาย ความสูง เป็นต้น ตลอดจนความสามารถและความแข็งแรงของร่างกายนักกีฬาฟุตบอล (Friedman & Förster, 2002) นอกเหนือจากรูปร่างหน้าตา ซึ่งถือเป็นความประทับใจแรกที่โดนใจผู้หญิงแล้ว ผลการศึกษาของมหาวิทยาลัยซูริก ในปี พ.ศ. 2557 พบว่าผู้หญิงให้ความสำคัญกับความสามารถและความแข็งแรงที่เป็นบุคลิกภาพของนักฟุตบอล โดยมีการทดลองให้ผู้หญิงดูภาพนักกีฬาแล้วถามว่า ใครมีเสน่ห์ดึงดูดใจที่สุด ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างจะเลือก

บุคคลที่มีความแข็งแรงและมีบุคลิกภาพของร่างกายที่ดี

ทฤษฎีบุคลิกภาพได้อธิบายถึงพฤติกรรมอันเกิดจากการตัดสินใจในการรับชมกีฬาซึ่งมาจากบุคลิกภาพที่เป็นลักษณะโดยรวม เช่น รูปลักษณ์ทางกาย และลักษณะความสามารถเฉพาะบุคคล ซึ่งทำให้มีลักษณะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ด้วยเหตุนี้บุคลิกภาพจึงมีลักษณะเฉพาะ โดยบุคลิกภาพของนักกีฬาเพศชายที่ส่งผลต่อผู้ชมเพศหญิงจะแสดงออก 2 ด้าน คือ

1. บุคลิกภาพทางด้านกายภาพ (Physical personality) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความแข็งแรงในตัวบุคคลซึ่งอาจส่งผลต่อจิตใจ เช่น รูปร่าง หน้าตา ความสูง น้ำหนัก ทรงผม เป็นต้น (Friedman & Förster, 2002)

2. บุคลิกภาพด้านความสามารถ (Capacity personality) เป็นความสามารถทางด้านสติปัญญา ไหวพริบ การแก้ปัญหาในเหตุการณ์เฉพาะหน้า อันเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล และยังรวมไปถึงความสามารถอันเกิดจากการเรียนรู้ฝึกฝน (Friedman & Förster, 2002)

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยทางบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิง ในการเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้จะช่วยในการเข้าใจกลุ่มผู้ชมฟุตบอลที่เป็นผู้หญิงได้ดียิ่งขึ้น และอาจทำให้แต่ละสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกมีการคำนึงถึงการบริหารจัดการทีมที่ส่งผลให้เกิดกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้หญิงเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกเพิ่มขึ้น และขึ้นชื่อขอรับการรับชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของนักกีฬาฟุตบอลที่มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของผู้ชมเพศหญิง

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นผู้เข้าชมเพศหญิงภายในสนามแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกฤดูกาล 2560 จำนวน 443 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิงในการตัดสินใจเข้าชม ภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก แล้วนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าสถิติโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิงชม

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยออกจากการวิจัย

ผู้เข้าชมเพศหญิงภายในสนามแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และทำการสุ่มแบบบังเอิญในการแจกแบบสอบถาม

เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยออกจากการวิจัย

1. กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ประชาชนเพศหญิงที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก จำนวน 443 คน

2. กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน (Infinite Population) และได้จำนวน 443 คน

3. จัดแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อยโดยใช้เกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงทั้งหมด 6 สโมสร ที่มีผู้เข้าชมจำนวนรวม 100,000 คนต่อฤดูกาลแข่งขันขึ้นไป โดยกลุ่มผู้เข้าชมดังกล่าวคิดเป็น 59% จากจำนวนผู้เข้าชมทั้งหมด 1,940,378 คน จึงได้สโมสรที่มีผู้เข้าชมรวม 100,000 คนต่อสนามขึ้นไป 6 สโมสร

4. เลือกตัวอย่างของแต่ละกลุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้ คือ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแบบสอบถาม (2) ปัจจัยบุคลิกภาพ ด้านกายภาพของนักกีฬาฟุตบอล (3) ปัจจัยบุคลิกภาพด้านความสามารถของนักกีฬาฟุตบอล (4) การตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของผู้เข้าชมเพศหญิง

3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมา เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและเสนอแนะข้อปรับปรุงแก้ไข

4. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเนื้อหาอีกครั้งหนึ่ง

5. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะให้ถูกต้อง

6. นำแบบสอบถามไปทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นและนำผลที่ได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา



7. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม

8. แจกแบบสอบถามไปยังตัวอย่าง

คณะกรรมการจริยธรรม

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการทำวิจัยในมนุษย์จาก คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์การตัดสินใจของผู้เข้าชมโดยแยกข้อมูลพื้นฐาน สถิติที่ใช้ คือ จำนวนความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอล ที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิงสถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 1

การตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิง ในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก	β	Std. Error	t
ปัจจัยบุคลิกภาพด้านกายภาพ (x_1)	.356*	.034	8.376
ปัจจัยบุคลิกภาพด้านความสามารถ (x_2)	.312*	.048	7.354

$R = 0.805$, Adjusted $R^2 = 0.298$, $F = 94.669$ ($p=0.000$)

ค่าระดับนัยสำคัญที่ .05 (* $p < .05$)

จากตารางที่ 1 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในรูปของคะแนนมาตรฐาน ($\beta\beta$) มีค่าเป็นบวก 0.356 ถึง 0.312 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาเรื่องปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอล ที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิงในการตัดสินใจเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าชมเพศหญิง จำนวน 443 คน ผู้เข้าชมเพศหญิงส่วนใหญ่อยู่กลุ่มช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี อันดับสุดท้ายคือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี

2. ปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิงในการตัดสินใจเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ทั้งสองปัจจัยนี้ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิง นักฟุตบอลเป็นสิ่งที่ทำให้เพศหญิงเข้ามาเข้าชมภายในสนามแข่งขัน

3. การทดสอบสมมติฐานตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยบุคลิกภาพทางด้านกายภาพและปัจจัยบุคลิกภาพด้านความสามารถ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ชมเพศหญิงภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 443$)

ของตัวแปรการตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิงในสนามการแข่งขันที่มีค่าทางบวกสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยบุคลิกภาพด้านกายภาพ (x_1)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิงในการตัดสินใจเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกแบ่งการอภิปรายออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ปัจจัยบุคลิกทางด้านกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิงในการเข้าชมในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

ความนิยมในภาพลักษณ์ของนักกีฬาฟุตบอลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อพฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันฟุตบอลไทยของผู้ชมเพศหญิง ได้แก่ รูปร่างของนักกีฬาฟุตบอล หน้าตาของนักกีฬาฟุตบอล สัดส่วนร่างกายของนักกีฬาฟุตบอล และผิวพรรณของนักกีฬาฟุตบอล ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์สโมสรฟุตบอลไทยของ (ชัยวัฒน์ ชลาชนันต์, 2557) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพลักษณ์ในใจของผู้เข้าชมกีฬา หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจ หรืออาจเป็นภาพที่มีต่อบุคคล ก่อให้เกิดขึ้นความประทับใจต่อจิตใจด้วยบุคลิกภาพภายนอกเท่านั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลผู้มีชื่อเสียงของ ยลรวี ได้กล่าวว่า บุคคลที่มีชื่อเสียงโด่งดังจากคุณสมบัติ รูปลักษณ์ภายนอก (Looks) และภาพพจน์ส่วนบุคคล (Personal Image) ทำให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มตลาดเป้าหมาย อาทิ นักแสดง พิธีกร นักร้อง นักกีฬา ฯลฯ (ณัฐชา ผาสุข, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลผู้มีชื่อเสียงของ (ปฐมพล มักประเสริฐ, 2548)

2. ปัจจัยบุคลิกทางด้านความสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าชมเพศหญิงในการเข้าชมในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

Ferreira and Armstrong (2004) ได้พบว่าความสามารถโดยรวมของนักกีฬาฟุตบอล ก่อให้เกิดแฟนคลับหรือแฟนพันธุ์แท้ เกิดการกลับมาชมซ้ำ การแนะนำ บอกต่อในเชิงบวก สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้ชมเพศหญิงที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกด้านความสามารถของนักฟุตบอล

ผลจากการวิจัยยังสนับสนุนแนวคิดของสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ที่ต้องการพัฒนาฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกให้เป็นฟุตบอลอาชีพมากยิ่งขึ้นมีการจัดการในด้านต่างๆ และได้รับความนิยมน้อยลงมากนักฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกมีรายได้ที่สูงขึ้น และยังมีนักฟุตบอลต่างชาติที่เข้ามาเล่นฟุตบอลอาชีพในไทยพรีเมียร์ลีกเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันกันภายในทีมนักฟุตบอลแต่ละคนต้องพัฒนาความสามารถตนเองอยู่เสมอ จึงส่งผลให้นักกีฬาตระหนักถึงความสำคัญในส่วนนี้มากขึ้น และยังสอดคล้องกับ (สำนักวิทยาสาสตร์การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549) ที่ชี้ให้เห็นว่าการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพเป็นการช่วยในการพัฒนานักกีฬาให้มีมาตรฐานการเล่นแบบมืออาชีพและนักกีฬาควรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

การบริหารจัดการปัจจัยด้านต่างๆ และคำนึงถึงปัจจัยบุคลิกภาพของนักกีฬา นอกจากเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าชมภายในสนามแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวนักกีฬาเองและต่อสโมสร ซึ่งนอกจากแฟนประจำสโมสรอยากกลับมาชมซ้ำแล้ว ยังเป็นการดึงดูดให้ผู้ที่เป็กลุ่มประชากรเพศหญิงอยากเข้ามาชมภายในสนามเพิ่มมากขึ้น และบอกต่อส่งผลให้จำนวนผู้เข้าชมภายในสนามเพิ่มขึ้นอีกด้วย



สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาปัจจัยทางบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลที่ส่งผลต่อผู้เข้าชมเพศหญิง ในการเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้จะช่วยในการเข้าใจกลุ่มผู้ชมฟุตบอลที่เป็นผู้หญิงได้ดียิ่งขึ้น และอาจทำให้แต่ละสโมสรในไทยพรีเมียร์ลีกมีการคำนึงถึงการบริหารจัดการทีมที่ส่งผลให้เกิดกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้หญิงเข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกเพิ่มขึ้น และขึ้นชอบการรับชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยบุคลิกภาพของนักกีฬาฟุตบอลมีแนวโน้มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันภายในสนามของผู้เข้าชมเพศหญิง โดยสามารถแบ่งออกได้เป็นบุคลิกภาพทางด้านกายภาพและทางด้านความสามารถ

ข้อเสนอแนะ

บุคลิกภาพของนักฟุตบอลมีแนวโน้มที่จะดึงดูดให้ผู้ชมเพศหญิงเข้ามาชมฟุตบอลในสนามผู้ที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณาให้นักกีฬาเป็นตัวแทนประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อช่วยให้มีผู้คนที่สนใจในการประชาสัมพันธ์มากขึ้นก็จะส่งผลในด้านภาพลักษณ์นักกีฬาทำให้เพศหญิงหันมาสนใจหรือรับชมในกีฬาฟุตบอลเพิ่มมากขึ้น

การตัดสินใจเข้าชมภายในสนามการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก สโมสรฟุตบอลไทย ควรจะมีการสรรหานักฟุตบอลที่มีศักยภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เป็นที่ยื่นชอบของผู้ชมฟุตบอลมาเสริมทีมอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของราคาบัตร และโปรโมชั่นพิเศษสำหรับผู้เข้าชมที่เป็นผู้หญิง สโมสรฟุตบอลไทย ควรจะมีสิทธิพิเศษในการส่งเสริมการขายบัตร หรือเพิ่มช่องทาง และความสะดวกให้ผู้ติดตามรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาล 2560 ในการอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการวิจัย และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างยิ่งที่ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย

บรรณานุกรม

- เรณูภา คุ่มทรัพย์ศิริ. (2553). การรับรู้ด้านนวัตกรรมและการใช้กลุ่มบุคคลมีชื่อเสียงส่งผลต่อความไว้วางใจในตราสินค้าเครื่องสำอางไทยของผู้หญิงวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.
- เอกรงค์ ปั่นพงษ์. (2559). โซเชียลทวิกับโลกทัศน์ใหม่ในการรับชมกีฬาฟุตบอล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 10(2), 1-17.
- กิตติคุณ บุญเกตุ & ปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์. *จันทร์เกษมสาร (Journal of Chandrakasemsarn)*, 38(20).
- กุลเชษฐ์ มงคล. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น (MBA-KKU Journal)*, 6(2), 107-118.
- ข้อมูลจาก : สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *จำนวนผู้เข้าชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก*.
- จิรศักดิ์ อรุณสวัสดิ์ & มลี สบายยิ่ง. (2560). นักฟุตบอลอาชีพอาชีพนักฟุตบอล: เส้นทางสู่การกลายมาเป็นนักฟุตบอลอาชีพ. *วารสารสุนันทามนุษย์กับสังคม Sunandha Journal of Humans & Society*, 2(2), 72.
- ชัยวัฒน์ ชลาชนันต์. (2557). *อิทธิพลภาพลักษณ์ สโมสรฟุตบอลไทยและความนิยมในภาพลักษณ์ นักกีฬาฟุตบอลไทยที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อพฤติกรรมการติดตามรับชมการแข่งขันฟุตบอลไทย*.
- ณวัฒน์ เล่าวัฒพงศ์. (2559). บุคลิกภาพทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้สินค้าของผลิตภัณฑ์ Artistry men ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 2(1), 57-67.
- ณัฐชา ผาสุข. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของผู้ชมฟุตบอล ยามาฮ่าลีก 1. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8*, 1(8).
- ทวีสุข เชี่ยวชาญปรีชากุล. (2557). *การศึกษาการใช้จินตภาพของนักกีฬาคาราเต้โดในประเทศไทย*.
- อัญรัตน์ รัตนกุล. (2546). *การสื่อสารทางการตลาดและการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดชั้นในยี่ห้อว๊าก์ของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร*.
- ปฐมพล มักประเสริฐ. (2548). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านสื่อทางการตลาดส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการบริการอินเทอร์เน็ตทรูออนไลน์*.
- พลากร มะโนรัตน์. (2555). *ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก*.
- ภาชนา สรเพชญ์พิสัย. (2560). *ปัจจัยการพัฒนาสมรรถภาพนักฟุตบอลในตำแหน่งเซนเตอร์แบ็ค ศึกษาประเทศไทย. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8*, 1(8), 2818-2830.



- ภูวดล บัวบางพลู. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างเพศสาขาวิชาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและบุคลิกภาพกับ
แบบการเรียนของนักศึกษาครู. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 11(1), 33-43.
- มานิต เหลาชัย. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสระยะของเอฟซีของ
แฟนคลับ. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8, 1(8), 1897-1906.
- ศิริเพ็ญ เกษตรศิริกุล. (2556). สารเพื่อการโน้มน้าวใจและผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าร่วมธุรกิจขายตรง.
Journal of Public Relations and Advertising, 6(1).
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. **Journal of marketing research**, 347-356.
- Aieophuket, C., Kutintara, I., & Tungtham, N. (2014). Application of analytical hierarchy
process for investigating satisfaction factors in organizing a marathon running event.
HRD JOURNAL, 5(2), 81-91.
- Allport, G. W. (1960). **Personality and social encounter**: Selected essays.
- Altman, R., & Asch, E. (1986). Development of criteria for the classification and reporting of
osteoarthritis: classification of osteoarthritis of the knee. **Arthritis & Rheumatology**,
29(8), 1039-1049.
- Barnard, C. I. (1938). **The functions of the executive**.
- Darley, J., Glucksberg, S., & Kinchla, R. (1991). Psychology (5th de.). NY: **Prentice Hall**.
- Ferreira, M., & Armstrong, K. L. (2004). An Exploratory Examination of Attributes Influencing
Students' Decisions to Attend College Sport Events. **Sport Marketing Quarterly**, 13(4).
- Friedman, R. S., & Förster, J. (2002). The influence of approach and avoidance motor actions
on creative cognition. **Journal of Experimental Social Psychology**, 38(1), 41-55.
- Hamermesh, D. S., & Parker, A. (2005). Beauty in the classroom: Instructors' pulchritude and
putative pedagogical productivity. **Economics of Education Review**, 24(4), 369-376.
- Jindasri, R., & Pocharee, L. (2016). Tourists' Psychological Factors Perception Affecting
the Image of Pra That Phanom in Nakhonphanom Province. **WMS Journal of
Management**, 5(2), 77-97.
- Jiuan Tan, S. (1999). Strategies for reducing consumers' risk aversion in Internet shopping.
Journal of consumer marketing, 16(2), 163-180.
- Leeflang, P. S., & Wittink, D. R. (2009). Building models for marketing decisions:: Past, present
and future. **International journal of research in marketing**, 17(2), 105-126.
- Madalozzo, R., & Berber Villar, R. (2009). Brazilian football: What brings fans to the game?
Journal of Sports Economics, 10(6), 105-126.

- Rossi, M. A., & Urzúa, S. S. (2013). The labor market return to an attractive face: Evidence from a field experiment. **Economics Letters**, **118**(1), 170-172.
- Schofield, J. A. (1983). Performance and attendance at professional team sports. **Journal of Sport Behavior**, **6**(4), 196.
- Steptoe, A. (1991). **Psychological coping**, individual differences and physiological stress responses.
- Walters, C. J., & Hilborn, R. (1978). Ecological optimization and adaptive management. **Annual review of Ecology and Systematics**, **9**(1), 157-188.

Academic
Journal Institute
of Physical Education

