



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565

การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

เดอะตะกร้อลีก 2564 / 2565

มีทีมตะกร้อจากทั่วประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขันกว่า 10 ทีม เดอะตะกร้อลีกเป็นลีกการแข่งขันตะกร้อที่แรกทีเดียวในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

กีฬาตะกร้อถือเป็น 1 ใน 2 ประเภทกีฬาประจำชาติ (รวมกีฬามวยไทย) ที่สะท้อนความเป็นรากเหง้าแห่งวัฒนธรรมของชาติและได้รับการตอบรับจากฐานแฟนเป็นอย่างดีจากผู้ชมหลากหลายกลุ่มทั่วประเทศ ตะกร้อเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากขึ้นทุกปีทั้งในด้านจำนวนผู้เข้าแข่งขันและผู้ชม

ในประเทศไทยมีการเล่นตะกร้อเป็นครั้งแรกเมื่อ 18 ปีที่แล้ว และในปี 2562 มีการจัดแข่งขันเดอะตะกร้อลีกขึ้นอีกครั้งและกระจายการแข่งขันไปตามสนามแข่งขันทั่วประเทศ เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ไปจนถึงเดือนกันยายน นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดการแข่งขันผ่านสื่อพันธมิตร ได้แก่ โมโน บีอีซีเทโร และอีเอสพีเอ็น เอเชีย

เดอะตะกร้อลีก ดำเนินการโดยบริษัท สปอร์ต เซ็ท จำกัด ในนามของสมาคมกีฬาตะกร้อแห่งประเทศไทย และการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ภายใต้การสนับสนุนของบริษัท มารารอน (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตอุปกรณ์กีฬาและลูกตะกร้อโยสังเคราะห์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจในการมีส่วนร่วมกับการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก ซึ่งรวมถึง ผู้สนับสนุนหลัก ผู้สนับสนุนการนำเสนอสื่อพันธมิตร อย่างเป็นทางการ ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ ตลอดจนผู้สนับสนุนการถ่ายทอดและสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ

ข้อมูลโดยสังเขปเกี่ยวกับเดอะตะกร้อลีก

ยอดวิว
170,000+
วิวต่อวัน

10 มีตัวแทนนักกีฬาจาก 10
สัญชาติในลีก

10
ทีม

90
นัดการแข่งขัน

18 MATCH
DAYS
วันแข่งขัน 18 วัน

ระบบคัดตัวผู้เล่น

ถือเป็นลีกการแข่งขันลีกแรกที่มีระบบคัดตัวผู้เล่นมาใช้ในการเลือกผู้เล่นเข้าทีม ซึ่งจะทำได้แต่ละทีมที่ผู้เล่นที่มีทักษะสอดคล้องกัน ลดความได้เปรียบหรือเสียเปรียบระหว่างทีมลง เพื่อให้ทีมที่มีทุนทรัพย์น้อยกว่าสามารถแข่งขันกับทีมที่มีทุนทรัพย์มากกว่าได้อย่างยุติธรรมมากขึ้น
หมายเหตุ: เดอะตะกร้อลีก วางแผนที่จะเพิ่มจำนวนทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันเป็น 12 ทีมและจัดวันแข่งขันทั้งหมด 22 วัน



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

แพ็คเกจสำหรับการสนับสนุน

เดอะตะกร้อลีก ได้พัฒนาแพ็คเกจการสนับสนุนทางธุรกิจและการเป็นพันธมิตรทางการตลาดที่สอดคล้องกับระดับความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนี้

เดอะตะกร้อลีก

ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอ

ผู้สนับสนุนหลักพร้อมสิทธิในการตั้งชื่อเดอะตะกร้อลีก จำนวน 1 ราย
ผู้สนับสนุนการนำเสนอพร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อเดอะตะกร้อลีก จำนวน 1 ราย

ระดับที่ 2: พันธมิตรลีกอย่างเป็นทางการ

พันธมิตรลีกอย่างเป็นทางการจากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน จำนวน 6 ราย

TIER 3: OFFICIAL LEAGUE SUPPLIER PARTNERS

ผู้จัดหาสินค้าและบริการของลีกอย่างเป็นทางการจากธุรกิจที่แตกต่างกันเพื่อสนับสนุนสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก จำนวนไม่เกิน 10 ราย จากหมวดธุรกิจต่อไปนี้

สายการบิน	เสื้อผ้า	การจัดหางาน
ยานยนต์	ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ	เครื่องมือกีฬาและเครื่องมือปลอดแอลกอฮอล์
ธนาคารและบริการทางการเงิน	แหล่งท่องเที่ยว	ผู้จำหน่ายตั๋ว
เบียร์	โทรคมนาคม	การท่องเที่ยวและการเดินทาง

ระดับที่ 3: ผู้สนับสนุนการถ่ายทอดการแข่งขันและสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ

ผู้สนับสนุนการถ่ายทอดการแข่งขันและสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ เพื่อนำเสนอข่าวแข่งขันผ่านสื่อโทรทัศน์ (ถ่ายทอดสด)/วิทยุ/สิ่งพิมพ์/สื่อออนไลน์/สื่อสังคม จำนวนไม่เกิน 10 ราย

สำหรับสโมสรตะกร้อโดยเฉพาะ

สโมสรตะกร้อสามารถติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลแพ็คเกจพิเศษสำหรับการสนับสนุนทางธุรกิจและการเป็นพันธมิตรทางการตลาดได้

ผู้สนับสนุน

ผู้สนับสนุนปัจจุบันและผู้สนับสนุนเดิมของลีก ได้แก่





เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

เดอะตะกร้อลีก

รายชื่อสโมสร

- สโมสรตะกร้ออำนาจเจริญ
- สโมสรตะกร้อมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- สโมสรตะกร้อชลบุรี - เกาะจันทร์แคมป์
- สโมสรตะกร้อกาฬสินธุ์
- สโมสรตะกร้อนครปฐม
- สโมสรตะกร้อพิษณุโลก ไกรสร ราชสีห์
- สโมสรตะกร้อแพร่
- สโมสรตะกร้อปทุมธานี
- สโมสรตะกร้อราชบุรี
- สโมสรตะกร้อจังหวัดศรีสะเกษ



แฟนกีฬาและชุมชน

เดอะตะกร้อลีกมีฐานผู้ชมประมาณ 500-1,000 คน โดยทั้ง 10 สโมสรจะสลับลงแข่งขันนัดเหย้า 9 นัด และนัดเยือนอีก 9 นัดตลอดฤดูกาล รวมวันแข่งขันทั้งหมด 18 วัน

เดอะตะกร้อลีกดำเนินกิจกรรมร่วมกับชุมชนตลอดเวลา ผ่านโครงการเพื่อสังคมที่หลากหลาย ดังนี้

- คลินิกเดอะตะกร้อลีก - สำหรับนักเรียน
- การฝึกซ้อม - กับไอคอลลีกกีฬาตะกร้อ
- ตะกร้อสำหรับทุกคน - สำหรับผู้พิการ เด็กเล็ก และวัยรุ่น

อะคาเดมี่

เดอะตะกร้อลีกอะคาเดมี่จัดฝึกซ้อมให้กับเด็กทุกรุ่นอายุ ตั้งแต่ U8 - U19

สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล ฟูล (เช้าก ฮัส เอเซีย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด

ดำเนินการโดย บริษัท สปอร์ต เอ็ก จำกัด ในนามของสมาคมกีฬาตะกร้อแห่งประเทศไทย และการ์กีฬาแห่งประเทศไทย

ภายใต้การสนับสนุนของ บริษัท มาราดอน (ประเทศไทย) จำกัด





เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?

การร่วมสนับสนุนการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก ผู้สนับสนุนและพันธมิตรจะได้รับโอกาสในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการในบริบทที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เข้าไปอยู่ในห่วงการรับรู้ความรู้สึกของแฟนกีฬาและเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์ไปในตัว

การสนับสนุนกีฬาสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจได้ บุคลากรที่ทำงานให้กับองค์กรผู้สนับสนุนจะรู้สึกภาคภูมิใจ และเช่นเดียวกันลูกค้าขององค์กรผู้สนับสนุนก็จะรู้สึกนิยมนับถือองค์กรยิ่งขึ้นเมื่อทราบว่ามีคนตั้งใจช่วยเหลือสังคมและชุมชน

ผู้สนับสนุนจะได้รับประโยชน์จากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับเดอะตะกร้อลีกในหลาย ๆ ด้านดังนี้

การประชาสัมพันธ์ แบรนด์

โอกาสในการผนวกแบรนด์ของท่านเข้ากับตะกร้อ แสดงความเป็นพันธมิตรกับแบรนด์เดอะตะกร้อลีกและสโมสรที่เข้าร่วมแข่งขัน ตลอดจนผู้เล่นที่เป็นแบบอย่างให้กับสังคมตลอดระยะเวลาการแข่งขัน 18 วัน

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ตามพื้นที่จัดงาน

ป้ายโฆษณาในสนามแข่งขัน แบนเนอร์ในสนามแข่งขัน

- พื้นสนามแข่งขัน
- ป้ายบอกคะแนน LED และจอแสดงผล LED
- ฉากหลังห้องสื่อ/ห้องแถลงข่าว
- การประชาสัมพันธ์หน้าประตูทางเข้า
- นอกสนามแข่งขัน - ธง ป้ายโฆษณา และโปสเตอร์

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในสนามแข่งขัน

- แสดงโลโก้ของผู้สนับสนุนหลักบริเวณท้ายสนาม - เห็นได้ชัดที่สุดขณะถ่ายทอดสดการแข่งขันจากมุมสูง
- แสดงโลโก้บนเส้นเน็ตตะกร้อ - เห็นได้ชัดที่สุดขณะถ่ายทอดสดการแข่งขันจากมุมเล็งฟุตตะกร้อ
- แสดงโลโก้บนพื้นนอกเขตขอบสนามเส้นขาว

การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนตัวผู้เล่น

บนเสื้อ กางเกงขาสั้น ผ้าโพกศีรษะ หมวก และชุดซ้อมกีฬา

การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนตัวเจ้าหน้าที่

บนตัวกรรมการและเจ้าหน้าที่

การประชาสัมพันธ์แบรนด์รูปแบบอื่น

โลโก้บนผลิตภัณฑ์ของเดอะตะกร้อลีก เช่น บนเสื้อโปโล การแสดงโลโก้ที่เดอะตะกร้อคลินิก และเดอะตะกร้ออะคาเดมี่ วันแข่งขัน - เอกสารการแข่งขัน / บูธกิจกรรมวันแข่งขัน / บัตรเข้าชมการแข่งขัน / การตกแต่งสนามแข่งขัน / บูธของที่ระลึก

การถ่ายทอด

เดอะตะกร้อลีก มีการถ่ายทอดการแข่งขันผ่านสื่อพันธมิตร ได้แก่ โมโน บีอีซีเทโร และอีเอสพีเอ็น เอเชีย ตลอดจนสื่ออื่น ๆ ที่กำลังอยู่ระหว่างการเจรจา



การส่งเสริม ภาพลักษณ์

การสนับสนุนอนาคตกีฬาตะกร้อในประเทศไทยและทวีปเอเชีย

ผ่านหลักสูตรการฝึกซ้อมของอะคาเดมี่เพื่อเฟ้นหาตัวรุ่งในอนาคต

กิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กร

ช่วยส่งเสริมกีฬาตะกร้อและพัฒนาแบบอย่างที่ดีให้แก่เยาวชน



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565

การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?



**สื่อ
และการประชาสัมพันธ์**

ทำการตลาดกับชุมชนกีฬาตะกร้อ

การแข่งขันเดอะตะกร้อลีก เป็นสื่อกลางที่ดีเหมาะให้ธุรกิจภาคส่วนต่าง ๆ เข้าร่วมสนับสนุนเพื่อผูกแบรนด์เข้างานและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแฟนกีฬาตะกร้อผ่านการแข่งขันกีฬาอดนินิยมของชาติ

การเข้าถึงผู้เล่นและบุคลากร

ผู้เล่นและเจ้าหน้าที่การแข่งขันสามารถร่วมเป็นวิทยากร นำเสนอแคมเปญโฆษณา รับรองผลิตภัณฑ์ และนำเสนอเพื่อส่งเสริมการขายได้

นอกจากนี้ยังมีโอกาสในการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์แบรนด์ผ่านสโมสรที่เข้าร่วมแข่งขันในเดอะตะกร้อลีก และช่องทางทางประชาสัมพันธ์ของนักกีฬาที่มีแฟนกีฬาผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก

ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ข่าวการแข่งขันเดอะตะกร้อลีกเป็นข่าวที่ผู้คนให้ความสนใจมาก จึงเป็นโอกาสเหมาะแก่การโฆษณาผ่านการนำเสนอข่าวบนสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และวิทยุ

การแถลงข่าว

โอกาสในการจัดงานแถลงข่าวและถ่ายภาพในการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก

สิ่งพิมพ์

เดอะตะกร้อลีกมีการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์การแข่งขัน – ซึ่งผู้สนับสนุนสามารถใช้พื้นที่นี้ในการโฆษณาได้

อุปกรณ์การประชาสัมพันธ์

การจัดแจกวัสดุประชาสัมพันธ์ของผู้สนับสนุนในผ่านกิจกรรมทุกกิจกรรมที่เดอะตะกร้อลีกจัดขึ้นตลอดฤดูกาล และการประชาสัมพันธ์ผ่านแบนเนอร์ที่ผู้สนับสนุนผลิตขึ้น



**การทำการตลาด
เชิงประสบการณ์**

การแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้กับแฟนกีฬาที่สนามแข่งขันหรือผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสังคม

การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในวันแข่งขัน - การเวียนจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์บนสนามแข่งขัน การประชาสัมพันธ์แบรนด์และการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายนอกสนามแข่งขันในบริเวณที่มีการจัดกิจกรรม

บูธประสบการณ์ - ในพื้นที่ที่มีการควบคุมพิเศษ





เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565

โอกาสในการสนับสนุนและ
ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

เหตุใดจึงควรร่วมสนับสนุน?



สิทธิบนสื่อดิจิทัล
และสื่อสังคม

การกล่าวถึงผู้สนับสนุนผ่านกิจกรรมบนสื่อสังคมออนไลน์ ...



- <https://www.facebook.com/takrawworld/> - มีผู้ติดตามมากกว่า 170,000+ คน

จากข้อมูล ณ เดือนมิถุนายน 2562



การจัดทำผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย

โอกาสในการจัดทำผลิตภัณฑ์แบรนด์ร่วม เช่น เสื้อยืด ผ้าพันคอ หมวก เสื้อแจ็กเก็ต



การรับรองลูกค้าและ
การสร้างเครือข่าย

ผู้สนับสนุนสามารถใช้สิทธิจากการสนับสนุนการแข่งขันเพื่อมอบความบันเทิงให้กับกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ เช่น ลูกค้า ตัวแทนจำหน่าย และพนักงานได้ โดยเดอะตะกร้อลีก ได้จัดเตรียมกิจกรรมพิเศษไว้รับรองลูกค้าที่พื้นที่แข่งขัน เพื่อให้พันธมิตรและแขกของพันธมิตรได้สัมผัสกับความเป็นเดอะตะกร้อลีก อย่างใกล้ชิด

ตัวอย่างกิจกรรม อาทิ วันลูกค้าหารษา ปาร์ตี้สำหรับพนักงาน และกิจกรรมสังคมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้งฤดูกาลบนพื้นที่วีไอพีในวันที่มีการแข่งขัน

โดยในแพ็คเกจการสนับสนุน ผู้สนับสนุนจะได้รับบัตรเข้าชมการแข่งขันและบัตรวีไอพีสำหรับการเข้าชมในวันที่มีการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก



โอกาสในการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

เดอะตะกร้อลีก มีความยินดีที่จะรับฟังและหารือกับผู้สนับสนุนเพิ่มเติม หากผู้สนับสนุนมีความประสงค์อันใดเป็นพิเศษเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการเกิดประสิทธิผลสูงสุด



สนับสนุนการตลาดโดย บริษัท พอล ฟูล (เช้าก ฮัส เอเชี่ย) จำกัด - ผู้เชี่ยวชาญด้านการสนับสนุนการตลาด ดำเนินการโดย บริษัท สปอร์ต เอ็ก จำกัด ในนามของสมาคมกีฬาตะกร้อแห่งประเทศไทย และภารกิจแห่งประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนของ บริษัท มารathon (ประเทศไทย) จำกัด



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

กีฬาแห่งชาติไทย - ประวัติโดยสังเขป

เชปิกตะกร้อและมวยไทยถือเป็นกีฬาที่มีโด่งดังและเป็นที่ยอมรับที่สุดในประเทศไทย โดยในยุคแรกการเล่นกีฬาเชปิกตะกร้อไม่ได้เล่นเพื่อการแข่งขันกันสักเท่าใดนัก เดิมเป็นเพียงกิจกรรมที่ผู้เล่นจะเล่นร่วมกันเป็นหมู่คณะเพื่อการออกกำลังกาย พัฒนาความคล่องตัว และยึดเหนี่ยวจิตใจจากที่ยืน นั่งหรือทำงานมาเป็นเวลานาน

เชปิกตะกร้อเริ่มมีบทบาทมากขึ้นและกลายเป็นกีฬาที่มีการแข่งขันอย่างดุเดือดเมื่อช่วง 200 ปีที่ผ่านมา โดยในพ.ศ. 2372 สมามคมกีฬาสยามได้ร่างกฎฉบับแรกสำหรับการแข่งขันตะกร้อขึ้นมา จากนั้น 4 ปีต่อมาสมาคมฯ ได้นำเน็ทวอลเลย์บอลมาใช้และจัดการแข่งขันให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเป็นครั้งแรก จากนั้นในเวลาเพียงไม่กี่ปีต่อมา เชปิกตะกร้อก็ถูกบรรจุให้เป็นวิชาเรียนในโรงเรียนเพื่อการพัฒนาร่างกาย

กิจกรรมผาผางที่วัดพระแก้ว ในกรุงเทพฯ แสดงภาพหุ่นขี้ผึ้งที่เป็นเทพในตำนานของศาสนาฮินดูกำลังเล่นเชปิกตะกร้อท่ามกลางวงล้อมของทัพสมุนลิง นอกจากนี้ยังมีเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์เรื่องอื่นที่กล่าวว่าพบการละเล่นชนิดนี้ในช่วงรัชสมัยของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช แห่งกรุงศรีอยุธยา

โดยการละเล่นดังกล่าวกลายเป็นประเพณีท้องถิ่นที่ติดงาม จนครั้งเมื่อประเทศไทยประกาศยกเลิกระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ในปี 2476 ได้มีการจัดละเล่นเชปิกตะกร้อสโตร์วอลเลย์บอลเพื่อเฉลิมฉลองรัฐธรรมนูญฉบับแรกของราชอาณาจักร

ตะกร้อในปัจจุบัน

เกือบทุกชาติที่มีการละเล่นนี้ต่างมีชื่อในการเรียกกีฬานี้ตามแบบฉบับของตน ในปี 2503 คณะผู้แทนจากมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ลาวและไทยจึงได้มาประชุมร่วมกัน ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์เพื่อกำหนดกฎและกติกาของกีฬานี้ให้เป็นมาตรฐาน และหลังจากที่มีการถกเถียงกันอย่างดุเดือดและยาวนาน ทุกประเทศก็ได้ฉันทามติว่าจะเรียกการละเล่นหรือกีฬานี้อย่างเป็นทางการว่า “เชปิกตะกร้อ”

จากนั้นจึงตั้งสมาคมเชปิกตะกร้อแห่งเอเชีย (ASTAF) และแปลกฎกติกาเป็นภาษาอังกฤษ จัดการแข่งขันระดับนานาชาติขึ้นครั้งแรกที่ประเทศมาเลเซียในปี พ.ศ. 2508

ในการแข่งขันกีฬาแหลมทอง (Southeast Asian Peninsular Games) หรือ เซียเปเกมส์ (SEAP Games) ซึ่งในปัจจุบันเปลี่ยนชื่อมาเป็น Southeast Asian Games หรือ ซีเกมส์ (SEA Games) จากพัฒนาการดังกล่าวจึงก่อให้เกิดการพัฒนาเชปิกตะกร้ออย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้นในระดับสากล อย่างไรก็ตามการแข่งขันตะกร้อยังไม่เป็นที่นิยม จนในที่สุดมีการเปลี่ยนลูกตะกร้อธรรมชาติ (ลูกรัตน) ที่มีมักจะเบียวแตกได้ง่ายมาใช้ลูกบอลที่ทำจากพลาสติกสังเคราะห์ซึ่งได้มาตรฐานมากกว่า จากนั้นการแข่งขันจึงได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ในปี พ.ศ. 2533 การแข่งขันเอเชียนเกมส์ ณ กรุงปักกิ่งได้บรรจุเชปิกตะกร้อเป็นกีฬาที่จัดแข่งขันด้วย ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 มีการจัดการแข่งขันตะกร้อหญิงชิงแชมป์ ครั้งแรกขึ้นที่ประเทศไทย และปัจจุบันนี้ สหพันธ์ตะกร้อนานาชาติ (ISTAF) ซึ่งเป็นองค์กรกำกับการแข่งขันเชปิกตะกร้อ มีสมาคมตะกร้อแห่งชาติเป็นสมาชิกอยู่กว่า 20 ประเทศ

สู่เส้นทางในการแข่งขันในโอลิมปิก

เชปิกตะกร้อถือเป็นหนึ่งในกีฬาที่เติบโตเร็วที่สุดในเอเชีย ตลอดจนภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก เพราะตะกร้อเป็นกีฬาที่มีเสน่ห์สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชมทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นท่วงท่าการกระโดดเตะราวกับเหาะได้ การควงตัวกลางอากาศ การพลิกตัวของผู้เล่น และการชิงไหวชิงพริบด้วยความเร็ว ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยสร้างผลงานได้ดีมากในเวทีการแข่งขันสากล และคว้าแชมป์ได้เกือบทุกรายการ ส่วนประเทศมาเลเซียก็พลิกโฉมว่าช่วยชนะได้ในการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ที่กรุงมะนิลาในปี 2548

หากจะกล่าวถึงตัวเต็งในอนาคตอันใกล้นี้ คู่แข่งที่สูสีกันคงจะหนีไม่พ้นประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย แต่ทีมตะกร้อจากชาติอื่น ๆ เช่น เมียนมาร์ เกาหลีใต้ สิงคโปร์และเวียดนาม ก็มีพัฒนาการที่เร็วพอตัวเช่นกัน ปัจจุบันนี้สมาชิกประเทศในทวีปเอเชียกำลังหาทางวิ่งเต้นเพื่อเสนอให้กีฬาตะกร้อถูกบรรจุในการแข่งขันระดับโอลิมปิก เพื่อขยายฐานแฟนกีฬาต่างชาติให้กว้างขึ้น และเพื่อเพิ่มโอกาสให้ชาติในเอเชียได้สร้างผลงานและได้รับเหรียญรางวัลในโอลิมปิกมากขึ้น อีกไม่นานเราคงได้เห็นกิจกรรมที่ครั้งหนึ่งเป็นเพียงการละเล่นของชาวเอเชีย ได้ก้าวขึ้นเวทีระดับโลกในการแข่งขันโอลิมปิกและมีศักดิ์ศรีทัดเทียมกับกีฬาประเภทอื่น



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

กฎกติกา



ทีมแข่งขัน 2 ทีม
ผู้เล่นเข้าแข่งขัน 3 คน ต่อทีม
หน้าซ้าย | หน้าขวา | หลัง



ลูกตะกร้อ
เดิมใช้ลูกบอลสานจากไม้ไผ่ หรือรัตน แต่ลูก
ตะกร้อสมัยใหม่ผลิตจากใยสังเคราะห์



ขนาดสนามแข่งขัน
20 x 44 ฟุต - ขนาดค่อนข้างคล้ายกันกับ
ขนาดสนามแข่งขันกีฬาเบดมินตัน



ตาข่าย
สูง 1.52 เมตร



การเริ่มแข่งขัน
การแข่งขันเริ่มขึ้นเมื่อผู้เล่นส่งลูกขนาดเท่า
ลูกเบรปฟรุตไปยังเพื่อนร่วมทีมที่เป็นคนเลิร์ฟ
โดยคนเลิร์ฟจะต้องยื่นเท้าอีกข้างให้อยู่ใน
“วงกลมเลิร์ฟ”



การนับคะแนน
แต่ละทีมเตะบอลได้ไม่เกิน 3 ครั้ง และ
มีหน้าที่ส่งบอล
ข้ามตาข่ายไปอีกฝั่งโดยไม่ให้บอลตกแตะพื้น
ทีมแรกที่ทำได้ถึง 15 หรือ 21 จะเป็น
ฝ่ายชนะเซ็ทนั้น โดยคะแนนขึ้นอยู่กับกติกา
ที่เล่น

จากนั้นผู้เลิร์ฟจะต้องใช้เท้าอีกข้างเตะ
ลูกบอลให้ข้ามตาข่าย

โดยห้ามใช้มือหรือแขนเตะบอลเด็ดขาด

นักกีฬาตะกร้อทักษะสูง มักมีทักษะการ
ประสานงานระหว่างตาและเท้าที่ว่องไว เตะ
ทางเก่ง สมรรถนะดี มีความยืดหยุ่นสูง และ
มีความสามารถด้านการกระโดดลอยตัว

ท่วงท่าที่ท้าทายแรงโน้มถ่วง

การส่งลูกที่ต้องอาศัยชั้นเชิงและความเร็วทำให้ผู้ชมรู้สึกตื่นเต้น ทำพื้นฐานในการเล่นตะกร้อ ประกอบด้วย การแปบอล (ใช้ส่วนโค้ง
ของเท้าหรือฝ่าเท้า) การเตะลูกด้วยหลังเท้า การใช้เข้าเตะ การเตะด้วยหน้าแข้ง การเตะด้วยไหล่ และการใช้หัวโหม่ง นอกจากนี้ยังมี
ท่าขั้นสูง เช่น ทำกระโดดเตะไขว้ขา (ไขว้ขาซ้ายไปขวาและกระโดดขึ้นเตะลูกด้วยหลังเท้าซ้าย) ทำไขว้ขาแล้วเตะด้วยเข่า ซึ่งผู้เล่น
จะต้องไขว้ขาซ้ายไปขวาในตำแหน่งเหนือเข่าขวา แล้วกระโดดเตะลูกด้วยเข่าขวา

ท่ากระโดดเตะ

การตบลูกในกีฬาเซปักตะกร้อนั้นยากกว่าวอลเลย์บอลเพราะจะตบลูกลงพื้นแรง ๆ ได้ ผู้เล่นต้องสามารถยกเท้าลอยสูงเหนือตาข่าย
โดยทำตบจะมีลักษณะคล้ายการทำจักรยานอากาศในกีฬาฟุตบอลนั่นเอง ที่ผู้เล่นจะต้องกระโดดและพลิกตัวกลางอากาศเพื่อเตะลูก
ตะกร้อ แต่โดยปกติแล้วหากเป็นนักฟุตบอลเมื่อผู้เล่นทำจักรยานอากาศเสร็จมักจะร่อนลงพื้นด้วยแผ่นหลังได้เลย แต่นักกีฬาตะกร้อ
อาชีพนั้นมีความแข็งแรงมากพอที่จะพลิกตัวตบลูกและร่อนลงยืนพื้นด้วยเท้าได้อีกรอบ และเมื่อผู้เล่นพาดได้สวย เรามักจะเรียกลูก
นั้นว่า “ลูกพิฆาต”

อีกท่าหนึ่งที่ยากและน่าทึ่งที่สุดในการเล่นตะกร้อ เรียกว่าท่าหมุนตัวพาดเต็มรอบ โดยผู้เล่นจะกระโดดขึ้นไปในอากาศเพื่อเตะลูก
ตะกร้อที่อยู่ฝั่งของไหล่ตรงข้าม นอกจากนี้ยังมีท่ากระโดดพาดแบบชั้นแบค หรือท่ากระเบนพาดหาง ซึ่งเป็นการเตะไขว้ขารูปกรรไกร
แต่เตะในฝั่งเดียวกับไหล่ นอกจากนี้ยังมีท่าเลิร์ฟที่นำสะโพกไว้ที่จุดเรียกว่าท่ามัดดี ที่สปีดก็ดี ฟันสปีด นักตะกร้อชาวไทยนำมาใช้จน
โด่งดังและเป็นที่นับถือว่าเป็นผู้เล่นฟีฟ่าที่ดีที่สุดของโลก นับเป็นเวลากว่าสิบปีแล้วที่สปีดก็ดีเลิร์ฟพาดด้วยฝ่าเท้าด้วยความเร็วที่สูงมาก
จนทำให้คู่ต่อสู้ถึงกับงงและตั้งรับไม่ถูก



เดอะตะกร้อลีก
THE TAKRAW LEAGUE
 2564 / 2565

	ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนองาน	ระดับที่ 2: พันธมิตรสื่ออย่างเป็นทางการ	ระดับที่ 3: ผู้จัดคาน่าและบริการ และสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์/ธุรกิจประเภทเดียวและสิทธิในการใช้ชื่อ เดอะตะกร้อลีก			
สิทธิในการใช้ชื่อเพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ...			
"เดอะ ชื่อผู้สนับสนุนหลัก) ตะกร้อลีก นำเสนอโดย (ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนองาน)"	มี		
"พันธมิตรสื่ออย่างเป็นทางการของ เดอะ (ชื่อผู้สนับสนุนหลัก) ตะกร้อลีก นำเสนอโดย (ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนองาน)"		มี	
"ผู้จัดทำ (ภาคธุรกิจของผู้จัดทำสินค้าและบริการ) อย่างเป็นทางการของ เดอะ (ชื่อผู้สนับสนุนหลัก) ตะกร้อลีก นำเสนอโดย (ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนองาน)"			มี
"สื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการของ เดอะ (ชื่อผู้สนับสนุนหลัก) ตะกร้อลีก นำเสนอโดย (ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนองาน)"			มี
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว	มี	มี	มี
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์และสิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญา: เดอะตะกร้อลีก			
สิทธิในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ - ภูมิภาคกีฬา: เดอะตะกร้อลีก			
โลโก้บนตัวผู้เล่น, เสื้อ, กางเกงขาสั้น, ผ้าโพกศีรษะ, หมวกและชุดซ้อมกีฬา	มี		
บนตัวบุคลากร - กรรมการ, เจ้าหน้าที่, โค้ช และทีมแพทย์	มี		
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - พื้นที่จัดจําเดอะตะกร้อลีก			
ป้ายโฆษณาในสนามแข่งขัน 20 จุด สำหรับผู้สนับสนุนเดอะตะกร้อลีก 12 จุด และผู้สนับสนุนสโมสรทีมเหย้า 8 จุด	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
แบนเนอร์ในสนามแข่งขัน 20 จุด สำหรับผู้สนับสนุนเดอะตะกร้อลีก 10 จุด และผู้สนับสนุนสโมสรทีมเหย้า 10 จุด	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
ป้ายบอกคะแนน LED และจอแสดงผล LED	มี		
ป้ายโลโก้หน้าประตูทางเข้า - แสดงต่อทุกคนที่เข้าสนาม	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
นอกสนามแข่งขัน - ธง, ป้ายโฆษณาบิลบอร์ด และโปสเตอร์	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
ฉากหลังห้องสื่อ/ห้องแถลงข่าว	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ - อื่นๆ: เดอะตะกร้อลีก			
โลโก้บนผลิตภัณฑ์ของเดอะตะกร้อลีก เช่น เสื้อโปโล	มี	มี	มี
โลโก้ที่เดอะตะกร้อลีก และเดอะตะกร้อคาเฟ่	มี	มี	มี
วันแข่งขัน - เอกสารการแข่งขัน / บุคลากรวันแข่งขัน / บัตรเข้าชมการแข่งขัน / การตกแต่งสนามแข่งขัน	มี	มี	
บุชของที่ระลึก	มี	มี	

	ระดับที่ 1: ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนองาน	ระดับที่ 2: พันธมิตรสื่ออย่างเป็นทางการ	ระดับที่ 3: ผู้จัดคาน่าและบริการ และสื่อพันธมิตรอย่างเป็นทางการ
สิทธิในการใช้ชื่อและการประชาสัมพันธ์ เดอะตะกร้อลีก			
สิทธิในการเข้าถึงเจ้าหน้าที่ลีก / เจ้าหน้าที่สโมสร / ผู้เล่น เพื่อจัดแคมเปญโฆษณา	มี	มี	มี
ส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์	มี	มี	มี
สิทธิในการจัดงานแถลงข่าว - เพื่อเปิดตัวผู้สนับสนุน	มี	มี	มี
สิทธิในการอ้างถึงการสนับสนุน ในแคมเปญส่งเสริมการขาย (เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์)	มี	มี	มี
โลโก้บนเอกสารการแถลงข่าว	มี	มี	มี
การโฆษณาผ่านเอกสารรายการการแข่งขัน - ต่อยุทธการ	1 หน้า	ครึ่งหน้า	บทความ
สิทธิในการกำหนดราคาเชิงพาณิชย์ เดอะตะกร้อลีก			
การแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้กับแฟนกีฬาของเดอะตะกร้อลีกที่กิจกรรมที่กำหนดหรือผ่านออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์	1 ครั้ง ต่อเดือน	1 ครั้ง ทุก 3 เดือน	1 ครั้ง ทุก 3 เดือน
การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในวันแข่งขัน - การเวียนจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์สนามแข่งขัน การประชาสัมพันธ์แบรนด์และการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายนอกสนามแข่งขันในบริเวณที่มีการจัดกิจกรรม	มี	มี	
บุชประชาสัมพันธ์ - ในพื้นที่ที่มีการควบคุมพิเศษ	มี	มี	
สิทธิด้านสื่อจัดจําและสื่อสังคม เดอะตะกร้อลีก			
การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนเว็บไซต์ในหน้าผู้สนับสนุน	เด่นชัด	เด่นชัดน้อยกว่า	เด่นชัดน้อยกว่า
การผนวกแบรนด์เข้าส่วนหนึ่งในกิจกรรมการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อดิจิทัล เช่น การแสดงข้อความจากแบรนด์หรือโลโก้บนเว็บไซต์และเฟสบุ๊คเพจของการแข่งขันเดอะตะกร้อลีก	มี	มี	มี
การผลิตคอนเท้นท์จากการประชาสัมพันธ์แบรนด์ - สิทธิในการผลิตและเข้าถึงแคมเปญการตลาดผ่านอีเมลของเดอะตะกร้อลีกเพื่อการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของผู้สนับสนุน	มี	มี	มี
สิทธิในการจัดจําผลิตภัณฑ์ เดอะตะกร้อลีก			
สิทธิในการจัดทำผลิตภัณฑ์แบรนด์ร่วม - โอกาสในการผลิตซึ่งรวมถึงโลโก้บนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษ เช่น เสื้อยืด หมวก เสื้อแจ็คเก็ต เป็นต้น	มี	มี	
สิทธิในการรับรองลูกค้าและใช้ทรัพยากรในการสร้างเครือข่าย เดอะตะกร้อลีก			
บัตรเข้าชมการแข่งขันฟรี (ต่อนัด)	10	5	3
บัตรเข้าพื้นที่รับรองแขกอีพี - ถ้ามี่	มี	มี	มี



เดอะตะกร้อลีก THE TAKRAW LEAGUE

2564 / 2565



การแข่งขันลีกตะกร้อที่แรกและที่เดียว ในประเทศไทยที่จัดโดยภาคเอกชน

มาราธอน

มาราธอน เป็นผู้สนับสนุนอุปกรณ์การแข่งขัน
ให้กับเดอะตะกร้อลีกอย่างเป็นทางการและเป็น
บริษัทผู้คิดค้นและพัฒนาลูกตะกร้อให้มีความทันสมัย

บริษัท มาราธอน (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการกีฬามาเกือบ 30 ปี มีศักยภาพในการผลิต
และจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาครบวงจร และเป็นผู้นำในการส่งออกอุปกรณ์กีฬาคุณภาพสูงไปยังสหรัฐอเมริกา
ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น และไต้หวัน

มาราธอนสนับสนุนนโยบาย “การออกกำลังกายเป็นวาระแห่งชาติ” ของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
ผ่านวิถีชีวิต ที่เป็นมิตรต่อสุขภาพ และเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันกีฬาตะกร้อให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น

หลังจากที่มาราธอนผลิตลูกตะกร้อโยส่งเคราะห์ขึ้น ผู้เล่นต่างเลิกใช้ลูกตะกร้อรัตนแบบเก่า จึงเป็นการสร้างมาตรฐาน
ให้วงการตะกร้อ และได้ลูกตะกร้อที่มีขนาดที่วัดได้เป็นมาตรฐานยิ่งขึ้น จนทำให้กีฬาตะกร้อเป็นที่ยอมรับในทางสากล



ติดต่อ

The Takraw League

คุณศรัณย์ หล่อพิพัฒน์ (เคน) – ผู้จัดการทั่วไป (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
อีเมล: kanesl@gmail.com

Paul Poole (South East Asia) Co., Ltd.

198 ถนนตะนาว
แขวงบวรนิเวศ
เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200
ประเทศไทย
โทรศัพท์/โทรสาร: +66 2622 0605 - 7
www.paulpoole.co.th

คุณพอล พูล - กรรมการผู้จัดการ (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาอังกฤษ)

อีเมล: paul@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6563 3196

คุณอุดมพร พันธุ์จันทวรรณ – ผู้ช่วยส่วนตัว (สำหรับการติดต่อเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

อีเมล: bdomporn@paulpoole.co.th
โทรศัพท์: +66 8 6382 9949