

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบรายงานผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย



แบบรายงานผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

มหาวิทยาลัยบูรพา

1. ชื่อวิทยานิพนธ์

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ (ภาษาไทย) รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ (ภาษาอังกฤษ) DECISION MAKING MODEL FOR SPONSORSHIP OF TENNIS PROFESSIONAL TOURNAMENT IN THAILAND

2. ชื่อนิติ (นาย,นาง,นางสาว): นายวิจิต อัมอรณย์

หลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา

☒ ภาคปกติ

☐ ภาคพิเศษ

รหัสประจำตัว 48810304

คณะ/วิทยาลัย วิทยาศาสตร์การกีฬา

3. หน่วยงานที่สังกัด:

4. ผลการพิจารณาของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย:

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย ได้พิจารณารายละเอียดวิทยานิพนธ์ เรื่องดังกล่าวข้างต้นแล้ว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ

- 1) การเคารพในศักดิ์ศรี และสิทธิของมนุษย์ที่ใช้เป็นตัวอย่างการวิจัย
- 2) วิธีการที่เหมาะสมในการได้รับความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัย (Informed consent) รวมทั้งการปกป้องสิทธิประโยชน์และรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3) การดำเนินการวิจัยอย่างเหมาะสม เพื่อไม่ก่อความเสียหายต่อสิ่งที่ศึกษาวิจัยไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มีชีวิต หรือไม่มีชีวิต

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มีมติเห็นชอบ ดังนี้

(✓) รับรองโครงการวิจัย

() ไม่รับรอง

5. วันที่ให้การรับรอง:.....๒๗.....เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2552

ลงนาม

(ศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ พันธุ์วัฒนา)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

ลงนาม

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ม่วงมี)

รองอธิการบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ภาคผนวก ข
รายชื่อทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเชี่ยวชาญ (Key Informant)

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สนับสนุน ผู้บริหารภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ หรือเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงหรือระดับกลางที่บริหารงานด้านนโยบาย ทั้งในอดีตและปัจจุบันที่สามารถตัดสินใจให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย จำนวน 4 คน

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1.1 พลเรือเอกบรรณวิทย์ เก่งเรียน | อดีตนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรี
แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ |
| 1.2 นายสกล วรรณพงษ์ | ผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาอาชีพและกีฬามวย
การกีฬาแห่งประเทศไทย |
| 1.3 นายวิเชษฐ ทัพคณากร | ผู้อำนวยการศูนย์กีฬา กรุงเทพมหานคร |
| 1.4 นายปรกฏ ศศิประภา | กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สนับสนุน ผู้บริหารภาคเอกชน ผู้ดำรงตำแหน่ง หรือเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงหรือระดับกลางที่บริหารงานด้านนโยบาย ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ในกลุ่มธุรกิจเครื่องอุปกรณ์กีฬาเทนนิส, ธุรกิจบริการ, สินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มสื่อมวลชนกีฬา ที่มีประสบการณ์งานด้านนโยบายการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร ที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่สามารถตัดสินใจให้การสนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย จำนวน 5 คน

- | | |
|---------------------------------|---|
| 2.1 นายโชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร | ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ไทยทิกเก็ตแมเจอร์ จำกัด |
| 2.2 นายธราวุธ นพจินดา | บรรณานิการหนังสือพิมพ์กอล์ฟไทย
และผู้ประกาศข่าวกีฬา |
| 2.3 นายประสิทธิ์ศักดิ์ ศิลปะไชย | กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปรีนซ์ จำกัด
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี แอล พี
คันทรีคลับ แห่งประเทศไทย จำกัด |
| 2.4 นายศรัณย์ รังคสิริ | รองกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัท ปตท จำกัด
(มหาชน) |
| 2.5 คุณสรายุทธ มหาลิรัตน์ | ผู้จัดการฝ่ายการตลาด สยามสปอร์ต ซินดิเคท
จำกัด (มหาชน) |

3. ผู้จัดการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพ คุณสมบัติ คือ ต้องเคยเป็น หรือเป็นผู้จัดการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพชาย (Tournament of The Association Tennis Professional: ATP) รายการไทยแลนด์โอเพ่น และผู้จัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพหญิง (Tournament of Women Tennis Association: WTA) รายการฟิที่ฟิทยาโอเพ่น หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์บริหารงานลอนเทนนิสสมาคมฯ ด้านนโยบายกีฬาเทนนิสในประเทศไทย ทั้งในอดีตและปัจจุบัน จำนวน 3 คน

- | | |
|------------------------------|---|
| 3.1 นางสาว รัชชยา อนุกุลตชัย | ผู้จัดการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพชาย
(Association Tennis Professional: ATP)
รายการ ฟิ ที่ ไทยแลนด์โอเพ่น |
| 3.2 มร.เจฟฟรี่โร | ผู้จัดการแข่งขันเทนนิสระดับอาชีพหญิง
(Women Tennis Professional Association: WTA)
รายการ ฟิ ที่ ฟิทยา โอเพ่น |
| 3.3 นายอรรถ นานา | ผู้จัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพ และผู้เชี่ยวชาญ
ด้านกีฬาเทนนิส ลอนเทนนิสสมาคม
แห่งประเทศไทยฯ คณะกรรมการลอนเทนนิส
สมาคมแห่งประเทศไทยฯ |

4. ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ เป็นนักวิชาการที่เคยแต่งตำรา ทำวิจัย เขียนบทความ และมีความรู้ ด้านการตลาด การเงิน และการลงทุน การเป็นผู้สนับสนุนกีฬา อย่างน้อยจบและมีการศึกษา ระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 2 คน

- | | |
|----------------------------|--|
| 4.1 ดร.จุฑา ดิงศภัทส์ | อาจารย์ประจำหลักสูตร ดุษฎีบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 4.2 นายวิกรานต์ มงคลจันทร์ | Krung Thai Bank, Assistant Vice President
(AVP) for Card Strategic Department |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

1. นายพรณนพ วงศ์มกลไสย ผู้เชี่ยวชาญการบริหารจัดการและผู้จัดการแข่งขัน
เทนนิสอาชีพ และผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬาเทนนิส
ลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทย ฯ
คณะกรรมการลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยฯ
2. ดร.วิจิต อุ๋อัน อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญการบริหารจัดการ
ผู้อำนวยการวิทยาลัยวิทยาลัย บริหารการจัดการ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
3. นายวิกรานต์ มงคลจักร์ ผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา Krung Thai Bank,
Assistant Vice President (AVP) for Card Strategic
4. นายอนุสรณ์ บางยี่ขัน ผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรม
และกีฬา โรงแรมรามารค์เด็นท์
5. ดร.รวิภา ลาภศิริ นักวิชาการด้านการตลาดอาจารย์สอน
ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
และบัณฑิตวิทยาลัย ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง
ผู้อำนวยการกลุ่มงานมาตรฐานและวิชาการ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จัดประชุมสัมมนา (Connoisseurship) เพื่อพิจารณา ตรวจสอบโมเดล

ผู้บริหารภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ผู้บริหารภาคเอกชน สื่อมวลชน ผู้จัดการแข่งขันกีฬา เทนนิสอาชีพ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเทนนิส และนักวิชาการที่สามารถกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย จำนวน 14 คน

- | | |
|--------------------------------|--|
| 1. นายอรรถ นานา | ผู้จัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพ และผู้เชี่ยวชาญ
ด้านกีฬาเทนนิส ลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยฯ
คณะกรรมการลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยฯ |
| 2. นายโชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร | ผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา ผู้จัดการทั่วไป
บริษัท ไทยทิกเก็ต เมเจอร์ จำกัด |
| 3. นายธราวุธ นพจินดา | บรรณนาธิการหนังสือพิมพ์กอล์ฟไทย
และผู้ประกาศข่าวกีฬา |
| 4. นายประสิทธิ์ศักดิ์ ศิลปะไชย | กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปรีนซ์ จำกัด
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดี แอล พี ดันลือป
แห่งประเทศไทย จำกัด |
| 5. นายสรายุทธ มหวลรัตน์ | ผู้จัดการฝ่ายการตลาด หนังสือพิมพ์สยามกีฬา
(มหาชน) |
| 6. นายวิกรานต์ มงคลจันทร์ | Krung Thai Bank, Assistant Vice President (AVP) f
or Card Strategic Department |
| 7. นายวรชัย ลิ้มพริ้มเพรา | รองประธานชมรมและประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์
ฝ่ายเทคนิคการจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพ (ITF)
ชมรมผู้ปกครองนักเทนนิสแห่งประเทศไทย |
| 8. นายศราวุธ ดิษยวรรณ | ผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด (มหาชน) |
| 9. นายอนุสรณ์ บางยี่ขัน | ผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬา ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรม
และกีฬา โรงแรมรามาร์คเด็นท์ |
| 10. นายอนุพงษ์ แต่ศิลปสาธิต | นักวิชาการกรรมการผู้จัดการเค โอ แอล เน็ด บจก.
และเทนปราง เทรคคิง บจก. |

11. ดร.ปรางทิพย์ ยุวานนท์ ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจการกีฬาและการบันเทิง
12. นายพรรณนพ วงศ์มกลไสย ผู้เชี่ยวชาญการบริหารจัดการและผู้จัดการแข่งขัน
เทนนิสอาชีพ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬาเทนนิส
ลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยฯ
คณะกรรมการลอนเทนนิสสมาคมแห่งประเทศไทยฯ
13. นายลำพอง คาวล้อมจันทร์ คอลัมน์นิสต์ หนังสือพิมพ์กอล์ฟไทย
นักจัดรายการ คลื่นวิทยุ 96.5

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์

(สำเนา)

ที่ ศธ 6616/ ว.132

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

10 มีนาคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อทำการวิจัย
เรียน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1.เค้าโครงงานวิจัย จำนวน 1 ชุด
2.เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วยนายวิจิต อิ่มอารมย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำคุณ
นิพนธ์ เรื่องรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย
ในความควบคุมดูแลของ ผศ.ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอน
การสร้างเครื่องมือเพื่อทำการวิจัย ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัยพิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญ
ในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ
เครื่องมือ เพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็น
อย่างยี่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดีรักษาการแทน คณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตศึกษาและการวิจัย

โทรศัพท์ 0-3810-2060, 0-3839-0045

โทรสาร 0-3839-0045 ผู้วิจัยโทร. 081-564-4100

(สำเนา)

ที่ ศธ 6616/ว.133

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

10 มีนาคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ (Relibility)

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 10 ชุด

ด้วยนายวิจิต อิมอามย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำคุณนิพนธ์ เรื่องรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาทennisอาชีพในประเทศไทย ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารองค์กรด้านธุรกิจ ๆ ที่ให้การสนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพ เพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ (Relibility) โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 14 มีนาคม 2554 ถึง 16 มีนาคม 2554 อนึ่ง โครงการวิจัย นี้ได้ผ่านขั้นตอนการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยของ มหาวิทยาลัยบูรพา เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ)

สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดีรักษาการแทน คณะบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตการศึกษ และการวิจัย

โทรศัพท์ 0-3810-2060 ,0-3839-0045

โทรสาร 0-3839-0045 ผู้วิจัยโทร. 081-564-4100

(สำเนา)

ที่ ศธ 6616/ ว.134

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

10 มีนาคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน ชุด

ด้วยนายวิจิต อิมอารย์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำคุณนิตินิพนธ์ เรื่องรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรด้านประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร หรือการตลาดโดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 17 มีนาคม 2554 ถึง 28 มีนาคม 2554 อนึ่งโครงการวิจัย นี้ได้ผ่านขั้นตอนการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยของมหาวิทยาลัยบูรพา เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ)

สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดีรักษาราชการแทน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตการศึกษ และการวิจัย

โทรศัพท์ 0-3810-2060 ,0-3839-0045

โทรสาร 0-3839-0045 ผู้วิจัยโทร. 081-564-4100

(สำเนา)

ที่ ศร 6616/

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

เมษายน 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่ม
เรียน

ด้วยนายวิจิต อัมอรมย์ นิติระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา ได้รับอนุมัติให้ทำคุณนิพนธ์ เรื่องรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก มีความประสงค์ขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อพิจารณา รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น จากการวิจัยว่าสามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ในการนี้ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จึงขอเชิญท่านเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม ในวันอาทิตย์ที่ 24 เมษายน 2554 ตั้งแต่เวลา 12.00-15.00 น ณ ห้องประชุม 10-507 อาคาร 10 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน กรุงเทพฯ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและขอความอนุเคราะห์ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ลงชื่อ)

สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ)

รองคณบดีรักษาราชการแทน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

ฝ่ายบัณฑิตการศึกษ และการวิจัย

โทรศัพท์ 0-3810-2060 ,0-3839-0045

โทรสาร 0-3839-0045 ผู้วิจัยโทร. 081-564-4100

ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 1 การแนะนำตัวเอง

ผู้วิจัย นายวิจิต อิ่มอารมย์

คณะกรรมการ

ผศ.ดร.สันติพงษ์ ปลั่งสุวรรณ ประธานกรรมการ

ดร. ภัทรพล มหาจันทร์ กรรมการ

ปริญญาคุณฐิบัณฑิต

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

ปีการศึกษา 2551

ส่วนที่ 2 แก่โครงคุณธิพนธ์

ชื่อเรื่อง รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ DECISION MAKING MODEL FOR SPONSORSHIP OF
PROFESSIONAL TENNIS TOURNAMENT IN THAILAND

ความเป็นมาและปัญหา

การจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย มีการจัดการแข่งขัน 2 รายการ รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพชาย พีทีที ไทยแลนด์โอเพ่น และรายการแข่งขันเทนนิสอาชีพหญิง พีทีที พัทธาโอเพ่น เป็นรายการแข่งขันที่รู้จักของคนทั่วโลก เป็นกีฬาสากลหรือกีฬาโลก (สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์, 2550) นักการตลาดจึงมองเห็นกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและรู้จักมากขึ้นอีกทั้งยังเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ที่มาทดแทนหรือมาเสริมการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของการเติบโตของการให้การสนับสนุน (Sponsorship) จากการเติบโตของการให้การสนับสนุน ในอดีตที่ผ่านมาและปัจจุบัน การแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทยเป็นการแข่งขันที่มีผู้สนับสนุนหลากหลาย องค์กรหลายกลุ่มธุรกิจและหลากหลายกลุ่มผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชน เช่น บริษัทดำเนินการธุรกิจทางกีฬาและ บริษัทดำเนินการธุรกิจบริการ เข้ามาเป็น ผู้สนับสนุนการแข่งขันนั้น การที่มีผู้สนับสนุนที่หลากหลายกลุ่มองค์กรธุรกิจ ซึ่งแต่ละองค์กรธุรกิจจะมีวัตถุประสงค์ขององค์กรในการเป็นผู้สนับสนุนที่หลากหลายและแตกต่างกัน ประกอบกับปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ในสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน ที่เปลี่ยนไปองค์กรธุรกิจต่างๆต้องมาพิจารณาเครื่องมือหรือช่องทางการใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายและตรงวัตถุประสงค์หรือมูลค่าเพิ่มขององค์กรมากที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ของการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุน

การจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย เพื่อสร้างรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นรูปแบบให้กับผู้ที่เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสในประเทศไทยในอดีตและในปัจจุบันรวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจในการเข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนต่อไปในอนาคต ได้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาด นักประชาสัมพันธ์ รวมทั้งผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาการใช้ข้อมูลในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์ของการเป็นผู้สนับสนุนและความคุ้มค่าให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และสามารถนำรูปแบบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการนำเสนอขอรับการสนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย และกีฬาชนิดอื่น ๆ และเป็นประโยชน์ทางการศึกษาและการวิจัยในอนาคตต่อไป

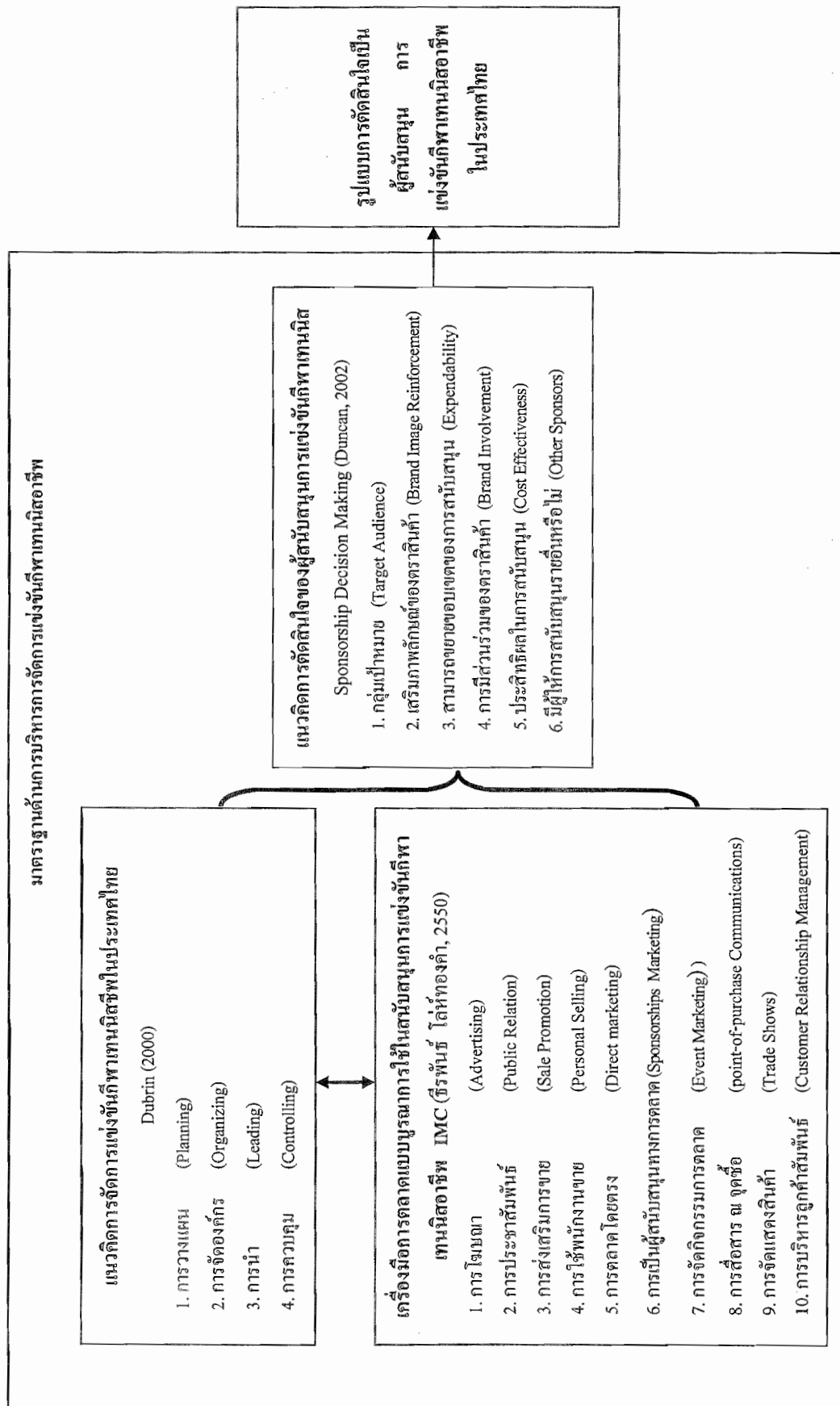
คำถามในการวิจัย

รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง องค์กรประกอบใดบ้าง มีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างไร และมีทิศทางใดภายใต้บริบทขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

สร้างรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

กรอบแนวความคิดการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาทennisอาชีพในประเทศไทย



ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เพื่อการศึกษา สร้างรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน

กีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ ฟิทีที พัททยา โอเพ่น และ ฟิทีที

ไทยแลนด์โอเพ่น

ผู้สัมภาษณ์ นายวิจิต อิมอารมย์

สัมภาษณ์วันที่.....เดือน.....พศ.....สถานที่.....

เวลาสัมภาษณ์ เวลาเริ่มต้น.....น. สิ้นสุดเวลา.....น.

เรื่องที่สัมภาษณ์ รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพ

ในประเทศไทย

ผู้ให้การสัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์

- ☐ ผู้จัดการแข่งขัน
- ☐ ผู้สนับสนุนองค์กรรัฐและรัฐวิสาหกิจ
- ☐ ผู้สนับสนุนองค์กรเอกชน
- ☐ นักวิชาการ

คำถามในการวิจัย

1. ภาพรวมการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ปี 2551 ที่ผ่านมา รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ พีทีที พัทยา โอเพ่นและ พีทีที ไทยแลนด์ โอเพ่น ในด้านผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน เป็นอย่างไร?

.....

.....

.....

.....

1. ปัจจัย หรือเหตุผลของท่านในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ปี 2551 ที่ผ่านมา รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ ท่านมีแนวคิดการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเนื่องจากเหตุผลอะไร?

.....

.....

.....

.....

1.1 กลุ่มเป้าหมาย เป็นปัจจัย หรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันนี้ อย่างไร?

.....

.....

1.2 การเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นปัจจัย หรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันนี้ อย่างไร?

.....

.....

1.3 สามารถขยายขอบเขตของการสนับสนุน เป็นปัจจัย หรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันนี้ อย่างไร?

.....

.....

1.4 การมีส่วนร่วมของตราสินค้า เป็นปัจจัยหรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุน
การจัดการแข่งขันนี้หรือไม่?

1.5 ประสิทธิภาพในการสนับสนุน เป็นปัจจัยหรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัด
การแข่งขันนี้หรือไม่?

1.6 การมีผู้ให้การสนับสนุนรายอื่นหรือไม่ เป็นปัจจัย หรือเหตุผล ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุน
การจัดการแข่งขันนี้หรือไม่?

1.7 ปัจจัย หรือเหตุผลอื่น ๆ นอกเหนือจากผู้วิจัยสอบถาม ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการ
จัดการแข่งขันนี้ที่นอกเหนือจากผู้วิจัยสอบถามอีกหรือไม่

2. ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย
ปี 2551 ที่ผ่านมา รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ พีทีที ไทยแลนด์ โอเพ่น และพีทีที พัทยา โอเพ่น
เครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เหมาะสมองค์กรของท่านหรือไม่ ควรเป็นอย่างไร?

2.1 ด้านการโฆษณา (Advertising)

2.1.1 การวางแผนการจัดการโฆษณา (Advertising) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.1.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การโฆษณา (Advertising) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.1.3 การดำเนินการโฆษณา (Advertising) การจัดการแข่งขันเป็นอย่างไร

2.1.4 การควบคุมและการการประเมิณผลโฆษณา (Advertising) การแข่งขันละสิทธิประโยชน์ เป็นอย่างไร

.....
.....

2.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

2.2.1 การวางแผนการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.2.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.2.3 การดำเนินการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.2.4 การประเมินผลและการควบคุมสิทธิประโยชน์ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

2.3.1 การวางแผน การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.3.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแลการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....
.....

2.3.3 การดำเนินการการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....
.....

2.3.4 การประเมินผลและการควบคุมประสิทธิภาพ การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.4 การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) เป็นอย่างไร?

2.4.1 การวางแผน การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

2.4.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.4.3 การดำเนินการ การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.4.4 การประเมินผลและการควบคุมประสิทธิภาพการตลาดโดยตรง (Direct Marketing) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.5 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นอย่างไร?

2.5.1 การวางแผน การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.5.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.5.3 การดำเนินการ การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.5.4 การประเมินผลผลการควบคุมะสิทธิ์ประโยชน์ การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.6 การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing) เป็นอย่างไร?

2.6.1 การวางแผน การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketin) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.6.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketin) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.6.3 การดำเนินการ การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketin) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.6.4 การประเมินผลผลการควบคุมะสิทธิ์ประโยชน์ การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketin) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.7 การจัดกิจกรรมทางการตลาด (event marketing)เป็นอย่างไร?

2.7.1 การวางแผน การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) การแข่งขันเป็นอย่างไร

2.7.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) เป็นอย่างไร

2.7.3 การดำเนินการ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

2.7.4 การประเมินผลและการควบคุมประสิทธิภาพ การจัดกิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.8 การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase Communications) เป็นอย่างไร?

2.8.1 การวางแผน การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase Communications) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

2.8.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase Communications) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.8.3 การดำเนินการ การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase Communications) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

2.8.4 การประเมินผลและการควบคุมประสิทธิภาพ การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Point-of-purchase Communications) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.9 การจัดงานแสดงสินค้า (trade shows) เป็นอย่างไร?

2.9.1 การวางแผน การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Shows) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

2.9.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การจัดงานแสดงสินค้า (trade shows) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

2.9.3 การดำเนินการ การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Shows) เป็นอย่างไร

.....

.....

2.9.4 การประเมินผลผลการควบคุมะสิทธิประโยชน์ การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Shows) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.10 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เป็นอย่างไร?

2.10.1 การวางแผน การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.10.2 การจัดการผู้รับผิดชอบดูแล การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.10.3 การดำเนินการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) การแข่งขันเป็นอย่างไร

.....

.....

2.10.4 การประเมินผลผลการควบคุมะสิทธิประโยชน์ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) การแข่งขัน เป็นอย่างไร

.....

.....

3. ปัจจัย หรือเหตุผลในการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ ใน 6 ด้าน และการบริหารด้านการใช้เครื่องมือการตลาดและประชาสัมพันธ์ ดังที่ได้กล่าวข้างต้น ของการเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย รายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ ฟิตที ฟัทยา โอเพ่น และฟิตที ไทยแลนด์ โอเพ่น แล้วท่านคิดว่ามีปัจจัยหรือเหตุผลอื่นที่นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์อีกหรือไม่ ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. หากมีการให้การสนับสนุนการแข่งขันการจัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพหญิงในประเทศไทยต่อไป ท่านคิดว่าอะไรคือเหตุผลหรือปัจจัยที่สำคัญ ที่ผู้สนับสนุนให้ความสนใจและตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จบการสัมภาษณ์ กล่าวขอบคุณ

ภาคผนวก จ
แบบสอบถามเชิงปริมาณ

**แบบสอบถามการวิจัย****เรื่อง รูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย**

1. แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นเครื่องมือวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพในประเทศไทย โดยนำเสนอเป็นภาพรวมการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย การตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จึงไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มี 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยการบริหารในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย มี 4 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีตัวเลือก 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารการตลาด IMC (Integrated Marketing communication) ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย มี 10 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีตัวเลือก 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ปัจจัยการตัดสินใจในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทยมี 6 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีตัวเลือก 5 ระดับ

ความหมายของตัวเลือกแบบมาตราส่วนประมาณค่าทั้ง 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความสำคัญการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความสำคัญการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความสำคัญการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณากรอกเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

1. ตำแหน่งปัจจุบัน

- ☐ 1. ผู้บริหารการตลาดหรือฝ่ายสื่อสารองค์กร
- ☐ 2. เจ้าหน้าที่การตลาดหรือฝ่ายสื่อสารองค์กร
- ☐ 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ประเภทองค์กรธุรกิจ

2.1 ประเภทหน่วยงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ

- | | |
|---|---|
| ☐ 2.1.1 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย | ☐ 2.1.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| ☐ 2.1.3 การกีฬาแห่งประเทศไทย | ☐ 2.1.4 กรุงเทพมหานคร |
| ☐ 2.1.5 เมืองพัทยา | ☐ 2.1.6 จังหวัด ชลบุรี |
| ☐ 2.1.7 อบต. จังหวัด ชลบุรี | ☐ 2.1.8 ลอนเทนนิสสมาคมฯ |
| ☐ 2.1.9 อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

2.2. ประเภทองค์กรเอกชนธุรกิจด้านบริการ

- ☐ 2.2.1 บริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน)
- ☐ 2.2.2 โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล จำกัด
- ☐ 2.2.3 โรงพยาบาลปิยะเวท
- ☐ 2.2.4 โรงแรมดุสิตธานี พัทยา
- ☐ 2.2.5 โรงพยาบาลกรุงเทพ พัทยา
- ☐ 2.2.6 การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย
- ☐ 2.2.7 องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย
- ☐ 2.2.8 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2.3 ประเภทองค์กรเอกชนด้านอุปโภคและบริโภค

- ☐ 2.3.1 บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)
- ☐ 2.3.2 บริษัท สิงห์ จำกัด (มหาชน)
- ☐ 2.3.3 บริษัท นิชาดาธานี อินเตอร์เนชั่นแนล กรุ๊ป
- ☐ 2.3.4 บริษัท ไทย เร็นท์ อะ คาร์ จำกัด
- ☐ 2.3.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

2.4 ประเภทองค์กรเอกชนด้านสื่อมวลชน

- | | |
|---|--|
| ☐ 2.4.1 หนังสือพิมพ์ บางกอกโพสต์ | ☐ 2.4.2 หนังสือพิมพ์ สยามกีฬา |
| ☐ 2.4.3 หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ | ☐ 2.4.4 หนังสือ พีโอวี มีเดีย กรุ๊ป |
| ☐ 2.4.5 คลื่นวิทยุ เวอจิน เรดิโอ | ☐ 2.4.6 นิตยสารเกมส์ เซ็ท แมท |
| ☐ 2.4.7 อีซีเอฟเอ็ม 105.5 | ☐ 2.4.8 อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

2.5 องค์กรเอกชนด้านธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกีฬา

- ☐ 2.5.1 บริษัท ดี แอล พี (ประเทศไทย) จำกัด
- ☐ 2.5.2 บริษัทวิลสัน สปอร์ตติ้ง กู๊ดส์ (ประเทศไทย)
- ☐ 2.5.3 บริษัท โยเน็กซ์ จำกัด (Yonex)
- ☐ 2.5.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

3. ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายสื่อสารองค์กร

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ☐ 1. 1-3 ปี | ☐ 2. 3-5 ปี |
| ☐ 3. 5-10 ปี | ☐ 4. 10 ปีขึ้นไป |

4. ระดับการศึกษาและสาขาที่สำเร็จการศึกษา

- ☐ 1.ต่ำกว่าปริญญาตรีสาขา.....
- ☐ 2. ปริญญาตรีสาขา.....
- ☐ 3. ปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโทสาขา.....
- ☐ 4. อื่น ๆ สาขา.....

ตอนที่ 2 ปัจจัยการบริหารในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณากรอเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่ต่อไปยังด้านการจัดการแข่งขันในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ลำดับ	ปัจจัยการบริหารในการจัดแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
1	ปัจจัยด้านการวางแผน 1.1 ผู้จัดมีการวางแผนการจัดการแข่งขันอย่างเป็นระบบนำเสนอให้เห็นถึงวิสัยทัศน์พันธกิจ 1.2 ผู้จัดได้แสดงให้เห็นถึงทรัพยากรที่ใช้ (บุคลากร งบประมาณ วัสดุ การจัดการ) ในการนำแผนไปปฏิบัติได้สำเร็จ 1.3 ผู้จัดมีการนำเสนอให้เห็นถึงกิจกรรมหรือโครงการตามแผนการดำเนินงานทุกขั้นตอน					
2	ปัจจัยด้านการจัดองค์กร 2.1 ผู้จัดมีการนำเสนอให้เห็นถึงโครงสร้างองค์กร (Organization Chart) 2.2 ผู้จัดมีการนำเสนอให้เห็นถึงผังโครงสร้างการบริหารงานของผู้บริหาร (Administrative Chart) ในการกำหนดผู้รับผิดชอบการจัดจำหน่ายตั๋วชมการแข่งขัน 2.3 ผู้จัดมีการกำหนดผู้รับผิดชอบและหน้าที่ในการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้					
3	ปัจจัยด้านการนำ 3.1 ผู้จัดแสดงให้เห็นถึงวิธีการในการนำแผนไปปฏิบัติได้สำเร็จ 3.2 ผู้จัดแสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรที่ใช้ (บุคลากร งบประมาณ วัสดุ การจัดการ) ในการนำแผนไปปฏิบัติได้สำเร็จ 3.3 ผู้จัดมีการนำเสนอให้เห็นถึงการค้าเงินกิจกรรมหรือโครงการตามแผนการดำเนินงานทุกขั้นตอน					

ลำดับ	ปัจจัยการบริหารในการจัดแข่งขันกีฬาทennisอาชีพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
4	ปัจจัยด้านการควบคุม 4.1 ผู้จัดมีการควบคุมการจัดการแข่งขันให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ 4.2 ผู้จัดมีการประเมินผลการจัดการแข่งขันในขณะดำเนินการเพื่อปรับปรุงแก้ไขได้ทันที 4.3 ผู้จัดมีการประเมินผลการจัดการแข่งขันเพื่อการพัฒนาการจัดการแข่งขันต่อไป					

ตอนที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication) IMC ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณากรอกเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาด (Integrated Marketing Communication) IMC

ในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ลำดับ	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการจัดแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ปัจจัยด้านการโฆษณา (Advertising) 1.1 การ โฆษณาการแข่งขันและผู้สนับสนุนผ่านทางโทรทัศน์และสื่อต่างๆ ในประเทศและต่างประเทศ 1.2 การ โฆษณาการแข่งขันและผู้สนับสนุนการแข่งขันทางใบปลิวบอร์ดแบบกลางแจ้ง (Billboard) และสิ่งพิมพ์ต่างๆ 1.3 การ โฆษณาการแข่งขันและผู้สนับสนุนบนป้ายทางพิเศษ ทางเข้าสนามแข่งขัน และบริเวณสนามแข่งขัน					
2	ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) 2.1 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการแข่งขันและผู้สนับสนุนบนคลื่นวิทยุสื่อสารต่างๆ 2.2 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการแข่งขันและผู้สนับสนุนบนทาง WEB SITE 2.3 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลการแข่งขันและผู้สนับสนุนบนสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ					
3	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) 3.1 ผู้จัดเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนมีพื้นที่สำหรับทำกิจกรรม/ขายสินค้าของผู้สนับสนุนก่อนการแข่งขันบริเวณงาน 3.2 ผู้จัดมีการเปิดตัวนักกีฬาหรือการแข่งขันที่มีการใช้สินค้าบริการของผู้สนับสนุนเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย 3.3 ผู้จัดมีการให้ข้อมูลสินค้าบริการของผู้สนับสนุนไปยังผู้บริโภคและผู้เข้าชมการแข่งขันและสื่อในวันแถลงข่าว					

ลำดับ	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการจัดแข่งขันกีฬาทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากสุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยสุด (1)
4	ปัจจัยด้านการใช้พนักงานขาย (Personal Selling) 4.1 ผู้จัดเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนให้พนักงานขาย ณ สถานที่ขาย และบริเวณพื้นที่ที่จัดเตรียมไว้เพื่อให้ลูกค้าโดยตรงระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ 4.2 ผู้จัดให้ผู้สนับสนุนสามารถให้พนักงานขายและทีมงานของผู้สนับสนุนอธิบายรายละเอียดของสินค้า/บริการได้ 4.3 ผู้จัดมีช่วงเวลาพิเศษสำหรับผู้สนับสนุนให้ส่งพนักงานขายพร้อมทีมงานเข้าร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายหรือมอบสินค้า/บริการ ให้ผู้บริโภคและผู้ชมกีฬาได้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์/บริการหรือข้อเสนอแนะการใช้งาน					
5	ปัจจัยด้านการตลาดทางตรง (Direct marketing) 5.1 ผู้จัดแบ่งพื้นที่ทางสื่อและเว็บไซต์เพื่อผู้สนับสนุนได้ประชาสัมพันธ์สินค้า โดยปรากฏเบอร์โทรศัพท์, เว็บไซต์ และอีเมลเพื่อให้ลูกค้าติดต่อกับมายังผู้สนับสนุนโดยตรง 5.2 ผู้จัดอนุญาตให้ผู้สนับสนุนสามารถลงข้อมูลของสินค้า/บริการในหน้าหนังสือคู่มือการจัดการแข่งขัน ด้วยแคตตาล็อกสินค้า และการสั่งซื้อโดยตรงจากหน้าร้านหรือการส่งทางไปรษณีย์ 5.3 ผู้จัดให้บริการจัดส่งบริการข้อความสั้น (SMS; Short Message Service) ถึงผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมาย					

ลำดับ	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการจัดแข่งขันกีฬาทennisอาชีพ	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มาก (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6	ปัจจัยด้านการเป็นผู้สนับสนุนการตลาด (Sponsorships Marketing) 6.1 ผู้จัดมีการจัดกิจกรรมให้ผู้สนับสนุนได้พบกับผู้บริหาร/ลูกค้า/ผู้ชมกีฬาทennis ได้เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ตราสินค้า 6.2 ผู้จัดได้จัดตารางเวลาของนักกีฬาระดับโลก ที่มีชื่อเสียง ให้มีกิจกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของ ไทยร่วมกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้สนับสนุนเก็บเป็นภาพว่าต่อหน้าต่อมมวลชน 6.3 ผู้จัดได้วางแผนให้นักกีฬาทennis ที่มีชื่อเสียงระดับโลกหรือดาราที่มีชื่อเสียงที่มีกิจกรรมพิเศษเพื่อสร้างภาพลักษณ์ผู้สนับสนุนและรายการแข่งขันเทนนิสอาชีพ เช่น การจัดให้นักเทนนิสระดับโลกไปปลูกต้นไม้ที่ป่าชายเลนร่วมกับผู้สนับสนุน					
7	ปัจจัยด้านการจัดกิจกรรม ทางการตลาด(Event Marketing) 7.1 ผู้จัด ได้จัดกิจกรรมนักกีฬาร่วมพิธีเปิดเพื่อสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์การแข่งขัน 7.2 ผู้จัด ได้จัดกิจกรรมพิเศษขึ้นเพื่อขอบคุณผู้ชม/ผู้สนับสนุน/ผู้จัด เช่น นักกีฬาทennis, ผู้จัด, ผู้สนับสนุนร่วมกันจับหมายเลขหางตัวที่หนึ่งระหว่างช่วงพักของการแข่งขันเพื่อแจกของที่ระลึกพร้อมลายเซ็น 7.2 ผู้จัด ได้จัดกิจกรรมการประมูลของที่ระลึกนักกีฬาทennisระดับโลก					

ลำดับ	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการจัดแข่งขันกีฬาทะเลสาหร่าย	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8	การสื่อสาร ณ จุดซื้อ (point-of-purchase communications) 8.1 ผู้จัดให้ผู้สนับสนุนทำการสื่อสารบริเวณจุดรับบัตรเข้าชมการแข่งขันพื้นที่จัดไว้ให้หรือแจกสินค้าตัวอย่างให้กับลูกค้า/ผู้เข้าชม 8.2 ผู้จัดให้ผู้สนับสนุนกำหนดข้อความเพื่อลงบนแผงวงจรวิ่ง/มีดรัมมิตีเรีย/จอโทรทัศน์ ที่แสดงภาพเคลื่อนไหวและโฆษณาแบบสั้น บริเวณจุดรับบัตรและบริเวณรอบสนามแข่งขัน 8.3 ผู้จัดมีโปรแกรมพิเศษสะสมแต้มจากบัตรเครดิต หรือจ่ายเงินสดเมื่อซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขัน โดยหลังจากชำระให้หน้าใบเสร็จ หรือสติ๊กเกอร์ไปแลกดูของเพื่อแลกสินค้าพิเศษ, ร่วมโปรโมชันกับผู้สนับสนุนและผู้จัดการแข่งขัน					
9	การจัดงานแสดงสินค้า (trade shows) 9.1 ผู้จัดเพิ่มจุดการจัดแสดงสินค้าก่อนและระหว่างการจัดการแข่งขันเพื่อดึงดูดผู้ชมใหม่หรือผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าในงานที่เป็นของผู้สนับสนุนให้มากขึ้น 9.2 ผู้จัดเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนได้จัดแสดงสินค้าและกำหนดการรับของสินค้า เช่น เพิ่มช่องทางการส่งของสินค้า/บริการผ่านทาง การจัดแสดงสินค้าบริเวณเคาเตอร์ 9.3 ผู้จัดเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนได้แสดงสินค้าของตนในตู้กระจกหน้างานจัดแสดงสินค้าเพื่อแนะนำสินค้ารุ่นใหม่และทดลองใช้สินค้า					

ลำดับ	ปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการจัดแข่งขันกีฬานานาชาติ ปัจจัยด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (customer relationship management)	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
10	10.1 ผู้จัดมีการจัดศูนย์บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ (call center) เพื่อให้ข้อมูลการแข่งขัน และการบริการอื่นเพื่อสร้างความเข้าใจและการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า 10.2 ผู้จัดมีระบบรักษาความปลอดภัยและที่จอดรถพิเศษสำหรับ ผู้สนับสนุนตลอดจนลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นที่ดีในการเข้าชมการแข่งขัน 10.3 ผู้จัด ได้สร้างทีมงานและพนักงานที่มีทัศนคติที่ดีสำหรับงานบริการและจัดทำฐานข้อมูลเพื่อให้บริการ ให้กับผู้สนับสนุน และฝ่ายจัดการแข่งขัน					

ตอนที่ 4 ปัจจัยการตัดสินใจในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย
คำชี้แจง กรุณากรอกเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับสภาพความคิดเห็นของท่านที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ลำดับ	ปัจจัยการตัดสินใจของผู้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) 1.1 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีผู้ชมและผู้สนใจเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก 1.2 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีนักกีฬาเทนนิสที่มีชื่อเสียงระดับโลกจำนวนมากเข้าร่วมการแข่งขัน 1.3 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีผู้สนับสนุนทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สนใจสนับสนุนการแข่งขันรายการแข่งขัน					
2	ปัจจัยด้านการเสริมภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Image Reinforcement) 2.1 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ เป็นรายการแข่งขันที่ใหญ่เป็นที่รู้จัก สร้างชื่อเสียง และสามารถสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า 2.2 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ เป็นช่องทางทางการสื่อสารครบวงจรไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งง่ายต่อการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้า 2.3 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีความเป็นมืออาชีพของผู้จัดจึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อตราสินค้า					

ลำดับ	ปัจจัยการตัดสินใจขององค์กรในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
3	ปัจจัยด้านความสามารถขยายขอบเขตของการสนับสนุน (Expendability) 3.1 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดการศึกษา ที่ผู้จัดมีความเป็นมืออาชีพทำให้เกิดเครือข่ายที่มีในระดับนานาชาติสามารถขยายขอบเขตการสนับสนุนระดับนานาชาติต่อไป 3.2 การจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพ มีการจัดการแข่งขันตามแผนที่วางไว้ด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพตลอดจนมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับสากล ทำให้ผู้ชมรู้สึกและมั่นใจในการแข่งขันที่มีคุณภาพจนสร้างเครือข่ายในการสนับสนุนเพิ่มมากขึ้นในวงกว้างเป็นประจำทุกปี 3.3 การจัดการแข่งขันเทนนิสอาชีพสามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการจัดการแข่งขันให้กับผู้ชมในสนามและผู้ชมที่ชมผ่านรายการถ่ายทอดสดเป็นผู้จัดการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพ สามารถขยายกลุ่มผู้สนับสนุนในระดับนำของประเทศและสากล					
						

ลำดับ	ปัจจัยการตัดสินใจขององค์กรในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		(5) มากที่สุด	(4) มาก	(3) ปานกลาง	(2) น้อย	(1) น้อยที่สุด
4	ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของตราสินค้า (Brand Involvement) 4.1 การแข่งขันเทนนิสอาชีพมีกิจกรรมต่าง ๆ และสิทธิประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนได้รับอย่างชัดเจน ทำให้ผู้สนับสนุนได้มีส่วนในการสร้างการมีส่วนร่วมของตราสินค้า 4.2 การแข่งขันเทนนิสอาชีพ ได้จัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬาให้ลูกค้า/ผู้บริโภค/ผู้ชมกีฬาได้มีส่วนร่วมของตราสินค้า เช่น ของที่ระลึกที่ปรากฏรูปนักกีฬาเทนนิสระดับโลก, เสื้อผ้ารุ่นพิเศษ (Limited Edition) เพื่อสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้ผู้สนับสนุน 4.3 การแข่งขันเทนนิสอาชีพได้จัดกิจกรรมทางการตลาดที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพระดับโลก ทำให้ผู้สนับสนุนได้มีส่วนร่วมตราสินค้า และสร้างความมีมาตรฐานของสินค้าของตนในระดับที่สูงขึ้นกว่าเดิม หรืออยู่ในระดับสากล					
5	ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการสนับสนุน (Cost Effectiveness) 5.1 การแข่งขันเทนนิสอาชีพเป็น กลยุทธ์ทางการตลาดกีฬาที่ประหยัดต้นทุนและทำให้ผู้สนับสนุนสามารถลดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ของตนตรงกับกลุ่มเป้าหมายและมีกิจกรรมเสริมให้ผู้สนับสนุนเข้าถึงลูกค้า/ผู้บริโภค 5.2 ผู้จัดได้จัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพและมีการปกป้องสิทธิของผู้สนับสนุนของรายการแข่งขันในทุกกรณี 5.3 ผู้จัดได้สร้างการประทุพ ขีดตกลง และเงื่อนไขต่าง ๆ ระหว่างผู้สนับสนุนเพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นกับผู้ให้การสนับสนุน					

ลำดับ	ปัจจัยการตัดสินใจขององค์กรในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพ	ระดับความสำคัญปัจจัยในการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขัน				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9	ปัจจัยด้านการที่ไม่ให้ผู้ให้การสนับสนุนรายอื่น (Other Sponsors)					
	6.1 ผู้จัด มีการพิทักษ์และปกป้องสิทธิให้กับผู้สนับสนุนหลักอย่างเป็นทางการ และกลุ่มผู้สนับสนุนรายย่อย ในการแข่งขันเทนนิสอาชีพ					
	6.2 ผู้จัดมีการลงนามร่วมกันในข้อตกลง (MOU) มีการตรวจสอบว่าเป็น การเป็นผู้สนับสนุนในการแข่งขันเทนนิสอาชีพ					
	6.3 ผู้จัดมีบทลงโทษแก่ผู้ยกเลิกหรือละเมิดสิทธิการจำหน่ายและสถานะสนผลิตภัณฑ์กับให้ผู้สนับสนุนทั้ง ก่อนและระหว่างการแข่งขันอย่างเข้มงวด					

**ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพ
ในประเทศไทย**

คำชี้แจง กรุณาเขียนข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากข้อมูล
ดังกล่าวข้างต้นที่ท่านได้นำเสนอ และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการ
แข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

1.....

.....

.....

2.....

.....

.....

3.....

.....

.....

4.....

.....

.....

5.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการวิจัย

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
จัดประชุมสัมมนา (Connoisseurship) เพื่อพิจารณา ตรวจสอบ โมเดล

**การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อพิจารณารูปแบบการตัดสินใจ
เป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาทennisอาชีพในประเทศไทย
วันอาทิตย์ที่ 24 เมษายน 2554 ณ อาคาร 11 ชั้น 11 มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

1. การเตรียมการห้อง และการจัด ทำ Focus Group



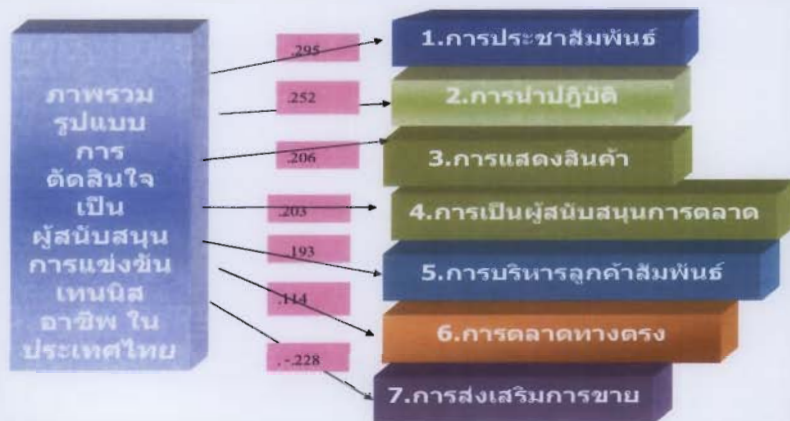
2. ผู้วิจัยแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิ และ เสนอวัตถุประสงค์และพิสัยงานวิจัยที่ผู้วิจัย





คำถาม: ปัจจัยการบริหารและปัจจัยการสื่อสารการตลาด ทั้ง 7 ด้านที่ผู้วิจัยค้นพบ มีความสัมพันธ์กับภาพรวมของการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ดังนั้น ท่านเห็นด้วยหรือไม่ ที่เครื่องมือการสื่อสารการตลาด ดังกล่าวจะเหมาะสมในการเป็นรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย

ร่าง รูปแบบการตัดสินใจในการเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย



ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

ที่ประชุมเห็นด้วยกับโมเดลรูปแบบการตัดสินใจเป็นผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาเทนนิสอาชีพในประเทศไทย ที่เป็นโมเดลทางการวิจัย ที่ผู้วิจัยค้นพบ ในส่วนของ วงกลมที่ได้มานั้น ถ้าเป็นโมเดลทางธุรกิจ ทางการตลาด เห็นควรที่จะต้องเป็นวงกลมแบ่งตามค่าสถิติ และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดทั้ง 7 ประเภท นั้นจะต้องมีรายละเอียดข้างใน ๆ แต่ละชนิดนั้น ๆ และวงกลมดังกล่าวต้องหมุนได้ ดังภาพ

ตารางสรุปผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

Model Summary	ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ	
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X_{14})	เหมาะสม	
การประชาสัมพันธ์ (X_6)	เหมาะสม	
การตลาดโดยตรง (X_9)	เหมาะสม	
การแสดงสินค้า (X_{13})	เหมาะสม	
การส่งเสริมการขาย (X_7)	เหมาะสม	
การเป็นผู้สนับสนุนทางตลาด (X_{10})	เหมาะสม	
การนำ(X_3)	เหมาะสม	
สรุปผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ	เหมาะสม	