

ความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตและนอก
เขตกรุงเทพมหานคร

Thai Spectator's Expectation on Hosting World Boxing Contest Holding Inside
and Outside Bangkok Metropolitan

คมสัน ไชยโชติช่วง¹

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

E-mail address: khomsanjohn@hotmail.com

ABSTRACT

This research aimed at two objectives. First, to explore spectator's expectation on Hosting World boxing contest to be Hold inside and outside Bangkok metropolitan. Second, to compare the spectator's expectation categorized by age and income. The sample was World boxing contest spectators of 2 groups, from the total of 540 Thai spectators. First group was 240 Thai spectators at World boxing contest held inside Bangkok metropolitan. Second group was 300 Thai spectators at World boxing contest held outside Bangkok metropolitan. The research findings were 1) Spectator's expectation on hosting World boxing contest holding inside Bangkok metropolitan, were good in every area. 2) Spectator's expectation on hosting World boxing contest holding outside Bangkok metropolitan, were good in every area. 3) Comparison of spectator's expectations classified by ages and contest location have significantly affected the managing World boxing competition's expectation in all 7 aspects at 0.05 level. Different income has significantly affected the expectations 6 aspects at 0.05 level, except marketing promotion.

Keywords: Expectation; Contest Holding; World Boxing

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร และ (2) เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามอายุ รายได้ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้าชมการจัดการแข่งขันมวยโลก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ คนไทยที่เข้ามาชมการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 240 คน และคนไทยที่เข้ามาชมการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดขึ้นนอกเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300

คน รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวน 540 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคาดหวังของผู้เข้าชมที่มีต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน (2) ความคาดหวังของผู้เข้าชมที่มีต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดนอกเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน (3) การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมการจัดการแข่งขันมวยโลก พบว่า ผู้เข้าชมที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกัน 7 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้เข้าชมที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกัน 6 ด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ความคาดหวัง; การจัดการแข่งขัน; มวยโลก

บทนำ

มวยสากลอาชีพ ในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอันมาก หลังจาก โผน กิ่งเพชร ครีวาชแชมป์โลก รุ่นฟลายเวท สถาบันมวยเดอะริง มาครอบครองได้สำเร็จ นับเป็นคนไทยคนแรกที่เป็นแชมป์โลกมวยสากลอาชีพ มีการเฉลิมฉลองชัยชนะในครั้งนี้ ได้กำหนดให้วันที่ 16 เมษายน ของทุกปี เป็นวันนักกีฬายอดเยี่ยมของสมาคมผู้สื่อข่าวกีฬาแห่งประเทศไทย หรือ วันนักกีฬาไทย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2558) ส่งผลให้กีฬามวยได้รับความนิยมจากประชาชน มีการจัดการแข่งขันมวยโลกอย่างแพร่หลายไปทั่วประเทศ

ปัจจุบัน ธุรกิจมวยโลกมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้น เพราะกีฬามวยสากลอาชีพถูกพัฒนาจากกีฬาการแข่งขัน กลายเป็นธุรกิจกีฬาใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้า สถานที่ และผู้ให้สนับสนุนกิจกรรมนี้ และเปิดให้ประชาชนเข้าร่วมชมโดยไม่เก็บค่าเข้าชม มีรวมทั้งมีการถ่ายทอดสดกีฬามวยโลกผ่านทางสถานีโทรทัศน์ไปทั่วประเทศ ทำให้มีนักการเมือง เจ้าของธุรกิจ เข้ามาสนับสนุนและนำ

กิจกรรมนี้ไปจัดในพื้นที่ตนเอง เพื่อแลกกับการสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงให้กับตนเอง หรือสถานที่ โดยผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และการโฆษณาแฝงในรูปแบบต่างๆ ส่งผลให้มีการจัดการแข่งขันมวยโลกทุกสัปดาห์ ซึ่งระยะแรกมีประชาชนเข้าร่วมชมกิจกรรมมวยโลกเต็มพื้นที่จัดงาน ต่อมาเมื่อมีการจัดการแข่งขันมวยโลกบ่อยครั้งขึ้น กลับพบว่า จำนวนผู้เข้าชมมวยเริ่มลดลงเรื่อยๆ จนปัจจุบันมีผู้เข้าชมมวยในเขตกรุงเทพมหานครเฉลี่ยประมาณ 600 คน และผู้เข้าชมมวยนอกเขตกรุงเทพมหานครเฉลี่ยประมาณ 1,200 คน (เอกรัฐไชยโชติช่วง. สัมภาษณ์, 2556)

ขณะเดียวกัน มีประชาชนที่นิยมและสนใจกีฬามวยโลก ได้เดินทางเข้าร่วมชมการจัดการแข่งขัน เพราะเป็นกีฬาที่ใช้กำลังเข้าปะทะกัน ผู้ชมจะได้สัมผัสความสนุก ตื่นเต้น เร้าใจ รวมถึงส่งเสียงเชียร์นักมวยที่ชื่นชอบ ซึ่งผู้จัดการแข่งขันได้เตรียมความพร้อมสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางด้านต่างๆ ไว้รองรับ เช่น ที่นั่งชม, เตินท์ที่พักหลบแดด, ห้องสุขา, อุปรกรณ์ระบายความร้อน

เป็นต้น สิ่งที่ผู้จัดการแข่งขันได้เตรียมพร้อมไว้ให้บริการนั้น อาจเป็นเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมาตรฐานทั่วไป ซึ่งผู้เข้าชมมวยต่างมีระดับความคาดหวังแต่ละคนแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมก่อนหน้านี้ โดยผู้เข้าชมมวยมีความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่เท่าหรือสูงขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ความคุ้มค่ากับการเสียเวลา เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่สนามแข่งขัน เช่น คาดหวังว่าที่นั่งชมต้องสะอาด มีหลังคากันแดด มีพัดลมไอน้ำ มีพิธีกรร่วมให้ความสนุกสนานกับผู้ชม มีกิจกรรมสร้างสีสันในงาน เป็นต้น ถ้าผู้จัดการแข่งขันสามารถบริการมากกว่าสิ่งที่ผู้เข้าชมคาดหวังไว้ จะเกิดแรงกระตุ้น แรงจูงใจให้ผู้ชมเดินทางเข้ามาชมการจัดการแข่งขันมวยโลกในแต่ละครั้งมาก ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมาก ก็อาจทำให้ผู้ชมดับชองใจ ขาดแรงดึงดูดในการเข้าชมการแข่งขันมวยโลกในครั้งต่อไป

ดังนั้น ผู้จัดการแข่งขัน จึงได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Marketing Mix: 7Ps) อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ มาใช้เพื่อตอบสนองให้ตรงต่อความคาดหวังของผู้ชมที่เข้าร่วมชมการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดขึ้นในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างความประทับใจและทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งเป็น สิ่งที่ตั้งใจความสนใจของประชาชน ให้เข้ามาร่วมชมการจัดการแข่งขันมวยโลกในแต่ละครั้งมาก

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขันมวยโลก มีความสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยนี้ จะมีส่วนให้ผู้จัดกิจกรรมมวยโลกและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้นำไปใช้ในการบริหารจัดการ อันนำไปสู่การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพ ตรงตามความคาดหวังของผู้เข้าชมมวยโลกมากยิ่งขึ้น และพัฒนาการจัดการแข่งขันมวยโลกให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร
2. เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามอายุ รายได้

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้เข้าชมที่มีอายุต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกัน
2. ผู้เข้าชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ คนไทยที่เข้าชมนการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดขึ้นในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ นายเอกรัฐ ไซยโชติช่วง (สัมภาษณ์, 15 กุมภาพันธ์ 2556) โปรโมเตอร์ผู้จัดการแข่งขันมวยโลก ประมาณจำนวนผู้เข้าชมการจัดการแข่งขันมวยโลก ในช่วงปี พ.ศ. 2555 มีผู้เข้าชมมวยโลกที่จัดขึ้นในเขตและนอกกรุงเทพมหานคร ประมาณ 600 คน และ 1,200 คน ตามลำดับ และผู้วิจัยได้ลงเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนประชากรที่เข้าชมนการจัดการแข่งขันมวยโลก 4 ครั้ง แบ่งออกได้ดังนี้ 1. วันที่ 19 เมษายน 2556 ที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 1,200 คน, 2. วันที่ 21 มิถุนายน 2556 ที่เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ประมาณ 600 คน, 3. วันที่ 18 สิงหาคม 2556 ที่อำเภอวิภาวดี จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีประมาณ 1,000 คน และ 4. วันที่ 20 ธันวาคม 2556 ที่เขตหลักสี่ มีประมาณ 500 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนประชากรที่จะทำการศึกษานี้ ตามข้อมูลที่คุณเอกรัฐได้ประมาณไว้ คือ ผู้เข้าชมที่จัดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน และผู้เข้าชมที่จัดขึ้นนอกเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,200 คน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่ใช้การศึกษา คือ

1. คนไทยที่เข้ามาชมนการจัดการแข่งขันมวยโลก ในวันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน

2. คนไทยที่เข้ามาชมนการจัดการแข่งขันมวยโลก ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ที่โรงเรียนบ้านควนสามัคคี อ.เคียนซา จ.สุราษฎร์ธานี จำนวน 1,200 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างประชากรดังนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน ประคองกรรมสูตร 2538: 357) ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 คือ

1. ผู้เข้าชมมวยโลก ที่จัดขึ้นในเขตกรุงเทพมหานคร 240 คน
2. ผู้เข้าชมมวยโลก ที่จัดขึ้นนอกเขตกรุงเทพมหานคร 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ลักษณะเป็นแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ (1) สถานภาพ (2) พฤติกรรมการเข้าชมมวยโลก (3) ความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ในด้านผลิตภัณฑ์/คู่มวย, ด้านราคา/ความคุ้มค่า, ด้านสถานที่, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

การวิเคราะห์ทางข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2 นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบความแตกต่างของความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร โดยทดสอบ ค่าเอฟ (F - test) และทดสอบรายคู่ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เข้าชมมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่า ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ด้านผลิตภัณฑ์/คู่มือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

2. ความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก ที่จัดนอกเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เข้าชมมีความคาดหวังโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.62 เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่า ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ด้านผลิตภัณฑ์/คู่มือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้เข้าชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีความคาดหวังมากกว่าทุกกลุ่มอายุ

4. การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้เข้าชมที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกัน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/คู่มือ ด้านราคา/ความคุ้มค่า ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มผู้เข้าชมที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป จะมีความคาดหวังมากกว่าทุกกลุ่มรายได้โดยรวม

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่า

1.1 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และผู้เข้าชมมีความคาดหวังในเรื่อง การจัดพื้นที่ชม การแข่งขันทั้งแบบนั่งและแบบยืน พร้อมมีหลังคา อย่างปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.05 เพราะ เมื่อผู้เข้าชมเดินทางเข้ามาสนามแล้ว ถ้ามีการจัดโซนที่นั่งและที่ยืนชม พร้อมอุปกรณ์บังแดด ทำให้ผู้ชมสะดวกสบายต่อการชมมวย สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541: 337) กล่าวว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการ มีความสำคัญมาก เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดย ความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

1.2 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และผู้เข้าชมมีความคาดหวัง ในเรื่องมีที่นั่งที่พักผ่อนแดด - ฝน สำหรับผู้ชม ก่อนเริ่มการแข่งขัน กว้างขวาง ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.10 เพราะ ผู้เข้าชมจะเดินทางสู่สถานที่แข่งขันก่อนเวลา เพื่อเตรียมความพร้อมและความคุ้นเคยกับสถานที่ ดังนั้น ผู้จัดการแข่งขันควรมีจัดพื้นที่ มีที่นั่ง สิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้ชมที่มาก่อนเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ Kolter and Armstrong (อ้างถึงใน หัวหาญ ทวีแสง, 2555: 41 – 42) กล่าวว่า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้ง ทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อ

สร้างคุณค่าให้ลูกค้า เช่น สถานที่ให้บริการมีความสวยงามสะอาด เป็นระเบียบ จัดภูมิทัศน์ภายนอก และแตกต่างภายใน อุปกรณ์ให้บริการมีความทันสมัย สะดวก และรวดเร็วต่อการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีเพียงพอและได้รับการบำรุงรักษาอย่างดี เป็นต้น

1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ /คู่มวย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และผู้เข้าชมมีความคาดหวังในเรื่อง มีการประกบคู่มวยสากลประกบรายการระหว่าง ไทยปะทะต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.09 เพราะถ้ามีการประกบนักชกไทยปะทะนักชกต่างชาติ เช่น ไทย - ฟิลิปปินส์, ไทย - อินโดนีเซีย ไทย - ญี่ปุ่น ฯลฯ จะเพิ่มความหลากหลายในผลิตภัณฑ์/คู่มวย ให้ครอบคลุมต่อความคาดหวังของผู้เข้าชมทุกกลุ่ม ซึ่งเป็นการจูงใจให้ผู้ชมเดินทางเข้าร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kolter and Armstrong (อ้างถึงใน หัวหาญ ทวีแสง. 2555: 36) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์/คู่มวย เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ชายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลักและบริการเสริม ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และแข่งขันได้ดีเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

2. ความคาดหวังของผู้เข้าชมต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกที่จัดนอกเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก พบว่า

2.1 ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และ ผู้เข้าชมมีความคาดหวังในเรื่อง สถานที่จัดการแข่งขันมีพื้นที่กว้างขวาง สะดวกสบาย ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.87 เพราะ ผู้ชมต้องการสถานที่ที่มีความกว้างขวาง สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าชมพร้อมกันได้จำนวนมาก รวมทั้งยานพาหนะของผู้ชมอย่างปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดของ Bitner, J. and Booms, B. (อ้างอิงใน วิสิฐ วรชัยเชียว. 2551: 19) กล่าวว่า สถานที่ หมายถึง การจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ท่าเลที่ตั้ง ช่องทางที่จะหาลูกค้า ช่องทางที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ เป็นต้น

2.2 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และผู้เข้าชมมีความคาดหวังในเรื่อง มีระบบแสง สี เสียง ดังเพียงพอทั่วถึงรอบบริเวณงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.79 เพราะพื้นที่จัดเป็นสนามกีฬาโรงเรียน ซึ่งมีขนาดกว้างขวาง ถ้ำระบบแสง สี เสียงดังทั่วงาน มีส่วนช่วยสร้างบรรยากาศในงานให้สนุกสนาน ครื้นเครง สอดคล้องกับแนวคิดของ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2551: 103) กล่าวว่า ภูมิทัศน์บริการ นับเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ บริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน องค์ประกอบนี้ได้แก่ อาคารสำนักงาน สถานที่ให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้ การแต่งกายของพนักงานที่เหมาะสม เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือแม้กระทั่งลูกค้าคนอื่นที่อยู่ในสถานที่บริการนั้นๆ ก็มีส่วนให้ลูกค้าใช้ประเมินงานบริการนั้นๆ ด้วย

เช่นกัน ทั้งนี้ เนื่องจากสินค้าบริการเป็นสิ่งที่จับต้องและประเมินได้ยาก ลูกค้าจึงมักจะไปเปรียบเทียบกับเอาเปรียบที่อยู่กับสิ่งที่เป็นองค์ประกอบ

2.3 ด้านผลิตภัณฑ์/คู่มือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และผู้เข้าชมมีความคาดหวังในเรื่อง รูปแบบ/สไตล์การชกที่ดูต้น เดินหน้าเข้าทำคู่ต่อสู้ ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.85 เพราะ ผู้เข้าชมจะได้รับความสนุก ตื่นเต้น เร้าใจ ร่วมส่งเสียงเชียร์มวย ได้อรรรถในการชมมากยิ่งขึ้น จนเกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 377) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์/คู่มือ เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งซึ่งผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในด้านการบริการนั้น ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ การที่จะสร้างความมั่นใจ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นธุรกิจ จะต้องสร้าง และนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นสัญลักษณ์

3. การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามอายุ

การวิจัยพบว่า ผู้เข้าชมการจัดการแข่งขันมวยโลกที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการแข่งขันมวยโลกแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้าน

ผลิตภัณฑ์/คู่มือ, ด้านราคา/ความคุ้มค่า, ด้านสถานที่, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยผู้เข้าชมที่มีอายุ 21 – 30 ปีโดยรวม มีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังมากกว่าทุกกลุ่มอายุ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เข้าชมมีความคาดหวังว่าในด้านสถานที่จัดการแข่งขัน ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.75) มากที่สุด เพราะเป็นสิ่งผู้จัดการแข่งขันสามารถเลือกสถานที่จัดให้เหมาะสมและรองรับจำนวนผู้เข้าชม อาทิเช่น สถานที่จัดมีพื้นที่จัดกว้างขวาง ที่นั่งชม – ที่ยืนชมพร้อมหลังคา มีห้องสุขาที่สะอาด สอดคล้องกับสมรรถนะ ฟังก์ชันสถาพร (2551: 103) การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งมอบบริการ ต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้านสถานที่ที่ให้บริการและเวลา ในสินค้าบริการบางประเภทให้สามารถส่งมอบบริการได้ผ่านทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่า “อีเมล” หรือ ทางเว็บไซต์ก็ได้ เพราะลูกค้าจะคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็วในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารต้องคอยตัดสินใจ เพื่อแข่งขันกับเสนอบริการที่สะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าให้ได้ดีที่สุด และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541: 337 – 339) กล่าวว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการ ต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะ

มีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

4. การเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้เข้าชมชาวไทยต่อการจัดการแข่งขันมวยโลก จำแนกตามรายได้

การวิจัยพบว่า ความคาดหวังของผู้เข้าชมจำแนกตามช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้น โดยรวมมีความคาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/คู่มือ, ด้านราคา/ความคุ้มค่า, ด้านสถานที่, ด้านบุคลากร, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้นในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป โดยรวมมีค่าเฉลี่ยของความคาดหวังมากกว่าทุกกลุ่มรายได้ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้เข้าชมมีความคาดหวังในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.76) มากที่สุด เพราะเป็นสิ่งผู้จัดการแข่งขันสามารถเตรียมความพร้อม เตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางด้านต่างๆ ไว้รองรับได้ อาทิเช่น มีที่นั่งที่พึกหลบแดด – ฝน สำหรับผู้ชม ก่อนเริ่มการแข่งขัน หรือ การจัดพื้นที่ชมการแข่งขันทั้งแบบนั่งและแบบยืน พร้อมมีหลังคาอย่างปลอดภัย จะทำให้ผู้เข้าชมเกิดความประทับใจ และสร้างแรงจูงใจการเข้าชม สอดคล้องกับ Kolter and Armstrong (อ้างถึงใน หัวหาญ ทวีแสง. 2555: 36 – 42) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับ

ผู้ให้บริการ เพื่อมอบบริการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และมีระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม เช่น กระบวนการก่อนการจัดการแข่งขัน มีการจัดเตรียมความพร้อมในการรองรับจำนวนผู้เข้าชม ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดสถานที่จอดรถ จัดเตรียมโต๊ะเก้าอี้สำหรับผู้ชม จัดเตรียมเครื่องขยายเสียง จัดเตรียมเครื่องดื่ม จัดเตรียมเจ้าหน้าที่พนักงาน ด้วยรางวัลและเงินรางวัล เป็นต้น เมื่อผู้เข้าชมมีความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่เท่าหรือสูงขึ้นกว่าเดิม ซึ่งคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่อง มากกว่าคู่แข่งและเกินกว่าที่ผู้ชมคาดหวังไว้ จะเกิดแรงกระตุ้น แรงจูงใจให้ผู้ชมเดินทางเข้ามาชมการจัดการแข่งขันมวยโลกในแต่ละครั้งมาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. การจัดการแข่งขันมวยโลกในเขตกรุงเทพมหานคร สิ่งที่ผู้จัดการการแข่งขันต้องให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ในเรื่อง มีพื้นที่ที่พักหลบแดด - ฝน สำหรับผู้ชม ก่อนเริ่มการแข่งขัน เพราะมวยโลกเริ่มแข่งขันเวลา 14.00 น. เป็นช่วงที่มีสภาพอากาศร้อนอบอ้าว ควรจัดน้ำดื่ม พัดลมไอน้ำ หรือสร้างหลังคาคลุมพื้นที่จัดการแข่งขัน เพื่อลดอุณหภูมิภายในสนาม ถัดมาคือ การประกบคู่มวยที่หลากหลายในรายการไทยปะทะต่างชาติ เช่น ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น เกาหลี ซึ่งจะทำการมวยโลกมีความน่าสนใจ สร้างแรงจูงใจให้เดินทางเข้ามาชมกิจกรรม เมื่อผู้ชมมาถึงบริเวณ ควรมีป้าย

บอกทางว่า ทางเข้า - ออกของผู้เข้าชม จุดจอดรถ ทางไปห้องน้ำ จุดบริการน้ำดื่ม จุดทิ้งขยะ และบริเวณที่พื้นที่จัดงานต้องสะอาดและปลอดภัย ทั้งเก้าอี้ ห้องน้ำ น้ำดื่ม มีพิธีกรร่วมให้ความสนุกสนาน ส่งเสียงเชียร์ร่วมกับผู้ชมจนจบรายการ

2. การจัดการแข่งขันมวยโลกนอกเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผู้จัดการการแข่งขันต้องให้ความสำคัญอันดับแรกคือ สถานที่จัดงาน ต้องอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน และมีพื้นที่กว้างขวางสามารถรองรับจำนวนผู้ชม ยานพาหนะได้อย่างสะดวกและปลอดภัย มีที่ชมแบบนั่งและแบบยืนพร้อมหลังคา ถัดมาคือการประกบคู่มวยที่มีสไตล์การชกที่ดูตื่นเต้นหน้าแลกหมัดกัน สร้างความสนุกสนานให้ผู้ชม มีเจ้าหน้าที่บริการหาที่นั่ง บริการน้ำดื่ม หรือป้ายบอกทางเข้าสู่เวทีมวยทางเข้า - ออกของผู้เข้าชม จุดจอดรถ ทางไปห้องน้ำ จุดบริการน้ำดื่ม จุดทิ้งขยะ มีที่หลบแดด มีพิธีกรร่วมให้ความสนุกสนาน ส่งเสียงเชียร์ร่วมกับผู้ชม และมีเจ้าหน้าที่จัดการจราจรหลังการแข่งขันสิ้นสุด

3. การนำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาใช้มุ่งเน้นการนำไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จะต้องนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม หรือตามความคาดหวังของผู้เข้าชม ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้เข้าชมการแข่งขันมวยโลกที่จัดขึ้นในเขตและนอกเขตกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังด้านสถานที่มากที่สุด เรื่องมีพื้นที่กว้างขวาง สามารถรองรับจำนวนผู้ชมได้ทั้งแบบนั่งชมและยืนชมพร้อมหลังคา และรองรับยานพาหนะ เพราะเป็นกิจกรรมนี้ที่เปิดให้ชมฟรี ถ้าคู่มวยในรายการเป็นที่น่าสนใจ

ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมมาก ซึ่งผู้จัดการแข่งขันต้องมีพื้นที่สำรองไว้รองรับผู้เข้าชมที่เพิ่มด้วย จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการให้เพียงพอ เช่น จุดบริการน้ำดื่มบริเวณงาน ส่วนผลิตภัณฑ์/คู่มือ ควรนำนักมวยที่มีชื่อเสียง หรือนักมวยในท้องถิ่นเข้าร่วมรายการ เป็นการกระตุ้นให้

คนในพื้นที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมนี้มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการกิจกรรมเชิญชวนประชาชนให้เข้ามาร่วม เช่น กิจกรรมชิงฟ้าราคา ประหยัดสร้างสีสันในงานมวยโลก กระตุ้นประชาชนออกมาซื้อพร้อมชมมวยโลก เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ประคอง วรรณสูตร. (2538). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). โผน กิ่งเพชร. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2558, สืบค้นจาก

https://th.wikipedia.org/wiki/โผน_กิ่งเพชร

วิไลฐ วรชัย. (2551). การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสวน

สนุกไทย: กรณีศึกษา สวนสยาม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, (วิทยาศาสตร์การกีฬา),

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2551). เคล็ดลับการตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บัค.

ห้าวหาญ ทวีแสง. (2555). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาศูนย์กลางเศรษฐกิจน

เทศบาลนครยะลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.(การจัดการท่องเที่ยว),

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เอกรัฐ ไชยโชติช่วง. (15 กุมภาพันธ์ 2556). กรรมการผู้จัดการ บริษัทเกียรติกรีรินทร์ โปรโมชันจำกัด และ

โปรโมเตอร์ผู้จัดการแข่งขันมวยโลกของสหพันธ์มวยนานาชาติ. สัมภาษณ์โดย นายคมสัน ไชยโชติช่วง