

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมการแข่งขัน กีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between Motivation and Viewer's Choice towards Bodybuilding Competition of Gen Y in Bangkok

วันที่ได้รับบทความ 4 กันยายน 2565 วันที่แก้ไขเสร็จ 8 พฤศจิกายน
วันที่ตอบรับเผยแพร่ 10 พฤศจิกายน 2565

ณัฐนันท์ อ่อนน้อม*

Nattanun Onnom*

พรพรหม ชมงาม**

Pornprom Chomngam**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมการแข่งขัน
กีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ
1) ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขต
กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y
ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรม

*นักศึกษาปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

*Graduate student, Communication Art Program in Strategic Communications,
Bangkok University Email: nattanun.onnom@bumail.net

**อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**Lecturer Public Relations Department, Faculty of Communication Arts,
Bangkok University Email: pornprom.c@bu.ac.th

การเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย มีอายุช่วงระหว่าง 23 – 39 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 146 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า 1) แรงจูงใจในการเลือกรับชมของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่คือ คุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬาเพาะกาย เนื่องจากมีนักกีฬาที่มีชื่อเสียงที่เข้าร่วมการแข่งขัน 2) การเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกเปิดรับ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารตารางกำหนดการแข่งขันกีฬาเพาะกายผ่านช่องทางออนไลน์ 3) แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: แรงจูงใจ / การเลือกรับชม / การแข่งขันกีฬาเพาะกาย / Gen Y

Abstract

A study of the relationship between motivation and viewer's choice towards bodybuilding competition of Gen Y In Bangkok. The objectives of study are 1) to study the motivation in viewer's choice towards bodybuilding competition 2) to study viewer's choice towards bodybuilding competition of Gen Y 3) to study the relationship between motivation and viewer's choice towards bodybuilding competition of Gen Y In Bangkok.

Samples were 146 who have watched bodybuilding competition, age between 23-39 years and live in Bangkok. The study used questionnaires as a tool for data collection. The data were analyzed by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. The results revealed that 1) the motivation in viewer's choice towards bodybuilding competition of respondents is quality and standard of the competition because there are an athletes participating in the competition 2) For viewer's choice towards bodybuilding competition, the respondents focus on viewer's exposure towards information, schedule of bodybuilding competitions through online channel. 3) There is a significant relationship between motivation and viewer's choice towards bodybuilding competition of Gen Y In Bangkok. at 0.01 level.

Keywords: Motivation / Viewer choice / Bodybuilding Competition / Gen Y

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการ เป็นอีกหนึ่งวงการที่มีการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ช่องทางสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าในวงการกีฬา ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาการกีฬาและนโยบายรัฐบาลตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ทั้งนี้การประกวดเพาะกายกำลังได้รับความสนใจเนื่องจากสมาคมกีฬาเพาะกายและฟิตเนสแห่งประเทศไทยประสบความสำเร็จ ทั้งในเวทีการแข่งขันในประเทศและ

ต่างประเทศ จนสามารถสร้างผลงานให้พบเห็นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการแข่งขันกีฬาเพาะกายมีความโดดเด่นและแตกต่างจากกีฬาประเภทอื่น ๆ โดยเป็นกีฬาที่เน้นการโชว์เรือนร่าง การเสริมสร้างกล้ามเนื้อ การคำนวณสารอาหาร และรวมถึงการฝึกซ้อมยกน้ำหนักกับแรงต้าน เพื่อโชว์ขนาด ความคมชัด และความสวยงามของกล้ามเนื้อที่เสริมสร้างมาบนเวทีการแข่งขัน

กีฬาแข่งขันเพาะกายกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากสมาคมกีฬาเพาะกายและฟิตเนสแห่งประเทศไทยได้พัฒนานักกิจกรรมและโครงการที่หลากหลายมากขึ้น ที่เน้นการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เพื่อดึงเอาคำว่า “เพาะกาย” เข้ามาสู่ในสังคมอย่างเปิดเผย โดยใช้ช่องทางของสื่อเข้ามามีอิทธิพลบทบาทในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจสุขภาพ และการมีร่างกายแข็งแรง ส่งผลทำให้ผู้ชมเริ่มให้ความสนใจการแข่งขันกีฬาเพาะกาย เพราะผู้ชมได้รับรู้ข่าวสารการพัฒนาและความสำเร็จของวงการกีฬาเพาะกายมากขึ้น ทำให้ทางผู้ผลิตจัดงานแข่งขัน และรวมถึงนักกีฬา ต้องปรับรูปแบบการนำเสนอรวมถึงแรงจูงใจในการรับชม เพื่อให้เข้ากับสังคม และดึงดูดขยายฐานกลุ่มผู้ชมให้เข้าถึงการแข่งขันกีฬาเพาะกาย (ประวัติความเป็นมา, 2560) ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสาร เนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกองค์กรหรือหน่วยงานโดยเฉพาะการดำเนินงานในภาคธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว และการมีส่วนร่วมของผู้ชมการแข่งขันกีฬา ซึ่งต้องอาศัยวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อขยายฐานกลุ่มผู้ชมรวมถึงต่อยอดการจัดการแข่งขันกีฬา (สุริยา ประดิษฐ์สถาพร และ ประชัน วัลลิโก, 2558) โดยผู้ชมแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันทั้งด้านสังคม ความสนใจ และสภาพแวดล้อม การตัดสินใจบริโภคหรือบริการ โดยงานวิจัยนี้หยิบยกประเด็นผู้ชมการแข่งขันเพาะกายยุคเจนเอเรชั่น วาย (Generation Y) คนกลุ่มนี้เติบโตในยุคดิจิทัล ที่เต็มไปด้วยการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ต่าง ๆ

และมีสไตล์การใช้ชีวิตที่สมดุล อีกทั้งยังมีความเชื่อมั่นในความคิดตนเองสูง จึงเป็นกลุ่มผู้ชมที่สามารถเข้าถึงข้อมูลของการแข่งขันกีฬาเพาะกายได้มากที่สุด (พุทธธิดา พุทธเจริญ, 2558)

แรงจูงใจเปรียบเสมือนสภาวะหรือแรงผลักดันที่กระตุ้นให้ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายกระทำกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่ดำเนินไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ ซึ่งผู้ชมแต่ละบุคคลย่อมมีระดับแรงจูงใจในการรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายในระดับที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ส่วนตัวและปัจจัยอื่น เช่น เพศ อายุ สภาพแวดล้อม เป็นต้น เนื่องจากผู้ชมกีฬาส่วนใหญ่จะเลือกรับรู้สารหรือข้อความที่ตนเองอยากได้ โดยผ่านสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะผ่านรายการต่าง ๆ ในสื่อกระแสหลัก รายการในสื่อกระแสหลักก็กลายเป็นช่องทางสำคัญของผู้ชมกีฬาในการสัมผัสรับรู้ ในอีกด้านหนึ่ง นักกีฬาหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านกีฬา จะมีหน้าที่เผยแพร่ภาพลักษณ์ส่วนบุคคล คุณลักษณะอาชีพ และคุณสมบัติส่วนบุคคลไปยังผู้ชมกีฬา โดยผ่านช่องทางเหล่านี้ (Liu, 2013) จึงนำมาสู่เหตุผลในการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายที่จะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ชมกีฬาได้ เนื่องจากผู้ชมกีฬาโดยทั่วไปจะมีพฤติกรรมในการเลือกรับชมแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ เช่น ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและแรงจูงใจของผู้ชมกีฬาเอง เพราะผู้ชมแต่ละคนมีวัตถุประสงค์หรือความตั้งใจในการรับประสบการณ์และประโยชน์ที่แตกต่างกัน (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) ซึ่งในการเลือกรับชมกีฬาการแข่งขันเพาะกายของผู้ชม Gen Y ในปัจจุบันประชากรกลุ่มนี้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการแข่งขันกีฬาเพาะกายได้อย่างรวดเร็วมากกว่า Gen อื่น เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี และเมื่อผู้ชม Gen Y สนใจการแข่งขันกีฬาเพาะกายจะตัดสินใจและพิจารณาจากข้อมูลที่ได้รับก่อนตัดสินใจเลือกรับชม อีกทั้งผู้ชม Gen Y ยังเป็นกลุ่มประชากรใหญ่ที่ทั่วโลกให้

ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจ และแนวคิด เพื่อนำมาต่อยอดหรือปรับแก้กิจกรรมให้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้น (นิตยาภรณ์ มงคล, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของแรงจูงใจกับการเลือกรับชมการแข่งขันเพาะกาย จึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นแรงจูงใจที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมที่เกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นประเด็นน่าสนใจที่ควรศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและการเลือกรับชม ว่าในปัจจุบันแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมมีการเข้าถึงเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาเพาะกายเป็นอย่างไร และสามารถนำผลวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการเลือกรับชมของผู้ชมได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งองค์กรผู้ผลิตและผู้ชม นอกจากนั้นผู้วิจัยหวังว่าการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสมาคมกีฬาเพาะกายและฟิตเนสแห่งประเทศไทยได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

สุมเมธ เดียววิศเรศ (2527) กล่าวว่า แรงจูงใจหรือการจูงใจนั้น คือ กระบวนการที่ผู้รับสารถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าให้กระทำการบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย แรงจูงใจทำให้ผู้รับสารเกิดความคาดหวัง ซึ่งสิ่งนั้นอาจจะเป็นสิ่งที่น่าพึงพอใจหรือไม่น่าพึงพอใจก็ได้ ซึ่งหมายความว่า สิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมความต้องการออกมาคือ ความหวัง โดยกระบวนการที่มาช่วยกระตุ้นทำให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมความต้องการและตัวตนออกมานั้น เรียกว่า แรงจูงใจ

แรงจูงใจมีส่วนสำคัญในการส่งผลกระทบต่อจิตใจ เช่น การรับรู้ การมีอำนาจ เจตคติ และการใช้เหตุผล โดยผู้รับสารแต่ละคนจะมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปเรื่องการเปิดรับข่าวสาร และปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจประกอบด้วย ดังนี้ (Samuels, 1984)

1. การฆ่าเวลาหรือรู้สึกเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่มนุษย์มักไม่ชอบอยู่ตามลำพัง จึงมีความพยายามที่จะนำตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่น เพื่อนที่ดีที่สุด คือ สื่อ ที่สามารถเป็นเพื่อน หรือฆ่าเวลาคลายเหงาได้ในขณะที่ไม่รู้ว่าตนเองต้องการกระทำการสิ่งใด ในอีกบางกลุ่มอยู่กับสื่อมากเกินไปจนรู้สึกว่าการได้อยู่กับสื่อเป็นที่พึงพอใจมากกว่าการนำตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่น เพราะว่า สื่อมวลชนไม่ได้สร้างความกดดันแก่ผู้รับสารแต่อย่างใด

2. ความอยากรู้อยากเห็น โดยปกติธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนมักจะมี ความอยากรู้อยากเห็น สื่อมวลชนจึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เข้ามาช่วยคลายความอยากรู้อยากเห็น

และนำเสนอไขข้อสงสัยของมนุษย์ได้ จะสังเกตได้โดยสื่อมวลชนจะนำเสนอข้อมูลสาระข่าวสารที่เป็นเรื่องใกล้ตัวเป็นหลัก เพราะมนุษย์มักให้คนสนใจสิ่งที่ทำให้รู้สึก ว่าเรื่องเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องกับตนเอง

3. ประโยชน์ในการใช้สอย มนุษย์ทุกคนล้วนมีความต้องการและแสวงหาประโยชน์ที่ส่งผลต่อชีวิตตนเอง เมื่อเราต้องการจะกระทำบางสิ่งบางอย่างให้เกิดประโยชน์ แต่เราไม่รู้กระบวนการหรือขั้นตอน สื่อจึงเป็นทางออกตัวช่วยเรื่องด้านความคิด และบรรลุปเป้าหมาย

4. ความบันเทิง มนุษย์ล้วนเจอเรื่องราวต่าง ๆ มากมายในแต่ละวัน ที่อาจส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกที่ส่งผลต่อความเครียด การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาบันเทิงสามารถช่วยสร้างความผ่อนคลายจิตใจแก่ผู้รับสารได้ระดับหนึ่ง

5. ผ่อนคลาย มีส่วนคล้ายคลึงกับหัวข้อความบันเทิง แต่จะแตกต่างกันตรงที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อที่ไม่ใช่เนื้อหาที่มีความบันเทิงอย่างเดียว อาจเป็นเนื้อหาอะไรก็ได้ที่ผู้รับสารต้องการแล้วรู้สึกผ่อนคลาย และทำให้รู้สึกพึงพอใจ

6. ข่าวสาร การดำรงชีวิตในแต่ละวัน จำเป็นที่ต้องเปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้รับสารเสริมสร้างความรู้รอบตัว รู้เท่าทันทุกเหตุการณ์ เพราะ ในหนึ่งวันมีข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นมากมายจากรอบโลก อีกทั้งยังสามารถนำไปแลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสารกับผู้อื่นได้

แรงจูงใจในการรับชมกีฬา

แรงจูงใจในการรับชมกีฬา คือ สภาวะหรือแรงผลักดันภายในจิตใจที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงแรงจูงใจในการรับชมกีฬาในรูปแบบต่าง ๆ ตามความสนใจของตนเอง ทั้งการรับชมกีฬาที่พื้นที่สนามการแข่งขันและการรับชมกีฬาผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ โดยแบ่งประเภทของแรงจูงใจในการรับชมที่ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบ ดังนี้ (Al-Thibiti, 2004)

1. ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา คือ คุณค่าทางสุนทรียภาพของกีฬา ในการวัดระดับของแรงจูงใจ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะของการแข่งขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตาม

2. ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง เป็นการวัดแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการที่จะสัมผัสความแตกต่าง ในชีวิตประจำวันผ่านการรับชมกีฬา โดยมีงานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่า กีฬาเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้คนสามารถหลุดพ้นออกจากความเบื่อหน่าย และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นชั่วขณะหนึ่งได้จริง

3. ด้านกิจกรรมยามว่าง เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการฆ่าเวลาและความเบื่อหน่ายจากการไม่มีสิ่งใดที่ต้องทำ ปัจจุบันพบว่ามีคนจำนวนไม่น้อยที่มาร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เนื่องจากว่างหรือไม่มีอะไรให้ทำ

4. ด้านสังคม คือ แรงจูงใจจากความต้องการที่จะเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเพื่อที่จะได้ใช้เวลากับครอบครัวและเพื่อน เพราะการเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้ใช้เวลาร่วมกับผู้อื่นที่สนใจเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเหมือนกันอย่างเพลิดเพลิน

5. ความบันเทิง คือ ปัจจัยทางแรงจูงใจที่ผู้ติดตามกีฬาส่วนใหญ่ มองว่าเป็นเหตุผลที่พวกเขาเลือกที่จะเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬา แรงจูงใจในด้านความบันเทิงเป็นสิ่งที่แสดงถึงความต้องการของผู้ติดตามกีฬาเพื่อต้องการมีช่วงเวลาที่ดี และสนุกเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศการแข่งขัน

6. ด้านการซึมซับบรรยากาศการแข่งขัน คือ แรงจูงใจที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดความเพลิดเพลินในกิจกรรมด้านกีฬา พบว่ามีคนจำนวนหนึ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมการกีฬาเพียงเพราะความสวยงามของสภาพแวดล้อมของสถานที่แข่งขัน เช่น สนามแข่งขัน เป็นต้น

ดังนั้นจากข้อมูลแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีนี้ในมาตรวัดแบบประเมินค่า 4 คือ มากที่สุด มาก น้อย น้อยที่สุด

ซึ่งจะมีส่วนทำให้รับรู้ถึงแรงจูงใจของผู้รับสารกลุ่ม Gen Y ในการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับชม

ความหมายของการเปิดรับสื่อ ถูกแบ่งออกเป็นระดับของพฤติกรรม คือ ระดับการแสวงหาข้อมูล คือการแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความเหมือนหรือคล้ายกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จากนั้นจะเข้าสู่ระดับการเปิดรับข้อมูล คือ บุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้และสนใจ อีกทั้งหากมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความใส่ใจเป็นพิเศษ และเข้าสู่การเปิดรับประสบการณ์ คือ บุคคลจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ตนเอง (งามภา ฐิติพรรณกุล, 2543)

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ (2537) กล่าวว่า การสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เพราะการสื่อสารนั้นแม้ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง แต่ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในกิจกรรมของตน ที่สำคัญคือเพื่อการอยู่ร่วมกันกับคนในสังคม การสื่อสารจึงนับเป็นพื้นฐานของกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนและมีผู้คนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารยิ่งมีความสำคัญมากเท่านั้น เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคม จะนำมาซึ่งความซับซ้อนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่นอนใจแก่สมาชิกในสังคม ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือให้การแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชน ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดย Defleur and Ball-Rokeach (1996) ได้ขยายแนวความคิดของสิ่งรบกวน ให้เห็นว่าข่าวสารนั้นไม่ได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนสู่ผู้รับสารและเกิดผลได้โดยตรง ทำให้มีผลแตกต่างกันออกไป ได้แก่ ทฤษฎีความแตก

ต่างระหว่างปัจเจกบุคคล, ทฤษฎีทางกลุ่มสังคม และทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม หรือผู้ใกล้ชิดจะมีอิทธิพลต่อผลการรับรู้ข่าวสาร

Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า ในการเปิดรับข่าวสารใดก็ตาม ผู้รับสารหรือผู้ชม จะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์แต่ละบุคคล เช่น ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และแรงจูงใจ ซึ่งกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารในการรับรู้ของผู้ชม มีดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ เป็นขั้นแรกในการเลือกรับช่องทางข้อมูลในการสื่อสารของบุคคลที่จะเลือกเปิดรับสื่อจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ตามความต้องการของผู้รับสาร อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับสารของแต่ละคนนั้นจะแตกต่างกัน

2. การเลือกให้ความสนใจ ผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจแหล่งข่าวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ทางเลือกมักมาจากความคิดเห็น ความสนใจส่วนตัว เป็นต้น เพื่อสนับสนุนทัศนคติความคิดเดิม หลีกเลี่ยงข้อมูลความรู้ที่ไม่สอดคล้องต่อทัศนคติเดิมที่มี เพื่อไม่ให้เกิดความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย เมื่อผู้เปิดรับสารรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ไม่ได้หมายความว่า จะรับรู้ข้อมูลทั้งหมดตามความตั้งใจของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะมนุษย์ทุกคนมีการเลือกรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันตามเนื้อหาที่ให้ความสนใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ และความต้องการ ฉะนั้นมนุษย์อาจตีความหมายเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคล

4. การเลือกจดจำ ผู้เปิดรับสารหรือผู้ชมจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง มักจะลืมและไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วย ข่าวสารที่ผู้ชมเลือกจดจำไว้ มักจะมีเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนทัศนคติ ความคิด ของผู้รับสารแต่ละคนที่มีอยู่

เดิมให้ความชัดเจน มั่นคง และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในบางโอกาส หรือนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับชม แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารถือเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เฉพาะในเรื่องที่ตนเองสนใจเท่านั้น โดยผู้รับสารแต่ละคนจะมีเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป ตามความต้องการ ทักษะคิด ค่านิยม สังคม และประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งทำให้พฤติกรรมการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y แตกต่างกันไป ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะศึกษา การเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร กล่าวคือ ศึกษาถึงแรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

Generations คือการแบ่งกลุ่มประชากรด้วยหลักประชากรของนักเศรษฐศาสตร์ แบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม โดยใช้อายุเป็นเครื่องมือในการแบ่งกลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 Baby Boomer อายุระหว่าง 54-72 ปี กลุ่มที่ 2 Gen X อายุระหว่าง 38-58 ปี กลุ่มที่ 3 Gen Y อายุระหว่าง 21-37 ปี กลุ่มที่ 4 Gen Z อายุระหว่าง 8-20 ปี โดยแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมและการทำความเข้าใจที่ต่างกันไป ซึ่ง Gen Y มีทักษะด้านเทคโนโลยี กีฬาและกิจกรรมต่างๆ ทักษะคิดและมุมมองใหม่ต่อเรื่องเพศ สถานที่ เวลา และระยะทาง เป็นกลุ่มคนรุ่นแรกที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยี เชื่อมั่นในตัวเอง พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และแสวงหาความสำเร็จ อุปสรรคด้านเวลาและสถานที่ไม่มีอิทธิพลต่อคนรุ่นนี้ (ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556)

แนวคิดที่กล่าวมามีส่วนช่วยในการทำความเข้าใจการสื่อสารที่เกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง Gen Y แสดงให้เห็นว่าคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลส่งผลต่อการเลือกรับชม

ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคม ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลุ่ม Gen Y ที่มีอายุช่วงระหว่าง 21-37 ปี เป็นกลุ่มวัยที่กำลังเริ่มทำงาน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงแรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย

สมมติฐานการวิจัย

1. แรงจูงใจในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬามีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

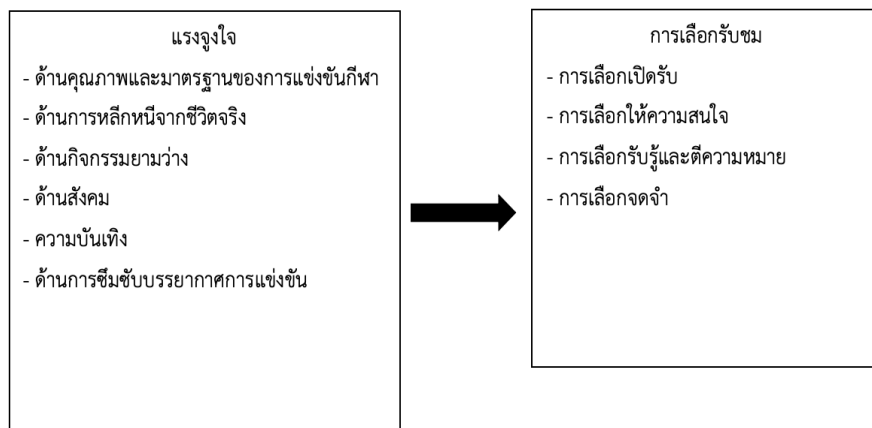
1.3 ด้านกิจกรรมยามว่างมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.6 ด้านการซึมซับบรรยากาศการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of relationship between variables) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 146 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 21-37 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1- β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 3 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

คือ 146 หลังจากนั้น ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-30 พฤศจิกายน 2564 และ 1-30 ธันวาคม 2564 ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2564 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 146 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ใช้วัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2) คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของเจนวาย ได้แก่ (1) ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา (2) ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง (3) ด้านกิจกรรมยามว่าง (4) ด้านสังคม (5) ความบันเทิง และ (6) ด้านการซึมซับบรรยากาศการแข่งขัน และส่วนที่ 3) คำถามเกี่ยวกับด้านการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ได้แก่ 1) การเลือกเปิดรับ (2) การเลือกให้ความสนใจ (3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย และ (4) การเลือกจดจำ ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale 5 ระดับ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.99 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.87 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้ 1) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบนำร่องจากกลุ่มตัวอย่างมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้ Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มของผู้ที่เคยรับการแข่งขันกีฬาทะกาย 2) ตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	78	53.4
หญิง	68	46.6
อายุ 21-25 ปี	104	71.2
26-30 ปี	23	15.8
31-37 ปี	19	13.0
การศึกษา มัธยมศึกษา	8	5.5
อนุปริญญา	3	2.1
ปริญญาตรี	122	83.6
สูงกว่าปริญญาตรี	13	8.9
รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท	8	5.5
5,001 – 10,000 บาท	13	8.9
10,001 – 15,000 บาท	32	21.9
15,001 บาทขึ้นไป	93	63.7

ตารางที่ 1.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 อายุ 21-25 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 รายได้ 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 83.6

ตารางที่ 1.2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย

แรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา	3.96	0.69	มาก
ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง	3.75	0.75	มาก
ด้านกิจกรรมยามว่าง	3.35	0.86	ปานกลาง
ด้านสังคม	3.30	0.92	ปานกลาง
ด้านความบันเทิง	3.76	0.80	มาก
ด้านการสัมผัสบรรยากาศการแข่งขัน	3.94	0.73	มาก

จากตารางที่ 1.2 พบว่า แรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.69) อันดับสอง ด้านการสัมผัสบรรยากาศการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.73) อันดับสาม ความบันเทิง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.80) อันดับสี่ ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.75) อันดับห้า ด้านกิจกรรมยามว่าง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.86) และอันดับสุดท้าย ด้านสังคม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.92)

ตารางที่ 1.3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย

การเลือกรับชมของผู้ชม การแข่งขันกีฬาเพาะกาย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
การเลือกเปิดรับ	3.63	0.89	มาก
การเลือกให้ความสนใจ	3.48	0.98	ปานกลาง
การเลือกรับรู้และ ตีความหมาย	3.59	0.93	มาก
การเลือกจดจำ	3.52	0.87	มาก

จากตารางที่ 1.3 พบว่า การเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การเลือกเปิดรับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.63, S.D. = 0.89) อันดับสอง การเลือกรับรู้และตีความหมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.59, S.D. = 0.93) อันดับสาม การเลือกจดจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.52, S.D. = 0.87) และอันดับสุดท้าย การเลือกให้ความสนใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.48, S.D. = 0.98)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตของกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การเลือก เปิดรับ	การเลือกให้ ความสนใจ	การเลือกรับรู้ และตีความหมาย	การเลือก จดจำ	การเลือก รับชม
แรงจูงใจ	.740**	.734**	.725**	.663**	.809**
ด้านคุณภาพและมาตรฐาน ของการแข่งขันกีฬา	.426**	.344**	.405**	.411**	.446**
ด้านการหลีกเลี่ยงชีวิตจริง	.519**	.475**	.577**	.470**	.577**
ด้านกิจกรรมยามว่าง	.473**	.535**	.466**	.433**	.540**
ด้านสังคม	.658**	.745**	.644**	.621**	.756**
ความบันเทิง	.746**	.719**	.682**	.605**	.778**
ด้านการซึมซับบรรยากาศการ แข่งขัน	.612**	.549**	.590**	.534**	.645**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed)

ตารางที่ 1.4 พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .809^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

แรงจูงใจด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬามีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับปานกลาง ($r = .446^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกเปิดรับ ในระดับปานกลาง ($r = .426^{**}$) การเลือกจดจำ ในระดับปานกลาง ($r = .411^{**}$) การเลือกรับ

รู้และตีความหมาย ในระดับปานกลาง ($r = .405^{**}$) และการเลือกให้ความสนใจ ในระดับปานกลาง ($r = .344^{**}$)

แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .577^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกรับรู้และตีความหมาย ในระดับมาก ($r = .577^{**}$) การเลือกเปิดรับ ในระดับมาก ($r = .519^{**}$) การเลือกให้ความสนใจ ในระดับปานกลาง ($r = .475^{**}$) และการเลือกจดจำ ในระดับปานกลาง ($r = .470^{**}$)

แรงจูงใจด้านกิจกรรมยามว่างมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .540^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกให้ความสนใจ ในระดับมาก ($r = .535^{**}$) การเลือกเปิดรับ ในระดับปานกลาง ($r = .473^{**}$) การเลือกรับรู้และตีความหมาย ในระดับปานกลาง ($r = .466^{**}$) และการเลือกจดจำ ในระดับปานกลาง ($r = .433^{**}$)

แรงจูงใจด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .756^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกให้ความสนใจ ในระดับมาก ($r = .745^{**}$) การเลือกเปิดรับ ในระดับมาก ($r = .658^{**}$) การเลือกรับรู้และตีความหมาย ในระดับมาก ($r = .644^{**}$) และการเลือกจดจำ ในระดับมาก ($r = .621^{**}$)

แรงจูงใจด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .778^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกเปิดรับ ในระดับมาก ($r = .746^{**}$) การเลือกให้

ความสนใจในระดับมาก ($r = .719^{**}$) การเลือกรับรู้และตีความหมายในระดับมาก ($r = .682^{**}$) และการเลือกจดจำในระดับมาก ($r = .605^{**}$)

แรงจูงใจด้านการซึมซับบรรยากาศการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .645^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในภาพย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการเลือกเปิดรับในระดับมาก ($r = .612^{**}$) การเลือกรับรู้และตีความหมาย ในระดับมาก ($r = .590^{**}$) การเลือกให้ความสนใจในระดับมาก ($r = .549^{**}$) และการเลือกจดจำ ในระดับมาก ($r = .534^{**}$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาแรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านของแรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา ด้านการซึมซับบรรยากาศการแข่งขัน ด้านความบันเทิง ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง ด้านกิจกรรมยามว่าง และด้านสังคม พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตของกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา เมื่อพิจารณาผลการศึกษาในรายละเอียด พบว่า คุณค่าทางสุนทรียภาพของกีฬา ในการวัดระดับของแรงจูงใจ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะของการแข่งขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตาม สอดคล้องกับแนวคิดของซูเมอร์เตียวอิเครต (2527) ที่กล่าวว่า การที่ผู้รับสารถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้า ให้กระทำการสิ่งบางอย่างเพื่อให้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย เนื่องจากผู้ชมเกิดแรงจูงใจจากเสน่ห์และ

เอกลักษณ์เฉพาะในการรับชมการแข่งขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจและอยากติดตาม ดังนั้นแรงจูงใจด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬาจึงมีบทบาทสำคัญที่สุดสำหรับการแข่งขันกีฬาเพาะกาย

2. การศึกษาการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาถึงการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าโดยภาพรวมการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตของกรุงเทพมหานคร นั้นมีแนวโน้มการเลือกรับชมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษารายละเอียดของการเลือกรับชมทั้ง 4 ด้าน ประกอบไปด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ

ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย ด้านการเลือกเปิดรับ และเมื่อพิจารณาผลการศึกษาในรายละเอียด พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตของกรุงเทพมหานคร เลือกสนใจในการรับข้อมูลข่าวสารตารางกำหนดการแข่งขันกีฬาเพาะกายผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากความสะดวกรวดเร็วและประโยชน์ในการใช้งาน สามารถอธิบายการตอบสนองนี้ด้วยทฤษฎีของ Klapper (1960) ได้อธิบายไว้ว่า การเลือกเปิดรับเป็นขั้นแรกในการเลือกรับช่องทางข้อมูลในการสื่อสารของบุคคลที่จะเลือกเปิดรับสื่อจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ตามความต้องการของผู้รับสาร อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับสารของแต่ละคนนั้นจะแตกต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจกับพฤติกรรมการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันโดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งประกอบไป

ด้วยองค์ประกอบของแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย Gen Y ในเขตของ กรุงเทพมหานคร ทั้ง 6 ด้าน โดยจำแนกเป็นระดับมาก คือ ด้านความบันเทิง ด้านสังคม ด้านการซึมซับบรรยากาศบรรยากาศการแข่งขัน ด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริง และด้านกิจกรรมยามว่าง และระดับปานกลาง คือ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา ที่มีความสัมพันธ์กันกับพฤติกรรมการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงจากชีวิตจริงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เนื่องจากการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายทำให้เขารู้สึกมีประสบการณ์ใหม่ และเป้าหมายที่ทำให้เขามีความสุขและรู้สึกผ่อนคลายได้ สอดคล้องกับ Samuels (1984) ที่กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนล้วนมีความต้องการและแสวงหาประโยชน์ที่ส่งผลต่อชีวิตตนเอง เมื่อต้องการจะกระทำบางสิ่งบางอย่างให้เกิดประโยชน์ แต่ไม่รู้กระบวนการหรือขั้นตอน สิ่งจึงเป็นทางออกตัวช่วยเรื่องด้านความคิด ซึ่งสอดคล้องกับ งามภา ฐิติพรรณกุล (2543) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองอยากรู้และสนใจ หากมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ และเข้าสู่การเปิดรับประสบการณ์ คือ บุคคลจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการทำบางเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ตนเอง

แรงจูงใจด้านกิจกรรมยามว่างมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เนื่องจากผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย มีแรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย เพื่อต้องการหาเป้าหมายและแรงบันดาลใจให้ตนเองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ จะเป็นความรู้สึกกว้าง เบื่อหน่าย หรือหากิจกรรมทำมาเวลา เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Samuels (1984) ที่กล่าวว่า มนุษย์มักไม่ชอบอยู่ตามลำพัง จึงมีความพยายามที่จะนำตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่น เพื่อนที่ดีที่สุด คือ

สื่อที่สามารถเป็นเพื่อน หรือฆ่าเวลาคลายเหงาได้ในขณะที่ไม่รู้ว่าจะตนเองต้องการทำอะไร ในอีกบางกลุ่มอยู่กับสื่อมากเกินไปจนรู้สึกว่าการได้อยู่กับสื่อเป็นที่พึงพอใจมากกว่าการนำตนเองเข้าไปมีส่วนร่วมกับผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Al-Thibiti (2004) พบว่า มีผู้คนจำนวนไม่น้อยที่เข้ามาเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เนื่องจากว่างหรือไม่มีอะไรให้ทำ

แรงจูงใจด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เนื่องจากแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายด้านสังคมถือว่าเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญ เกี่ยวกับสังคมและครอบครัว เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น ในการผลักดันให้ได้รับสารมีพฤติกรรมและกำหนดทิศทางเป้าหมายของพฤติกรรมในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย สอดคล้องกับ Al-Thibiti (2004) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจที่มาจากความต้องการที่จะเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเพื่อที่จะได้ใช้เวลากับครอบครัวและเพื่อน เพราะการเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเป็นโอกาสที่ดีที่จะได้ใช้เวลาร่วมกับผู้อื่นที่สนใจเข้าร่วมหรือรับชมกิจกรรมทางด้านกีฬาเหมือนกันอย่างเพลิดเพลิน

แรงจูงใจด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เนื่องจากแรงจูงใจที่ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายนั้น มีความต้องการในเรื่องความตื่นเต้น ความบันเทิงใจ และความสนุกสนาน ซึ่งเป็นความพอใจที่ผู้ชมการแข่งขันกีฬาแสวงหาจากการเลือกรับชม เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้สึกของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Al-Thibiti (2004) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นสิ่งที่แสดงถึงความต้องการของผู้ติดตามกีฬาเพื่อต้องการมีช่วงเวลาที่ดีและสนุกเพลิดเพลินไปกับบรรยากาศการแข่งขัน

แรงจูงใจด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬามีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับปานกลาง เนื่องจากแรงจูงใจที่ผู้ชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายนั้น คือ นักกีฬาที่มีชื่อเสียงที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายจึงใจให้รับชม แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารการกีฬาเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้จัดการแข่งขันกีฬา สโมสร นักกีฬา แฟนคลับ และสังคม ซึ่งมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรทางด้านกีฬาเฉพาะกาย นอกจากนี้การตั้งเป้าหมายก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะก่อให้เกิดการสื่อสารการกีฬาที่มีประสิทธิภาพ เช่น เพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับสารในแง่ของภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อกระตุ้นให้เกิดความเชื่อมโยงทางด้านอารมณ์และความรู้สึกระหว่างองค์กรต่อผู้รับสาร ที่ส่งผลต่อการสร้างและรักษฐานผู้ติดตาม สอดคล้องกับ Al-Thibiti (2004) ที่กล่าวว่า คุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬา เป็นคุณค่าทางสุนทรียภาพของกีฬา ในการวัดระดับของแรงจูงใจ ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เกิดจากเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะของการแข่งขัน ทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าติดตาม

แรงจูงใจด้านการชิมชั้บรรยากาศการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายของ Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เนื่องจากแรงจูงใจของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายเลือกรับชม คือสถานที่จัดงานการแข่งขันกีฬาเฉพาะกายมีผลต่อการรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเฉพาะกาย ทั้งนี้ ความสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้จากสื่อ ว่ามีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ ความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยม หรือเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Atkin (1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีเหตุากว้างไกล มีความรู้ เข้าใจในสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศ และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเลือก รับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายด้านคุณภาพและมาตรฐานของการแข่งขันกีฬามาก ที่สุด รองลงมาคือด้านการซึ่มซับบรรยากาศการแข่งขัน สะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายเลือกให้ความสำคัญกับคุณภาพและบรรยากาศสภาพแวดล้อม ของงานแข่งขันเป็นหลัก ดังนั้น กลวิธีในการใช้กระตุ้นแรงจูงใจของผู้ชมให้เลือกรับชม การแข่งขันกีฬาเพาะกายของผู้จัดงานแข่งขันกีฬาเพาะกายต้องเลือกสถานที่และใช้ เภณทัศน์มาตรฐานยกระดับคุณภาพของการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น เพื่อกระตุ้นแรงจูงใจผู้ ชมและเพิ่มจำนวนผู้ชมให้สูงตามไปด้วย

2. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเลือก รับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายด้านสังคมต่ำที่สุด เมื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบแรง จูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายด้านสังคม พบว่า ผู้ชมใช้เวลากับ ครอบครัวในรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายที่มีค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับน้อย สะท้อน ให้เห็นว่า องค์ประกอบดังกล่าวไม่ตรงกับความต้องการของผู้ชมและยังไม่ได้อยู่ใน ระดับที่ผู้ชมเกิดความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ทางผู้จัดงานการแข่งขันกีฬาเพาะกาย ควรพัฒนาและให้ความสำคัญกับองค์ประกอบดังกล่าวมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมมี แรงจูงใจในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายด้านด้านสังคมเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะ ส่งผลให้ผู้ชมมีความถี่ในการเลือกรับชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือก รับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกายระดับอื่น เช่น ระดับทีมชาติ ระดับเยาวชน หรือกีฬาเพาะกายสำหรับคนพิการ เป็นต้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาข้อมูลใน ทุกระดับ

2. ควรมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาอื่น เช่น ฟุตบอล ปิงปอง วอลเลย์บอล กรีฑา ยูโด มวยสากล เป็นต้น เพื่อการนำเสนอข้อมูล และศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมกีฬาในประเทศไทย เพื่อนำกีฬาของประเทศไทยไปสู่สังคมที่กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

3. ควรมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการเลือกรับชมของผู้ชมการแข่งขันกีฬาเพาะกาย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือ รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเนื้อหาที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- งามภา ฐิติพรรณกุล. (2543). *การเปิดรับรายการวไรต์ไชน์ การระลึกถึงตราสินค้า และทัศนคติที่มีต่อป้ายตราสินค้าที่ให้สปอนเซอร์ในรายการวไรต์ไชน์ทางโทรทัศน์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR at Chulalongkorn University. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/4534>
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR at Chulalongkorn University. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64605>
- ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). *แนวความคิดความเป็นมาของเจนเนอเรชั่น*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยาภรณ์ มงคล. (2563, 24 กันยายน). *Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก*. กรมสุขภาพจิต. <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>

ประวัติความเป็นมา. (2560). *สมาคมกีฬาเพาะกายและฟิตเนสแห่งประเทศไทย*.

<https://tbpa.or.th/about-us/>

พุทธธิดา พุทธเจริญ. (2558). อิทธิพลของโฆษณาแฝงผ่านสื่อออนไลน์
 ต่อกลุ่มผู้บริโภค ยุค เจเนอเรชั่น วาย (Generation Y) [สารนิพนธ์
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล]. CMMU Digital Archive.

<https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/368>

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. ขอนแก่นพิมพ์.

สุรียา ประดิษฐ์สถาพร, และ ประชัน วัลลิโก. (2558). การพัฒนาหลักสูตรการสื่อสาร
 การกีฬาในประเทศไทย. *วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 33(1),
 97-118.

สุเมธ เตียววิศเรศ. (2527). *พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา*. รุ่งวัฒนาการพิมพ์.

Al-Thibiti, Y. (2004). *A scale development for sport fan motivation*
 [Doctoral dissertation, Florida State University]. FSU'S
 Digital Repository. [http://purl.flvc.org/fsu/fd/FSU_migr_](http://purl.flvc.org/fsu/fd/FSU_migr_etd-0023)
 etd-0023

Atkin, C. K. (1973). *New model for mass communication resend*.
 The Free Press.

Defleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of mass communi-*
cation. Longman.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication resend*.
 The Free Press.

- Liu, M. H. (2013). *Research on the strategy of China National Rhythmic Gymnastics team athlete media image shaping* [Unpublished master's thesis, Beijing Sport University]. Beijing Sport University.
- Samuels, F. (1984). *Human needs and behavior*. Schenckman.