

ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ปัทมทิยา สิงห์คราม^{1*} นลินีวรรณ ประพันธ์² และ ภาณุวัฒน์ ยาวศิริ³

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

Corresponding author e-mail: patantiya1122@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 18 มกราคม 2567

วันที่รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 7 มีนาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 12 มีนาคม 2567

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย และศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและได้ออกแบบเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน จากนักท่องเที่ยวยุโรป 400 คน เก็บข้อมูลจากการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) และวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับร้อยละ 61.1 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับร้อยละ 37.3 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00 และปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติมีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับร้อยละ 62.7 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับร้อยละ 61.9 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .00

คำสำคัญ: ซอฟต์แวร์ทางการกีฬา มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬา การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ

SPORTS SOFT POWER THAT AFFECTS THAILAND SPORTS INDUSTRY VALUE ADDED

Patantiya Singcram^{1*} Nalineewan Praphuntha² and Panuwat Yaosiri³

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Chon Buri Campus

Abstract

The purposes of this research are to study the factors in hosting sports competitions that affect value added in the sports industry in Thailand and to study the factors in supporting national athlete teams that affect value added in the sports industry in Thailand. The researcher reviewed relevant literature and designed a questionnaire instrument. There was a sample size of 400 people. Data were collected using simple random sampling. and analyze the results of the hypothesis testing using the Multiple Regression Analysis test method.

The results of the hypothesis test found that the hosting factor of sports competitions affects value added in the sports industry in Thailand. Statistically significant at the .05 level when considering the results of the multiple regression equation analysis, it was found that the multiple correlation coefficient (R) was equal to 61.1 percents. The Adjusted R Square value was equal to 37.3 percents and the Significant value was equal to .00 and the factor of supporting national athletes' teams has an influence on value added in the sports industry in Thailand. Statistically significant at the .05 level when considering the results of the stepwise multiple regression analysis, it was found that the multiple correlation coefficient (R) was equal to 62.7 percent and the Adjusted R Square value was equal to 61.9 percents and Significant equals 0.00.

Keywords: Sports Soft Power, Sport Industrial Value, Hosting Sports Competitions, Supporting National Athletes

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลักษณะของซอฟต์พาวเวอร์เป็นการใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างผลกระทบทางการทูตในเชิงความรู้สึก การสร้างชื่อเสียงและความเข้าใจระหว่างประเทศ โดยไม่ใช้ความแรงทางทหารหรือการใช้กำลังทางเศรษฐกิจเป็นหลัก (Jun, 2023) ในเชิงการใช้กีฬาซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในสร้างซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬานั้นจะเน้นไปที่การสร้างความเป็นระบบเสมือนในจิตและใจคน การสร้างความสนใจและความเข้าใจ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้ชมกีฬาซอฟต์พาวเวอร์ทางการกีฬาของไทยได้มีการสะท้อนออกมาในหลากหลายบริบทและสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งการแข่งขันทางกีฬาระดับโลก การเป็นเจ้าของการแข่งขันทางกีฬาระดับโลก การแข่งขันโลกที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอื่น ๆ สามารถทำให้ประเทศมีชื่อเสียงและมีอิทธิพลในระดับโลก (Joonoh & Jonathan, 2023)

การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันทางกีฬาระดับนานาชาติมีความสามารถในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศ การช่วยเหลือทีมชาติ การมีผลงานที่ดีในการแข่งขันและการสร้างความเชื่อมั่นในทีมชาติสามารถเพิ่มความประทับใจคนในประเทศนั้น ๆ อีกทั้งประเทศไทยยังการให้ทุนการกีฬา การให้ทุนและ

สนับสนุนการพัฒนากีฬาในประเทศอื่น ๆ สามารถเป็นตัวช่วยในการสร้างมิตรภาพและความเข้าใจ นอกจากนี้การเป็นที่ยอมรับในการพัฒนากีฬายังสามารถทำให้ประเทศเป็นตัวแทนทางกีฬาที่สำคัญในระดับนานาชาติ ซึ่งการใช้ soft power ทางการกีฬาสามารถมีผลกระทบที่ลึกซึ้งและยาวนานในการสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศและการสร้างมิตรภาพในระยะยาว รวมถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (Thanaiudompat, 2023)

ทั้งนี้ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาสามารถสร้างผลกระทบทางลบหรือบวกต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาได้โดยขึ้นอยู่กับวิธีการใช้และการจัดการทรัพยากรทางการกีฬาที่มีอยู่ รวมถึงการบริหารกิจกรรมทางกีฬาในทั้งในด้านของธุรกิจและการท่องเที่ยวด้วย ซอฟต์แวร์ทางการกีฬามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าของอุตสาหกรรมกีฬาทั้งในด้านการโฆษณาและการตลาด (Jun, 2023) ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการโฆษณาและการตลาด การสนับสนุนทีมชาติ การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาหรือการร่วมพันธมิตรกับนักกีฬามีศักยภาพในการสร้างความสนใจจากผู้บริโภคและนำไปสู่การขายในตลาดที่กว้างขึ้น ด้านการท่องเที่ยว ทั้งการแข่งขันกีฬาและเหตุการณ์ทางกีฬาสามารถเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Richard, 2020) การเป็นเจ้าภาพของเหตุการณ์กีฬามีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สปอร์ตแฟนและผู้สนใจทางกีฬาจากที่ประเทศนั้น ๆ ซึ่งเมื่อมีการตลาดและโปรโมทที่เหมาะสมสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อีกด้วย ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศสามารถสร้างงาน ทำให้มีการลงทุนในสถานที่และส่งเสริมพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้การเป็นเจ้าภาพของงานกีฬาสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศในระดับนานาชาติ (Jonathan and Michael, 2016) โดยจะเห็นว่ากระบวนการสร้างซอฟต์แวร์นั้น เป็นลักษณะของการเป็นเจ้าของการแข่งขันทางกีฬา มีความสำคัญในเชิงการดึงดูดผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์ที่เข้าร่วมการแข่งขันกับบรรยากาศและความรู้สึกที่เจ้าภาพมอบให้ รวมถึงการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติให้มีผลงานเป็นที่ประจักษ์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ก่อให้เกิดความชื่นชอบและยอมรับในตัวนักกีฬาที่เป็นสื่อกลางของซอฟต์แวร์ (Joonoh & Jonathan, 2023)

การใช้ซอฟต์แวร์ทางการกีฬาต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรทางกีฬาและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นที่ยอมรับและสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬา โดยต้องอาศัยกระบวนการในการพัฒนาให้เกิดซอฟต์แวร์ที่เข้มแข็ง ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งที่จะศึกษากระบวนการที่จะสร้างและพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการกีฬาที่จะทำให้มูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มสูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬา

กระบวนการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬาเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและแตกต่างกันไปตามบริบทและวัตถุประสงค์ของแต่ละประเทศหรือองค์กรกีฬา อย่างไรก็ตามมี Richard (2020) ได้วิจัยแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนในการสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬา โดยเริ่มที่การพัฒนาและสนับสนุนกีฬาในประเทศ เป็นการ

ลงทุนในการพัฒนากีฬาในประเทศรวมถึงการสนับสนุนนักกีฬา การสร้างสถานที่สำหรับการฝึกซ้อมและการสนับสนุนการแข่งขันที่สามารถช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเข้มแข็งของประเทศ และการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา ซึ่งการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาที่มีชื่อเสียง เช่น การแข่งขันโลก อีเวนต์โอลิมปิก หรือแข่งขันที่มีต้นทุนสูงสุด จึงมีเป้าหมายที่จะสร้างผลตอบแทนเชิงภาพลักษณ์ที่เป็นซอฟต์แวร์ที่สามารถทำให้ประเทศได้รับการสนใจจากสาธารณชนระหว่างประเทศและสื่อมวลชน

การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติ เป็นการสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันที่สร้างความสนใจจากทั่วโลก เช่น ฟุตบอลโลก โอลิมปิกหรือการแข่งขันที่มีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ สามารถเพิ่มความเข้าใจและชื่อเสียง รวมถึงการให้ทุนและสนับสนุนกีฬาที่เป็นที่ยอมรับ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนนักกีฬาหรือการพัฒนาโครงสร้างการกีฬาสามารถช่วยในการสร้างซอฟต์แวร์ และอีกขั้นตอนที่ขาดไม่ได้คือการใช้งานสื่อสาร การใช้สื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศทางด้านกีฬา โปรโมททักษะนักกีฬา บรรยากาศการแข่งขันและความมีชื่อเสียงของทีมชาติ สุดท้ายเป็นการใช้กีฬาเป็นเครื่องมือทางการทูต เป็นการใช้กีฬาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางการทูต การทำสัญญากับประเทศอื่น ๆ ผ่านทางกีฬา และการให้ทุนสนับสนุนในทางการทูต การสร้างซอฟต์แวร์ทางการกีฬาต้องการการวางแผนและการดำเนินงานที่รอบคอบเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ดีในระยะยาว (William and Pawinpon, 2021)

ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พบว่าตัวแปรด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา การสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติและการให้ทุนและสนับสนุนกีฬาที่เป็นที่ยอมรับ เป็นตัวแปรที่มีความแพร่หลายในการศึกษาและยังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมหลักโดยเป็นเหตุที่มีผลเชิงบวกกับระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก (Jonathan & Michael, 2016)

แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬามีความสำคัญมากในประเทศไทยจากมุมมองทั้งเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทำให้เกิดการสร้างรายได้และจัดการทรัพยากรเศรษฐกิจ การสร้างสังคมที่สมดุลและดีในทุกด้าน การสร้างเสถียรภาพทางสังคม การสร้างตัวตนและความมีความเชื่อมโยง และการสร้างทัศนียภาพและชื่อเสียง การขับเคลื่อนมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาของไทยนั้นต้องอาศัยความร่วมมือและการให้ความรู้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน (Simon, et al., 2022)

ซึ่งมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อกีฬาเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย 1) มูลค่าทางเศรษฐกิจทางการกีฬา ที่เกิดจากการลงทุนในการพัฒนานักกีฬา สถานที่ฝึกซ้อม และสถานที่จัดการแข่งขันมีผลทำให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรกีฬาที่ดีขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการทางกีฬาและการสนับสนุนนักกีฬาในระดับตำบลถึงระดับชาติสามารถเสริมสร้างฐานะทางกีฬาในประเทศ 2) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ ที่เกิดจากการเป็นเจ้าภาพของเหตุการณ์กีฬาใหญ่ๆ หรือการแข่งขันระดับนานาชาติ เช่น SEA Games หรือกีฬาที่มีชื่อเสียงอื่น ๆ สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การถ่ายทอดสดและการสปอนเซอร์ (Singcrum & Thanaiudompat, 2023) และ 3) การพัฒนาทางธุรกิจ ทั้งในแง่ของการพัฒนาอุตสาหกรรม แบรนด การตลาดและสปอร์ตทูริสต์ในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนมากขึ้น ซึ่งสร้างโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญในอุตสาหกรรมกีฬา การทำสัญญาและพันธมิตรกับบริษัทแบรนด การตลาดผลิตภัณฑ์กีฬา และการจัดการอีเวนต์ทางกีฬาสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ การเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยต้องการความร่วมมือของทุกฝ่าย เช่น รัฐบาล ภาคเอกชนและสังคมทั้งในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรทางกีฬาและการสนับสนุนทั้งทางการเงินและทางทักษะทางกีฬา (William & Pawinpon, 2021)

ความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬากับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ทางการกีฬาที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนให้กับอุตสาหกรรมกีฬาได้ด้านแรกเป็นเรื่องของ Joonoh and Jonathan (2023) การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามุ่งถึงการรับผิดชอบในการจัดการและสนับสนุนการแข่งขันกีฬาที่มีสถานที่จัดที่อยู่ในบริเวณหรือเขตที่คุณควบคุมหรือครอบครองนี้เป็นบทบาทที่มีความสำคัญทั้งในมิติกีฬาและมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งการจัดทำการแข่งขัน ในลักษณะของการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาเป็นการจัดทำกิจกรรมแข่งขันที่ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการและการดำเนินงานของการแข่งขัน ยังรวมถึงการจัดลำดับและโปรแกรมการแข่งขัน การจัดทำสนามแข่งขัน การจัดระบบการดูแลเจ้าหน้าที่ การจัดการปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและการตรวจสอบความปลอดภัย อีกทั้งยังต้องมีการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเจ้าภาพต้องเตรียมการและจัดทำโครงการที่มีความทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับผู้เข้าร่วมแข่งขัน ผู้ชมและเจ้าหน้าที่รวมถึงการจัดทำพื้นที่สำหรับการแข่งขันและฝึกซ้อม การจัดทำสถานที่พักอาศัย การจัดทำพื้นที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และยังคงดูแลผู้เข้าร่วมแข่งขันที่มีการเดินทางมาจากต่างประเทศหรือภายในประเทศ โดยการจัดทำสถานที่พัก การจัดทำอาหาร การดูแลสุขภาพและการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น (Ashlee, 2019)

ทั้งนี้ยังต้องสร้างประสบการณ์การแข่งขันที่ดีให้กับผู้ชมและผู้เข้าร่วมการแข่งขัน รวมถึงการจัดทำโครงการพิเศษ การจัดการการแสดงสาธิต การจัดทำงานเพื่อเพิ่มความสนุกสนานและการจัดทำกิจกรรมสำหรับครอบครัวและผู้ชม ซึ่งยังต้องอาศัยการเพิ่มความสนใจของสื่อต้องสร้างการติดตามและความสนใจจากสื่อมวลชน การจัดทำงานสำหรับสื่อและการสร้างสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการแข่งขัน ซึ่งการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีผลต่อมิติต่าง ๆ ของกีฬา การท่องเที่ยว ธุรกิจและวัฒนธรรมในที่สุดการจัดการที่ดีในบทบาทนี้จะส่งผลให้งานกีฬามีความสำเร็จและส่งผลต่อพัฒนาภิภาพและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งในการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีความสัมพันธ์กับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและภูมิปัญญาสามารถอธิบายความสัมพันธ์ในด้านของการสร้างรายได้ การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีความสามารถในการสร้างรายได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ อาทิ เช่น บัตรเข้าชม สปอนเซอร์ การถ่ายทอดสดและการจัดการตลาดที่เกี่ยวข้อง รายได้ที่ได้มาจากกีฬาส่วนมากนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในกีฬาและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งการเสริมสร้างท่องเที่ยว กีฬาที่มีชื่อเสียงสามารถสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสนใจในกีฬานั้น ๆ อาจเลือกมีการเดินทางมาเข้าชมการแข่งขัน การสนับสนุนทีมหรือเพื่อร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา อีกทั้งยังส่งผลทางการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ การจัดการแข่งขันทางกีฬาสามารถสร้างมูลค่าทางธุรกิจหลายด้าน ทั้งการขายสิทธิการถ่ายทอด การบริหารจัดการทรัพยากรกีฬา การจัดการตลาดและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล การสนับสนุนที่ดีทำให้นักกีฬามีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาทักษะและมีผลงานที่ดีในการแข่งขัน ท้ายการเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม การเป็นเจ้าภาพของกีฬาสามารถสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมในทุก ๆ มิติ โดยการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำสำหรับผู้ชมและผู้เข้าร่วมงาน (William and Pawinpon, 2021)

ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยซอฟต์แวร์พาวเวอร์ทางการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาดังกล่าวนั้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ทั้งในแง่ของการขยายตัวของความนิยมในตัวนักกีฬาและการขยายตัวของเศรษฐกิจจากความนิยมดังกล่าวเป็นอย่างมากจึงสามารถสรุปได้ว่าการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยตามสมมติฐานที่ 1

Hypothesis 1: การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติกับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

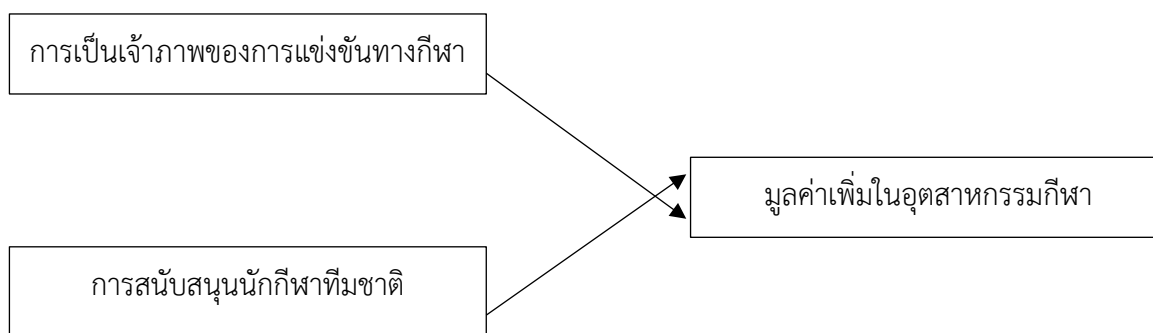
ซอฟต์แวร์ด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติส่งผลกระทบในแง่ของการเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยได้ในหลายด้าน Jonathan and Jeremy (2023) ทั้งการเพิ่มความนิยมและความสนใจจากผู้มีความสนใจในกีฬานั้น ๆ การสนับสนุนทีมชาติทำให้ผู้คนในประเทศไทยมีความสนใจมากขึ้นในกีฬานั้น ๆ และทำให้มีการติดตามและรับชมการแข่งขันระดับนานาชาติมากขึ้นด้วย การเพิ่มความนิยมนี้สามารถแปลเป็นการเข้าชม การซื้อบัตรเข้าชมงานหรือการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีมชาติที่มีการแข่งขัน Richard (2020) อีกทั้งยังเกิดการสร้างโอกาสทางธุรกิจ การมีนักกีฬาทีมชาติที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันระดับโลกสามารถเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีในการตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง นักกีฬาที่มีชื่อเสียงสามารถเป็นการตลาดที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ที่เกี่ยวข้อง

Fumiko (2022) การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติยังส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในแง่การเสริมสร้างทักษะและพัฒนานักกีฬาเป็นการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะของนักกีฬาในประเทศ และนำไปสู่การเป็นนักกีฬามืออาชีพ นอกจากนี้ การเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพสามารถช่วยให้นักกีฬามีประสิทธิภาพมากขึ้นทำให้ชื่อเสียงของอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย มีการศึกษาเพิ่มเติม Ashlee (2019) การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติยังส่งผลต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ในด้านความสำเร็จของทีมชาติในการแข่งขันระดับโลกสามารถเป็นเครื่องมือที่ดีในการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ นอกจากนี้การมีนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จสามารถเป็นแรงบันดาลใจและประทับใจให้กับคนในประเทศ ทำให้เกิดการดึงดูดนักลงทุนความสำเร็จของทีมชาติสามารถเป็นปัจจัยที่ดึงดูดนักลงทุนในอุตสาหกรรมกีฬาการมีนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จสามารถทำให้บริษัทและนักลงทุนสนใจที่จะลงทุนในกีฬาและทีมชาติ

อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการสนับสนุนทีมชาติยังขึ้นอยู่กับการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของกีฬาและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในระยะยาวอีกด้วย ทั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่าการสนับสนุนทีมชาติในการแข่งขันระดับนานาชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยตามสมมติฐานที่ 2

Hypothesis 2: การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแนวการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมชมการแข่งขันและร่วมแข่งขันกีฬา ปี พ.ศ. 2565 (Ministry of Sport and Tourism, 2023) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมชมการแข่งขันและร่วมแข่งขันกีฬา ปี พ.ศ. 2565 โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 กลุ่มตัวอย่าง เพื่อสะดวกในการเก็บข้อมูลจึงกำหนดการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง (Cochran, 1953)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง บทความวิจัย ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างข้อคำถามและกรอบแนวคิดในการวิจัย และกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย
2. การสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อนำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถามเพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องของสำนวนภาษาที่ใช้
3. เมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่จะศึกษาจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ของข้อคำถามและแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Google form และสร้าง QR Code เพื่อสะดวกในการเก็บแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 84 เพศชาย ร้อยละ 16 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มการแข่งขันกีฬาต่อสู้ถึง ร้อยละ 80 เป็นกีฬาฟุตบอลร้อยละ 13 และเป็นชนิดกีฬาอื่น ๆ ร้อยละ 7

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่างตัวแปรการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา กับมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.252	.151		8.286	.000
การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา	.251	.034	.311	7.215	.000
การจัดทำการแข่งขัน	.174	.046	.201	3.814	.000
การจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก	.235	.047	.270	5.090	.000
การจัดการสื่อสาร	.236	.042	.214	3.145	.000

R = .611; R Square = .367; Adjust R Square = .373; Standard Error of The Estimate = .313; Sig = .000; F = 81.789

จากตารางที่ 1 พบว่า การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย เนื่องจาก ค่า sig. เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.611 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.373หมายความว่า แบบจำลองนี้สามารถทำนายตัวแปรตามได้คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬามีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยในรูปแบบคะแนนดิบและในรูปแบบคะแนนมาตรฐานมากที่สุด ตามด้วยด้านการจัดการสื่อสาร ด้านการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการจัดทำการแข่งขันความคิดเห็นโดยมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 0.251, 0.236, 0.235 และ 0.174 และมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.311 0.270 0.214 และ 0.201 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 1.251 + 0.251 (\text{การเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬา}) + 0.174 (\text{การจัดทำการแข่งขัน}) + 0.235 (\text{การจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก}) + 0.236 (\text{การจัดการสื่อสาร})$$

สมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนระหว่างตัวแปรปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติและมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.660	.121		7.232	.000
การสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ	.157	.045	.176	6.215	.000
การเพิ่มความนิยม	.112	.040	.211	4.321	.000
การเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ	.147	.041	.170	4.190	.000
การสร้างโอกาสทางธุรกิจ	.246	.039	.184	3.255	.000

R = .791; R Square = .627; Adjust R Square = .619

Standard Error of The Estimate = 0.255; Sig = .000; F = 93.798

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย เนื่องจาก ค่า sig. เท่ากับ 0.00 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.791 และมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.627 หมายความว่า แบบจำลองนี้สามารถทำนายตัวแปรตามได้คิดเป็นร้อยละ 62.7 และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปร พบว่า ปัจจัยการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย ในรูปแบบคะแนนดิบและในรูปคะแนนมาตรฐานมากที่สุด ด้านการสร้างโอกาสทางธุรกิจ ด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ ด้านการเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ และด้านการเพิ่มความนิยม โดยมีค่าอิทธิพลในรูปแบบคะแนนดิบ เท่ากับ 0.246, 0.157, 0.147 และ 0.112 และมีค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.184, 0.176, 0.170, และ 0.211 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการเป็นเจ้าภาพของการแข่งขันทางกีฬาส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Richard (2020) การเป็นเจ้าภาพของการจัดการแข่งขันกีฬานั้น ทั้งในระดับชาติและนานาชาติจะส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาอย่างมาก เนื่องจากเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่มีกลุ่มผู้เข้าชมกีฬา ผู้จัดกีฬาและผู้มีส่วนร่วมในภาคส่วนต่าง ๆ และจะเห็นได้ว่าการเติบโตของผู้เข้าชมนั้นเกิดจากความนิยมในชนิดกีฬานั้น ๆ Joonoh and Jonathan (2023) พบว่า การสื่อสารที่เป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ จะเป็นกระบวนการหนึ่งของการจัดการแข่งขันที่ต้องสื่อสารให้ผู้ชมได้รับรู้ว่าจะมีการจัดการแข่งขันและสร้างกระแสความนิยมจากการประชาสัมพันธ์ โดยใช้หลักการทางการตลาดมาช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Simon (2022) ที่อธิบายให้เห็นว่าการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยการสื่อสารร่วมด้วย และยังอธิบายเพิ่มเติมอีกว่าการจัดการแข่งขันกีฬานั้น ต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนเป็นการจัดทำโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการรองรับการแข่งขันและการเข้าชมของผู้ชมจำนวนมาก

2. ปัจจัยด้านการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Fumiko (2022) การสนับสนุนนักกีฬาชาตินั้นเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากความนิยมในตัวนักกีฬา ผ่านกระบวนการเสริมสร้างโค้ชและโปรแกรมการฝึกอาชีพ ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมกีฬาโดยรวมมีมูลค่าเพิ่มขึ้น Jonathan and Jeremy (2023) อีกทั้งยังเป็นกระบวนการที่สร้างความนิยมในตัวนักกีฬาทีมชาติ เมื่อความนิยมในตัวนักกีฬาเพิ่มขึ้นก็ทำให้เกิดความนิยมเข้าชมการแข่งขันของนักกีฬาประเภทนั้น ๆ เป็นผลให้การใช้จ่ายในอุตสาหกรรมกีฬาเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับ Agmapisarn et al. (2020) ที่อธิบายว่าการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติในด้านของการสร้างความนิยมในตัวนักกีฬานั้นส่งผลทางตรงกับการขยายตัวของกลุ่มผู้ชมในชนิดกีฬานั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกที่มีอิทธิพลกับมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมกีฬา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในภาคอุตสาหกรรมทางการกีฬานั้น สามารถนำผลการวิจัยด้านซอฟต์แวร์ทั้งในด้านการเป็นเจ้าภาพทางการแข่งขัน ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์และประสบการณ์ในการเข้าชมกีฬาที่ส่งคุณค่าให้กับผู้เข้าชม และการสนับสนุนนักกีฬาทีมชาติ ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างการยอมรับในตัวนักกีฬา

ทำให้อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ให้กับธุรกิจกีฬาในกลุ่มอุตสาหกรรมได้ และอีกทั้งยังเป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกในการนำมาพิจารณาวางแผนกลยุทธ์อีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในวงกว้างควรมีการขยายขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อศึกษาประชากรในกลุ่มที่กว้างขึ้นและสามารถเปรียบเทียบความต้องการและความแตกต่างได้

เอกสารอ้างอิง

- Agmapisarn, C. , Khetjenkarn, S., & Tachochalalai, S. (2020). A Study of Bangkok Street Food Consumption and Its Effects on Consumer Attitude and Behavioral Intention. *Chulalongkorn Business Review*, 42(1), 21-42.
- Ashlee, M. (2019). An examination of women's sport sponsorship: a case study of female Australian Rules football. *Journal of Marketing Management*, 35(17),1644-1666.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Fumiko, T. (2022). Do Sport Sponsorship Announcements Help or Hurt Rival Sponsors' Market Values? Comparing the Stock Returns of Sponsors and Their Rivals in the United States and Japan. *Journal of Advertising Research*, 62(2), 167-175.
- Jonathan, F. & Jeremy, V. (2023). Improving the Generalizability of the Effects of Sport Sponsorship on Brand Awareness: A Longitudinal, Multilevel Perspective. *Sport Marketing Quarterly*, 32(3), 235-245.
- Jonathan, G. & Michael, B. (2016). Of Mechanisms and Myths: Conceptualizing States' "Soft Power" Strategies through Sports Mega-Events. *Diplomacy & Statecraft*, 27(2), 251-272.
- Joonoh, J. & Jonathan, G. (2023). An analysis of Japan's soft power strategies through the prism of sports mega-events. *Sport in Society*, 26(10), 1756-1776.
DOI: 10.1080/17430437.2023.2197398.
- Jun, A. (2023). Soft power is rare in world politics: Ruling out fear- and appetite-based compliance. *Place Branding and Public Diplomacy*. 19(4), 476-486.
- Kotler , P. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ministry of Sport and Tourism. (2022). Statistics on sports tourists traveling to Thailand. Retrieved from <https://www.mots.go.th/news/category/656>.
- Richard, W. (2020). Sport and UK soft power: The case of Mount Everest. *British Journal of Politics & International Relations*, 22(2), 274-292.
- Simon, C., Paul, W. & Nicholas, B. (2022). Soft Power Sports Sponsorship – A Social Network Analysis of a New Sponsorship Form. *Journal of Political Marketing*. 21(2), 196-217.

- Singram, P., & Thanaiudompat, T. (2023). “The Development of a National Sport Event Management Model that Affects the Value Added of the Sport Industry in Thailand,” *Emerging Science Journal*, 7(2), 445-454. Doi: 10.28991/ESJ-2023-07- 02-010
- Thanaiudompat , T. (2023). The Brand Values Development from The Customer’s Perspective in Sports Apparel Business in Thailand. *Interdisciplinary Research Review*, 18(2). Retrieved from <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/jtir/article/view/248712>
- William, J. & Pawinpon, T. (2021). Muay Thai Diplomacy: Thailand’s Soft Power Through Public Diplomacy. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*, 11(1), 99-123.