

ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย



นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

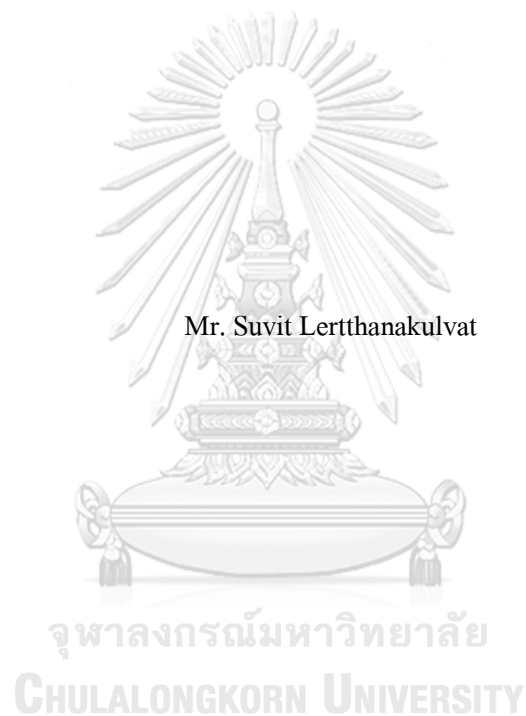
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE SATISFACTION TOWARDS THE COMPONENTS OF MUAY THAI COMPETITION
MANAGEMENT AMONG THAI SPECTATORS



Mr. Suvit Lertthanakulvat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Sports and Exercise Science

Common Course

FACULTY OF SPORTS SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวย ไทยของผู้ชมชาวไทย
โดย	นายสุวิทย์ เลิศชนากุลวัฒน์
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธา พงษ์พิบูลย์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.โสภณทิพย์ สุนทรยาธร)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)	

สุวิทย์ เลิศชนากุลวัฒน์ : ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย . (THE SATISFACTION TOWARDS THE COMPONENTS OF MUAY THAI COMPETITION MANAGEMENT AMONG THAI SPECTATORS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.กฤษณ์ โภไคยอุดม

วัตถุประสงค์ การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย ได้แก่ ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน และการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ชมชาวไทย จำนวน 440 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ และเคยเข้าชมมวยไทยชอง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.88 และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น α เท่ากับ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ใช้วิธี LSD ทดสอบความแตกต่างรายคู่

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งพบว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอยู่ในระดับมาก และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มี เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยไม่แตกต่างกันและผู้ชมชาวไทยที่มีอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ชมชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างกัน

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2562 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6178416139 : MAJOR SPORTS AND EXERCISE SCIENCE

KEYWORD: Satisfaction, Thai spectators, The components of Muay Thai competition management

Suvit Lertthanakulvat : THE SATISFACTION TOWARDS THE COMPONENTS OF MUAY THAI COMPETITION MANAGEMENT AMONG THAI SPECTATORS . Advisor: GULAPISH POOKAIYAUDOM, Ph.D.

Purpose: The purpose of this study was to study the level of satisfaction experienced by Thai spectators towards the components of Muay Thai competition management, which were operations of competition management, management of facilities, and professionalism of staff in the operating competition. The study compared the level of satisfaction of Thai spectators by gender, age, status, education level, career, and income.

Methods: Quantitative research was conducted with questionnaires. The sample included 440 Thai spectators who could all read and write in Thai. The reliability of questionnaires was 0.95 and the IOC was 0.88. The statistical variables for data analysis were frequency, percentage, average mean, standard deviation, hypothesis testing by t-test, one-way analysis of variance and comparison by LSD technique.

Results: The study found that most of the Thai spectators were males between the ages of 30 and 39 years old who had a minimum of high-school level of education, were married, and who had an average monthly income between 10,000 and 20,000 Baht. The overall satisfaction of Thai spectators towards the components of Muay Thai competition management reached a high level of agreement. The difference of demographic characteristics of Thai spectators was found to be significantly different at .05 in aspect of age, status and education, but there was no significant difference within the categories of gender, career, and income.

Conclusion: The satisfaction of Thai spectators towards the components of Muay Thai competition management had a noticeable high level of agreement. Moreover, the demographic categories of age, status, and education level demonstrated a difference in the components of Muay Thai competition management.

Field of Study: Sports and Exercise Science

Student's Signature

Academic Year: 2019

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและได้รับความช่วยเหลืออย่างดีจากอาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนวทางให้คำปรึกษา แนะนำตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ประธานกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.โสภณทิพย์ สุนทรยาธร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ในการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ที่กรุณาให้คำแนะนำและ แก้ไขข้อบกพร่อง ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล อาจารย์ ดร.ภัทรารุช ขาวสนิท และ อาจารย์ ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมืองานวิจัย ครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อธวัชชัย คุณแม่จันทรา เลิศชนากุลวัฒน์ ขอขอบคุณนางรุ่งฤดี ภรรยา นายเรวัตและนายจิรภัทร เลิศชนากุลวัฒน์ บุตรชาย ที่คอยเป็นกำลังใจและผลักดันผู้วิจัยได้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณสามารถ มะลูลีม คุณเรวดี อันนันทน์ อาจารย์สุวัฒน์ กลิ่นเกษร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด ที่ช่วยชี้แนะและผลักดันให้เข้ามาเรียนปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณสมยศ อรุณมาศ รองนายสนามมวยช่อง 7 พร้อมคณะผู้บริหาร คุณพิรพงษ์ ธีระเดชพงศ์ (ซุ่น เกียรติเพชร) โปรมอเตอร์มวยไทย 7 ลี คุณประวิทย์ ก้องทองสมุทร (ไอคือ จารูเมือง) อดีตโปรมอเตอร์ศึกจากรูเมือง คุณธีรยุทธ หอประเสริฐกิจ (เสี่ยหมี) นายสนามมวยเวทีอ้อมน้อย และเจ้าหน้าที่ของสนามมวยทุกๆ ท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้า ใช้สถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ บุคลากรทุกท่าน น้องๆ เพื่อนๆ ในคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเพื่อนๆ ภายนอกที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจกับผู้วิจัยตลอดมา

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่านที่กล่าวมาและมีได้กล่าวมาในที่นี้ จึงขอขอบพระคุณมา ในที่นี้ด้วย

สุวิทย์ เลิศชนากุลวัฒน์

สารบัญ

หน้า

.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
สมมติฐานของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
คำจำกัดความของการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	9
2. แนวคิดและทฤษฎีในการจัดการแข่งขันกีฬา.....	18
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย.....	26
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทย	44
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ	54
5.1 งานวิจัยในประเทศ.....	54

5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ.....	60
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	63
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
ประชากร	65
กลุ่มตัวอย่าง.....	65
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล	69
การวิเคราะห์ข้อมูล	71
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย.....	73
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย.....	82
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	87
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	88
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	103
สรุปผลการวิจัย	105
อภิปรายผลการวิจัย.....	108
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	116
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	118
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก ราชนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	125
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล.....	126
ภาคผนวก ค เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย	128

ภาคผนวก ง เครื่องมือในการวิจัยวิจัย.....	132
ประวัติผู้เขียน	136



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามเพศ	73
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามอายุ	73
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว 74	
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	74
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามอาชีพ	75
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามเคยมาชมมวยไทยในสนาม ก่อนหน้าี่กี่ครั้ง (ใน 3 เดือนที่ผ่านมาไม่รวมครั้งนี้)	76
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการ เข้าชมมวยไทยในสนามมวยในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	77
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามการเดินทางไปเข้าชมมวย ไทยในสนามมวยแห่งนี้กับใคร	78
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามการเดินทางไปเข้าชมมวย ไทยในสนามมวยแห่งนี้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	79
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทาง มาชมมวยไทยในสนามมวยโดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง จะต้องใช้เวลาานเท่าไร	80
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/ บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมด (โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)	81
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยใน องค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย	82
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยใน องค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	83

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยใน องค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการ จัดการแข่งขัน	85
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยใน องค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	86
ตารางที่ 17 แสดงผลแจกแจงความถี่ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ชมชาวไทยใน องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย	87
ตารางที่ 18 แสดงผลเปรียบเทียบเพศของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	88
ตารางที่ 19 แสดงผลเปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย	89
ตารางที่ 20 แสดงผลเปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย	90
ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่อายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความ พึง พอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน....	91
ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่อายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความ พึง พอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อ ต่อการจัดการแข่งขัน	92
ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่อายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความ พึง พอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	93
ตารางที่ 24 แสดงผลเปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึง พอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย	94
ตารางที่ 25 แสดงผลเปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึง พอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย	95
ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่สถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการดำเนินงานในการ จัดการแข่งขัน	96

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่สถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน97

ตารางที่ 28 แสดงผลเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย98

ตารางที่ 29 แสดงผลเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย.....99

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน100

ตารางที่ 31 แสดงผลเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย.....101

ตารางที่ 32 แสดงผลเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย.....102

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้และป้องกันชาติของไทยมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เป็นสัญชาติญาณของคนไทยที่ปลูกฝังและนิยมฝึกฝนให้มีความสามารถนี้ติดตัวสืบต่อกันมาเพื่อใช้ในยามศึกสงครามในอดีต และได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกทางภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม จากกระทรวงวัฒนธรรม (ศาสตราจารย์ จันทรวินูลย์, 2557 อ้างถึงใน เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล, 2560) และแม้ปัจจุบันมวยไทยจะกลายเป็นกีฬาประเภทหนึ่ง แต่ก็ยังคงมีการสืบทอดและสอนกันอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบันได้พัฒนามาเป็นกีฬาอาชีพ ที่มีรูปแบบการจัดการแข่งขันและก่อให้เกิดธุรกิจมวยไทยขึ้นในประเทศไทย (กรมพลศึกษา, 2559) นั่นคือ กีฬามวยไทย ซึ่งปัจจุบันมวยไทยกลายเป็นกีฬาที่มีชื่อเสียงระดับโลก และเป็นเช่นนี้ต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ ด้วยความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีส่วนดึงดูดให้ผู้ชมกีฬา (Spectators Sport) มีความนิยมและชื่นชอบ จนสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสามารถทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) และทำให้มีรายได้ทางธุรกิจสูงเพิ่มมากขึ้น (Chen et al., 2013) ซึ่งจากการวิจัยทางตลาดของ Technavio ซึ่งเป็นบริษัทที่รวบรวม ข้อมูลการวิจัยธุรกิจด้านต่างๆ ระดับโลก ยังคาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะสามารถสร้างมูลค่าได้สูง ถึง 5.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2564 โดยกีฬามวยไทยก็เป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมและมีการติดตามชมมากที่สุดในการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เนื่องจากมวยไทยมีรูปแบบการต่อสู้และกติกาที่ต่างจากมวยสากล โดยมีการต่อสู้ที่ใช้ทั้งหมัด เท้า เข่า สอก ซึ่งแตกต่างจากมวยสากลที่ใช้ได้เพียงแค่หมัดอย่างเดียว จึงทำให้มวยไทยมีความหลากหลายในการต่อสู้ การออกอาวุธที่มีหลายท่า หลายรูปแบบ มีความสนุกในการต่อสู้ จึงทำให้ความนิยมในการรับชมเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันกีฬามวยไทยกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายไปทั่วทุกภูมิภาคประเทศรวมถึง ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากอีกด้วย ทำให้มวยไทยกำลังกลายเป็นกีฬาสากล ดังจะเห็นได้จาก การนำกีฬามวยไทยไปบรรจุในการแข่งขันกีฬานานาชาติ British (Broadcasting Corporation (BBC). 2559 อ้างถึงใน เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล, 2560) นอกจากนี้ยังมีการจัดการแข่งขันชกมวยไทยในต่างประเทศ ทั้งประเทศฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมนี สหรัฐอเมริกา จีน ฮองกง หรือญี่ปุ่น โดยมีการนำกีฬามวยไทยไปประยุกต์ใช้ในชื่ออื่นๆ เช่น THAI FIGHT และ MAX WORLD CHAMPION เป็นต้น และด้วยเสน่ห์ของศิลปะการต่อสู้ และชื่อเสียงของมวยไทย จึงทำให้คนไทยหรือแม้แต่ว่าชาวต่างชาติเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาเข้าคอร์สฝึกมวยไทยกับค่ายมวยที่มีชื่อเสียงในประเทศ

ไทย อันเป็นแหล่งต้นกำเนิดของกีฬาชนิดนี้ แต่เนื่องจากการฝึกมวยไทยจะต้องใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้และฝึกฝน ทำให้ระยะเวลาของการฝึกและการพำนักอยู่ในประเทศไทยต้องใช้ระยะเวลาระยะหนึ่ง จึงคาดว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจค่ายมวยเพราะนักท่องเที่ยวที่มาฝึกมวยไทยจำเป็นต้องมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการพำนักในประเทศไทยที่มากพอในระยะยาว (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) อันเป็นผลดีและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้ นอกจากนี้ยังมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย แยกกางเกงมวยไทย เสื้อกั๊ก นวม ผ้าพันมือ เป้าหมัด เป้าเตะ กระสอบทราย และน้ำมันมวย (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2561) หรือแม้แต่ธุรกิจการจัดการแข่งขันมวยไทย

ความนิยมกีฬามวยไทยนั้น ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่มีการจัดการแข่งขันบ่อยครั้ง หลากหลายสถานที่ และเกิดขึ้นหลายแห่งทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีทั้งการจัดเป็นเวทีมวยไทยแบบถาวรและแบบสัญจรชั่วคราว ซึ่งผู้ชมมีทั้งชาวต่างชาติและคนไทย อย่างไรก็ตามก็ยังพบว่ากลุ่มลูกค้าหลักของการจัดการแข่งขันมวยไทย คือผู้ชมชาวไทยสูงถึงร้อยละ 90 (พัชรมน รัชพลเดช และ อนุพงษ์ แต่ศิริปะสาธิต, 2560) แต่จำนวนของชาวต่างชาติเริ่มมีมากขึ้นเรื่อยๆ โดย SkyScanner เว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมด้านการวางแผนเดินทางการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ได้แนะนำเวทีมวยที่มีชื่อเสียงในกรุงเทพมหานครให้กับชาวต่างชาติ และเวทีมวยที่มีชื่อเสียงในลำดับแรกๆ ได้แก่ เวทีมวยราชดำเนิน เวทีลุมพินี เวทีมวยช่อง 7 สี และเวทีมวย MBK (SkyScanner, 2017) ขณะที่สนามมวยอื่นๆ มีชื่อเสียงรองลงมา อาทิเช่น สนามมวยอ้อมน้อย สนามมวยบลูริ้นา เวทีเม็กซ์มวยไทยพัทยา เป็นต้น และแม้ว่าปัจจุบันการรับชมกีฬาประเภทมวยไทยนั้นสามารถทำได้หลายช่องทาง ทั้งที่ดูจากสถานที่จริงหรืออาจจะดูผ่านรายการ โทรทัศน์ แต่ความแตกต่างระหว่างการรับชมการแข่งขันมวยไทยจากสถานที่แข่งขันจริงหรือสนามมวยกับที่ดูผ่านรายการโทรทัศน์นั้น มีความแตกต่างกันทั้งบรรยากาศของความสนุกสนาน ความรู้สึกและอารมณ์ร่วมในการแข่งขัน ดังนั้นการที่จะดึงดูดให้ผู้ชมเปลี่ยนพฤติกรรมชมมวยไทยจากการชมผ่านรายการโทรทัศน์ซึ่งสะดวกกว่า มาเป็นเดินทางไปยังสนามเพื่อมาชมการแข่งขัน ณ สนามมวยในแต่ละแห่งได้นั้นจะต้องมีสิ่งจูงใจ ดึงดูดใจมากพอหรือเคยเป็นสิ่งที่เคยสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับผู้ชมจึงจะทำให้ผู้ชมยอมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการชมมวยไทยได้ ซึ่งสิ่งที่สามารถสะท้อนข้อมูลดังกล่าวได้ คือ ความพึงพอใจของผู้ชม ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจการจัดการแข่งขันมวยไทย จัดว่าเป็นกลุ่มธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ความพึงพอใจจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการให้บริการ รวมไปถึงรูปแบบการให้บริการ หากผู้จัดการบริการสามารถให้บริการที่ตอบสนองตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มารับบริการก็จะทำให้เกิดความประทับใจของผู้มารับบริการและทำให้เกิดพฤติกรรมมาใช้บริการซ้ำได้ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้รับบริการจึงเป็นตัว

แปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการให้บริการที่องค์กรทางธุรกิจบริการโดยทั่วไปมักต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจของผู้มารับบริการในหลายมิติ เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ (เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ, 2548) เพื่อจะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับบริการและจัดการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

การจัดการแข่งขันมวยไทยหอกมองในแง่มุมมองของธุรกิจ การจัดการแข่งขันดังกล่าวก็เปรียบดั่งสินค้า ในขณะที่ผู้บริโภคคือผู้ชม ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนและส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำของผู้บริโภค (Patterson & Spreng, 1997) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงการกลับมาเยือนและมาชมการแข่งขันที่เวทีมวย โดยหากพิจารณาในมิติของการจัดกิจกรรมพิเศษ (Event) หากไม่มีผู้เข้าชมเข้าร่วมในรายการจัดการกิจกรรมจะถือว่าการจัดกิจกรรมนั้นมีความล้มเหลว (Getz, 2007) และสำหรับการแข่งขันมวยไทยนั้น สิ่งที่สำคัญและเป็นปัจจัยสนับสนุนหลักให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้ มาจากเสียงเชียร์และการสนับสนุนจากผู้ชมในสนามมวยในขณะที่จัดการจัดการแข่งขันจริง และอาจทำให้ผู้ชมที่รับชมจากช่องทางโทรทัศน์ที่บ้านได้เห็นบรรยากาศและเกิดอารมณ์ร่วมสนุกสนานไปด้วย ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ชมในการจัดการแข่งขันมวยไทยจึงมีความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tsuji et al. (2007) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ชมเป็นตัวแปรทำนายสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่สามารถทำนายถึงแนวโน้มในการที่ผู้ชมจะกลับมาชมการแข่งขันนั้นอีก และความพึงพอใจสามารถทำนายพฤติกรรมและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ได้ (Kwon, Trail, & Andeson, 2005) นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจในการได้รับบริการ เป็นตัวแปรสำคัญที่จะดึงดูดผู้ชมกีฬา (Kotler, 1999) ได้สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อผู้รับบริการนั้นพบว่า รูปแบบกิจกรรมที่จัด สถานที่ในการจัดกิจกรรม ประสิทธิภาพของฝ่ายจัดการแข่งขัน รูปแบบการนำเสนอกิจกรรมต่อผู้ชม และสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศการเข้าชม ล้วนเป็นสิ่งที่นำไปสู่การดำเนินการที่สร้างความพึงพอใจในการบริการให้กับลูกค้า และหมายรวมถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าร่วมกับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันจะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าได้ (ศิวัตฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555) ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมของการจัดการแข่งขันมวยไทย ซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหลักจึงเป็นมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการในการให้บริการ การจัดการอีเวนต์หรือกระบวนการจัดการแข่งขันจะส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งคุณภาพการให้บริการเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจได้ (Tsuji et al., 2007) ดังนั้นหากต้องการ

ทราบความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทย ก็จำเป็นต้องศึกษาถึงองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยให้ครอบคลุมในทุกประเด็น

อย่างไรก็ตามสำหรับการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทยในประเทศไทย พบว่ายังมีอยู่ไม่มากนัก โดยงานวิจัยของ ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา โดยทำการศึกษาองค์ประกอบของการจัดการในสนามมวยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการดำเนินงานในสนามมวย เช่น การประชาสัมพันธ์ ราคาบัตร การแข่งขันให้ความสนุกสนาน เป็นต้น ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เช่น ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง สถานที่ตั้งมีความสะดวกต่อการเดินทาง มีที่นั่งชมสะดวกสบายกว้างขวาง เป็นต้น และด้านบุคลากรในการดำเนินรายการ เช่น การทำหน้าที่ของกรรมการผู้ตัดสิน อรรถาศัยของเจ้าหน้าที่ดูแลการปฏิบัติหน้าที่ของแพทย์สนาม เป็นต้น และการศึกษาของ Yusuf, Popa and Soh (2017) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยและพฤติกรรมที่จะกลับมาเข้าชมในอนาคต โดยได้แบ่งองค์ประกอบของมวยไทย (Attributes of Muay Thai) เป็นหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ระดับในการออกหมัดถึงเนื้อถึงตัว (Degree of Physical Contact) วัฒนธรรม (Culture) ความน่าดึงดูดของเกมกีฬา (Game Attractiveness) ราคา (Cost) ความนิยมของกีฬา (Popularity of Sport) ความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงสนาม (Convenience and Accessibility) กิจกรรมสร้างความบันเทิงก่อนการแข่งขันเริ่มหรือระหว่างมีการแข่งขัน (Pre-Game/In-Game Entertainment) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ของแจ็กฟรีและการสนับสนุนการขายอื่น ๆ (Free Offerings and Promotions) ซึ่งองค์ประกอบข้างต้นสามารถจูงใจผู้ชมให้เกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การบอกต่อหรือกลับมาเยือนได้ แต่ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาข้างต้นเป็นการศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคชั่วคราวและอาจไม่ได้มีความต้องการและสามารถกลับมาเยือนซ้ำได้บ่อยครั้ง จึงควรมีการศึกษาต่อกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนไทยที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักสำคัญด้วย อย่างไรก็ตามเนื่องจากรายการมวยไทยในสนามมวยต่างๆ นั้น หลายรายการมักจัดการแข่งขันในวันหยุด นั้นหมายถึงผู้ชมจำนวนมากยอมใช้เวลาว่างของตนเองเพื่อการเดินทางมารับชมสดในสนามมวย จึงเป็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจว่า ทำไมกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนไทยถึงมีความต้องการเดินทางมาชมการแข่งขันที่สนามมวย ซึ่งการศึกษาคความพึงพอใจในองค์ประกอบของการแข่งขันมวยไทย จะทำให้เกิดความชัดเจนและเป็นข้อมูลสำหรับผู้จัดการแข่งขันสามารถจัดการหรือปรับปรุงเพื่อสร้างหรือรักษาความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยต่อไปได้

ทั้งนี้ สำหรับสนามมวยที่ได้รับความนิยมนั้น พบว่า เวทีมวยช่อง 7 สี คีกรมวยไทย 7 สี เป็นรายการโทรทัศน์ถ่ายทอดสดกีฬามวยไทย ที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 เป็นระยะเวลากว่าทศวรรษ (แบน ท่าพระ, 2555) รายการนี้ทำการถ่ายทอดทางช่อง 7 HD ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14:30 น. – 16:30 น. รวมถึงมีการถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์มีเดียส์นิวส์ แชนแนล โดยเริ่มในปี พ.ศ. 2556 จนถึงปี พ.ศ. 2557 และ ปี พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน ออกอากาศคู่ขนานทางช่อง 7 HD ทางเว็บไซต์ <http://www.bugaboo.tv> (สำหรับผู้ชมในประเทศไทย) และมีบริการ SVOD ที่ชื่อ MUAYTHAI 7 สำหรับผู้ชมชาวต่างชาติ เป็นมวยที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากการจัดสถิติ 10 อันดับรายการมวยไทยที่มีเรตติ้งสูงสุด (นิลเส็น, 2559) เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ (2561) กล่าวว่า เป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างสม่ำเสมอ โดยเรตติ้งไม่เคยตก ซึ่งได้รับการกล่าวว่าเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากทั้งคนในวงการมวย รวมถึงได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วประเทศ ตลอดจนได้รับการยอมรับว่าเป็นรายการที่กรรมการให้การตัดสินดีที่สุดในและเป็นธรรมที่สุด หรือกล่าวได้ว่าตัดสินผิดพลาดน้อยที่สุด นอกจากนี้แล้วยังเป็นเวทีมวยที่เปิดโอกาสให้ทั้งผู้ชมคนไทยและต่างชาติเข้าชมฟรี แต่ในทางปฏิบัติมีการเก็บค่าเข้าชมประมาณ 100-300 บาท (ไทยรัฐ, 2562) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ สุขชัย สุรเดช เจ้าหน้าที่ทั่วไปในการจัดการแข่งขันมวยไทยช่อง 7 สี เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2562 พบว่าการจัดการแข่งขันกีฬาของเวทีมวยช่อง 7 สี เป็นกิจกรรมที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยมีผู้ชมเดินทางมาเพื่อรอเข้าชมในสนามที่ก่อให้เกิดความตื่นเต้น เร้าใจ ได้อรรถรส ความสนุก เวทีที่ใช้ในการจัดการแข่งขันเป็นห้องส่งสตูดิโอตัดแปลงมาเป็นสนามแข่งขันมวยชั่วคราวในการแข่งขัน ที่มีความจุสนามประมาณ 4,000 คน ซึ่งปกติจะมีผู้เข้าชมเต็มทุกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามยังมีคำติชมในองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันในบางประเด็น ในด้านของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย สถานที่นั่งรอก่อนที่จะเข้าด้านในเวทีมวย การจำกัดจำนวนคนเข้าชม การจัดที่นั่งเข้าชมลักษณะใครเข้าก่อนจะได้ที่นั่งก่อน ประกอบกับโซนที่เป็นเก้าอี้สำหรับนั่งชมมวยมีน้อยมาก ดังนั้นผู้ชมจะต้องไปหาที่ยืนชมการแข่งขันบนอัฒจันทร์ หากเจ้าหน้าที่เห็นว่าผู้ชมเต็มเวทีจะไม่อนุญาตให้ผู้ชมเข้าด้านในเวที (ปวีณา สุรัตน์, 2561) นอกจากนี้ยังมีกฎระเบียบซึ่งแฟนมวยที่จะเข้าชมต้องใส่เสื้อคอปกและรองเท้าหุ้มส้นเท่านั้น ห้ามใส่เสื้อยืดและรองเท้าแตะเข้าเวที โดยไม่มีการยกเว้น (มวยสยาม รายวัน-รายสัปดาห์. ออนไลน์) และยังพบว่าการทำหน้าที่ของกรรมการตัดสิน มักมีข้อขัดแย้งของผลการคำตัดสิน (SIAM SPORT. ออนไลน์) และมีการประท้วงอยู่บ่อยๆครั้ง และอาจถึงขั้นเกิดเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทระหว่างผู้เข้าชมมวย (เฉลิมนิวส์, 2558)

จากประเด็นข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นข้อมูลที่น่าสนใจ ที่แม้ว่าการดำเนินการแข่งขันจะได้รับข้อดีในการดำเนินการบางอย่าง แต่กลับยังคงเป็นเวทีมวยที่ได้รับความนิยมและความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก และไม่ได้ทำให้ผู้ชมที่เข้าชมในสนามมวยจริงลดลงแม้แต่น้อย และแม้จะ

สามารถรับชมผ่านช่องรายการโทรทัศน์หรือช่องทางทางอินเทอร์เน็ตได้ แต่แฟนมวยกลับใช้เวลาวันหยุดเพื่อเดินทางมาดูสดที่สนาม จึงเกิดแรงจูงใจที่อยากจะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทยว่าเป็นอย่างไร และลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมชาวไทยที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างไร เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลสะท้อนกลับสำหรับการพัฒนาและกำหนดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและจัดการแข่งขัน ได้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้รับชมได้มากยิ่งขึ้น และอาจเป็นต้นแบบของการพัฒนาให้กับสนามมวยแห่งอื่นซึ่งปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดอื่น ที่ยังประสบปัญหาหรืออยู่ระหว่างการพัฒนาสามารถนำไปปรับใช้และพัฒนาการบริหารจัดการ ได้ดียิ่งขึ้นต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานของการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทยที่เข้าชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์

สีกองทัพบก ช่อง 7 สี มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทย แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน
3. ด้านการจัดบุคลากรในการบริหารจัดการ

ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ในการทำการศึกษาคือ สนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี 998/1 ซอยร่วมศิริมิตร (พหลโยธิน18/1) ถ.พหลโยธิน แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประมาณ 5 สัปดาห์ (2 กุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2563)

คำจำกัดความของการวิจัย

1. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทย (The Satisfaction of Muay Thai Competition Management) หมายถึง ความรู้สึกด้านบวกของผู้รับชมมวยชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทย สนามมวยไทยช่อง 7 สี

2. องค์ประกอบของการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ซึ่งดัดแปลงจาก ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) และ Yusuf, Popa and Soh (2017) ดังนี้

2.1 ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน หมายถึง การบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเวทีการแข่งขัน ซึ่งหมายรวมถึง การกำหนดวิธีการที่ชัดเจน การบริหารจัดการให้การแข่งขันมีความสนุก การสร้างความน่าดึงดูดของเกมนักกีฬา การสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นมวยไทย ซึ่งถือว่าปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรม และทำให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์จากตาหูฟังและความรู้สึกหรือประสบการณ์ได้โดยทันที

2.2 ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน หมายถึง การที่เวทีได้จัดอุปกรณ์ที่จำเป็น รวมถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่รองรับลูกค้าที่สร้างหรืออำนวยความสะดวกให้ผู้รับชมที่เวที เช่น ป้ายสัญลักษณ์ เก้าอี้นั่ง ห้องสุขา เป็นต้น และหมายรวมถึง การประชาสัมพันธ์และนำเสนอ การจัดทำการตลาดเพื่อนำเสนอข้อมูลไปยังผู้ชมได้หลากหลายช่องทาง เข้าถึงได้ง่าย และสามารถสร้างความดึงดูดใจในการมาเข้าชมในสนาม

2.3 ด้านการจัดบุคลากรในการบริหารจัดการ หมายถึง การที่เวทีมวยได้จัดสรรบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ให้อย่างเหมาะสม อันประกอบด้วย ผู้จัด (โปรโมเตอร์) นักมวย เจ้าหน้าที่สนาม กรรมการผู้ตัดสิน แพทย์ประจำสนามและการปฐมพยาบาล เจ้าหน้าที่รักษาความ

ปลอดภัย ทหารและตำรวจ คณะบริหารเวที คณะกรรมการพิจารณาต่างๆ เช่น การจัดอันดับนักมวย หรือการพิจารณาเรื่องต่างๆ รวมไปถึงแพทย์ บริกร และผู้สื่อข่าว ที่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขันมวย และบุคลากรดังกล่าวสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามหน้าที่และเต็มความสามารถ

3. **ผู้ชมชาวไทย (Thai Spectators)** หมายถึง ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย ในสนามมวย สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี มีสัญชาติไทย มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสนามมวยไทยหรือโปรโมเตอร์มวยไทย สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการจัดการธุรกิจ
3. สถาบันการศึกษาที่สอนด้านการบริหารจัดการกีฬา สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาและนำไปเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอน ด้านการบริหารจัดการกีฬามวยไทยได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในองค์กรประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าหนังสือ เอกสาร รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่เป็นแนวทางและมีส่วนสนับสนุนในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ และนำมาเรียบเรียงเป็นหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬา
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย
 - 3.1 ประวัติและความเป็นมาของมวยไทย
 - 3.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันมวยไทย
 - 3.3 แนวคิดองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทย
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์กับผู้ชมมวยไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมาย

ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ระดับความรู้สึกในทางบวกหรือลบของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ชัยนาท หาญวิเศษ, 2554) ได้มีการกำหนดขึ้นโดยนักวิชาการและผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ไว้ต่างๆ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (Nectec, 2554) ให้ความหมายคำว่า “พึงพอใจ” คือ พอใจ ชอบใจ เหมาะและให้ความหมายของคำว่า “พึงพอใจ” หมายถึง รัก ชอบใจ

Morse (1958) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Vroom (1984) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคดีด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคดีด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

คณิต ดวงหัตติ (2537) มีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบอื่นๆ เช่น สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาพทางกายภาพที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล และผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม เป็นต้น

Mccormik (1965 อ้างถึงใน วัฒนา เพ็ชรวงษ์, 2542) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ เป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory of Motivation) ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการ เป็นปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นความต้องการทางกายภาพ เพื่อจะอยู่รอดของมนุษย์อันประกอบด้วย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย เป็นต้น
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น
3. ความรักและความเป็นเจ้าของ หรือความต้องการด้านสังคม เช่น ความต้องการให้ได้รับยอมรับ ความรักความต้องการที่เป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เป็นต้น
4. ความเคารพนับถือ เป็นความต้องการที่ต้องการการยกย่อง มีสถานะทางสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น
5. ความสมบูรณ์ของชีวิต เป็นความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิตของแต่ละบุคคล เมื่อใดก็ตามที่บุคคลเกิดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง และความต้องการนั้นๆ ได้รับการตอบสนอง บุคคลนั้นย่อมเกิดความพึงพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ การมีปฏิกริยาในระหว่างที่มีการประเมินหลังการซื้อมากกว่าในระหว่างการประเมินก่อนการซื้อ ไม่ว่าจะผลที่ออกมาจะเป็นพอใจ ไม่พอใจ และเลิกใช้ก็ตาม

วัฒนา เพ็ชรวงษ์ (2542) ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งบุคคลจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

Kotler (1994) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้าซึ่งผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผู้รับรู้ผลจากการให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า กับความคาดหวังของลูกค้า แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับความไม่พอใจ (Dissatisfaction)
2. ระดับความพอใจ (Satisfied)
3. ระดับความพอใจมาก (Highly Satisfied)

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

จากความหมายข้างต้น อาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมซึ่งเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกของแต่ละบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือ ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี หรือในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้น

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

จากการศึกษาแนวคิดของนักการตลาดพบว่าความพึงพอใจของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก เป็นความพึงพอใจกับผลที่เกิดขึ้นจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก เป็นความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่งซึ่งเรียกว่า ความพึงพอใจ (จิตตินันท์ เตะชะคุปต์, 2543)

Oliver (1980 อ้างถึงใน จิตตินันท์ เตะชะคุปต์, 2543) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณัแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณัแสดงออกความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ความพึงพอใจ เป็นการอธิบายถึงความคาดหวังของลูกค้า (Expectation) ที่เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ หรือจากการได้รับข้อมูลบุคคลอื่นที่ให้ข้อมูลทางด้านการตลาดและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความคาดหวังในผลิตภัณฑ์ และส่งผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งหากผู้จัด/ผู้ขายสินค้าได้เสนอประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อจะทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าที่มากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ศิริวรรณ ณ ปทุม และคณะ(2550) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจของลูกค้า คือ การเปรียบเทียบความรู้สึกที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง

Kotler (1994) กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ว่าเป็นความรู้สึกหลังการซื้อของลูกค้า ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า กับการให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้าที่ลูกค้าคาดหวัง ถ้าสินค้าหรือบริการสูงกว่าจะทำให้ลูกค้าประทับใจ แต่ถ้าสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ

Shelly (1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึก แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

Mullin (1985. อ้างถึงใน ชัยนาท หาญวิเศษ, 2554) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน โดยจะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้นแล้วเกิดความพอใจ เป็นผลกลับไปเป็นวงจรยังจุดเริ่มต้นและเป็นกระบวนการหมุนเวียนไปอีก ตามภาพประกอบ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปที่ 1 การเกิดความพอใจของบุคคล

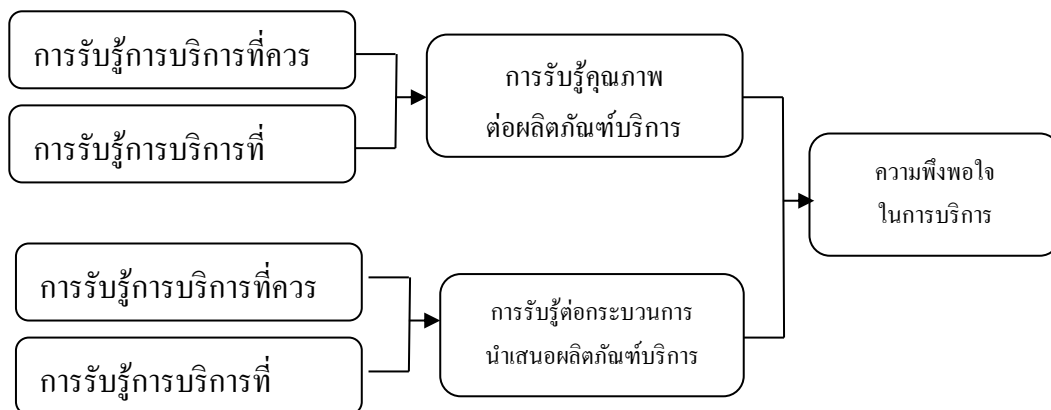
ที่มา : วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542).

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งจะเป็นผลจากการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการ ในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับเทียบกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการหรือจากสถานการณ์ของการบริการใดบริการหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจอาจจะไม่คงที่และสามารถแปรผันได้ตามช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการจะมี 2 ส่วน ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ โดยผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพหรือบริการที่ได้รับนั้นมีลักษณะตรงตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทหรือไม่ และควรจะต้องได้รับในปริมาณมากน้อยเพียงใด ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ โดยผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการของผู้ให้บริการ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิริยาตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ ทั้งในด้านของความรักใคร่ชอบที่มีต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย หรือการปฏิบัติตนในการให้บริการ รวมไปถึงความเอาใจใส่ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต่อไป

ซึ่งกระบวนการของความพึงพอใจนั้น จะเกิดจากการที่ผู้บริโภคประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ รวมไปถึงกระบวนการนำเสนอบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มี หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการ ผู้บริโภคก็จะเกิดความพึงพอใจ และในลักษณะตรงข้ามกัน หากผู้บริโภคมีการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ทั้งความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการก็ย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการนั้น ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
ที่มา : จิตตินันท์ เชชะอุบต์ (2543)

จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจต่อการบริการ เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความต้องการ ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งความรู้สึกสามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหรือการบริการในแต่ละครั้ง

ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งผู้บริหารนอกจากจะบริหารงานให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถดำเนินงานและให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญเติบโตของงานบริการ ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญและควรศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

ความพึงพอใจในการรับบริการ เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาในการให้บริการสู่ความเป็นเลิศขององค์กร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาการให้บริการ เนื่องจากความพึงพอใจเป็นข้อมูลสำคัญที่องค์กรส่วนใหญ่ใช้เป็นแกนหลักสำคัญในการกำหนดหรือปรับแนวทางการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการให้เกิดความประทับใจ ซาบซึ้งในการให้บริการ และความพึงพอใจหลังการให้บริการจะเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนต่อภาพลักษณ์ขององค์กรด้วย

เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนากิจ (2548) ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ ว่าหมายถึง เป้าหมายของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ทั้งหลายต่างพยายามหากลยุทธ์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ เพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการ ได้เกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่ายในการให้บริการ

เนื่องจากความพึงพอใจเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการให้บริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้มารับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้มารับบริการเป้าหมายเสียก่อน จึงจะทำให้สามารถกำหนดรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมและทำให้เกิดความประทับใจของผู้มารับบริการได้ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจึงเป็นตัวแปรสำคัญ ในการประเมินคุณภาพของการให้บริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งโดยทั่วไปองค์กรทางธุรกิจบริการจะทำการสำรวจและประเมิน ความพึงพอใจของผู้มารับบริการในหลายมิติ เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจ

สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจนั้น เหตุผลหลักเพื่อทราบความความต้องการของผู้บริโภค แล้วทราบแนวทางในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นมากยิ่งขึ้น ซึ่งการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจขององค์กรขึ้นพื้นฐานแบ่งออกได้เป็น 7 ประการ ดังนี้ (Gerson, 1993 อ้างถึงใน แสงระวี สิงห์อำพล, 2555)

1. เพื่อเรียนรู้การรับรู้ของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคแต่ละคนมีความความพึงพอใจแตกต่างกัน
2. เพื่อสรุปสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ สิ่งที่เป็นต่อผู้บริโภค การเรียกร้องและความคาดหวังของผู้บริโภค
3. เพื่อลดช่องว่างระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรธุรกิจ เพราะช่องว่างเกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง กับสิ่งที่องค์กรตอบสนอง หากมีช่องว่างความแตกต่างมากขึ้น จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจ เช่นเดียวกับหากมีช่องว่างระหว่างความแตกต่างน้อยลง ความพึงพอใจก็จะมีมากขึ้น

4. เพื่อตรวจสอบสิ่งที่คาดหวังเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพ การบริการ และความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

5. เหตุผลในการเพิ่มคุณภาพอาจนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของกำไร

6. เพื่อเรียนรู้การทำงาน และทิศทางในการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต

7. เพื่อนำผลไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

จึงสามารถสรุปได้ว่าการประเมินความพึงพอใจเพื่อเป็นการประเมินคุณภาพ เพื่อให้ได้รับรู้ว่าแต่ละคนมีความความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละองค์ประกอบขององค์กรหรือองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยต่อไปได้

จากที่กล่าวข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดระดับความพึงพอใจ สามารถกระทำได้หลายวิธี (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534) ต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด
2. การสัมภาษณ์ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง
3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการและหลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับความสะดวกเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้

ซึ่งจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจในการเรียนรู้สามารถที่จะวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความ สะดวกความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วยจึงจะส่งผลให้การวัดนั้น มีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2554) ได้ให้แนวคิดในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งสามารถเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จของการตลาด โดยจะเปรียบเทียบกับการปฏิบัติงานของสินค้าหรือบริการ โดยจะแบ่งออกมาเป็น 3 แบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ โดยเกิดจากการปฏิบัติงานของสินค้าดีกว่าความคาดหวัง

รูปแบบที่ 2 มีความรู้สึกเฉยๆ โดยเกิดจากการปฏิบัติงานของสินค้าเท่ากับความคาดหวัง

รูปแบบที่ 3 มีความไม่พอใจ โดยเกิดจากการปฏิบัติงานของสินค้าด้วยคุณภาพกว่าคาดหมาย

ทั้งนี้ในการจัดการแข่งขันกีฬา Tsuji et al., (2007) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการดูเกมกีฬาการแข่งขัน พบว่า การจัดการอีเวนต์หรือกระบวนการจัดการแข่งขันจะส่งผลต่อความพึงพอใจ นอกจากนี้คุณภาพการให้บริการเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจได้ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ชมเป็นตัวแปรทำนายสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่สามารถทำนายถึงแนวโน้มในการที่ผู้ชมจะกลับมาชมการแข่งขันนั้นอีก โดยชัยนาท หาญวิเศษ (2554) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมต่างชาติต่อการจัดการแข่งขันในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ พัทยา พบว่า นอกจากการจัดการแข่งขันแล้วยังมีองค์ประกอบอื่นได้แก่ เรื่องบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะต้องประเมินความพึงพอใจของผู้ชม

ซึ่งสำหรับบริบทของงานวิจัยนี้เป็นการจัดการแข่งขันมวยไทยของช่อง 7 สี ซึ่งก็จะถือว่าเป็นธุรกิจที่บริการให้ผู้ชมเข้ามารับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันมวย โดยที่กระบวนการจัดการแข่งขันมวยถือเป็นสินค้าแต่ก็ยังมีองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ทั้งบุคลากร เช่น กรรมการ เจ้าหน้าที่ประจำสนามมวย และบุคลากรทีมแพทย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เช่น ป้ายสัญลักษณ์เก้าอี้ที่นั่ง ห้องน้ำ เป็นต้น ที่จะมามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยช่อง 7 สี และความพึงพอใจในองค์ประกอบดังกล่าวก็มีแนวโน้มส่งผลให้กลับมาชมมวยไทยอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งทางช่อง 7 สี ก็จะได้รับผลดีในแง่ของการสร้างเสียงเชียร์ของผู้ชมเพื่อให้การจัดการการแข่งขันเป็นไปอย่างตื่นเต้นและสนุกสนาน

2. แนวคิดและทฤษฎีในการจัดการแข่งขันกีฬา

เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย (2558) ได้กล่าวถึง การจัดการกีฬา ว่าเป็นกระบวนการจัดการ (Process Management) ที่จะต้องมีวิธีการปฏิบัติเพื่อให้การดำเนินการทางการกีฬาสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีคุณค่าและเกิดประโยชน์ ซึ่งในการจัดการกีฬาที่มีอยู่ปัจจุบัน ยังนิยมใช้รูปแบบการปฏิบัติตามๆ กันมาด้วยประสบการณ์เป็นหลักและแนวทางในการปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการกีฬาจำเป็นต้องทำการศึกษาพัฒนาศาสตร์ด้านการจัดการควบคู่ไปด้วย เนื่องจากปัจจุบันการจัดการกีฬามีการใช้ศาสตร์การจัดการการเงิน การจัดการธุรกิจมาดำเนินการ แต่โดยแท้จริงแล้วการจัดการการกีฬามีความครอบคลุมในหลายส่วนของการจัดการเพราะกระบวนการกีฬามีกระบวนการที่ครอบคลุมในศาสตร์หลายแขนง และยังครอบคลุมไปถึงอุตสาหกรรมทางการ

กีฬา ดังนั้นการจัดการกีฬาจึงเป็นศาสตร์ที่นอกจากจะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินการกีฬาแล้ว ยังมีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ของการจัดการด้วย ซึ่งสาระต่างๆ ที่ควรเกี่ยวกับการจัดการกีฬา ควรประกอบด้วย

1. การจัดการองค์การกีฬา
2. การจัดการการแข่งขันกีฬา
3. การจัดการการฝึกนักกีฬา
4. การจัดการสถานกีฬา - ศูนย์กีฬา
5. การจัดการสนามแข่งขันกีฬา
6. การจัดการธุรกิจ อุตสาหกรรมกีฬาและกิจกรรมการออกกำลังกาย
7. สถาบันและองค์กรส่งเสริมกีฬา-แผนพัฒนากีฬา
8. องค์กรวิชาชีพ- อาชีพการกีฬา

สำหรับงานวิจัยนั้นเป็นการศึกษาเรื่องการจัดการแข่งขันมวยไทยช่อง 7 สี ซึ่งจะอยู่ในหมวดหมู่ของการจัดการการแข่งขัน ซึ่งจะมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการอีเวนต์

อีเวนต์ (Special Event) นั้น Goldblatt (1997) ให้ความหมายไว้ว่า “เป็น ช่วงเวลาที่พิเศษสำหรับการเฉลิมฉลอง ด้วยการจัดพิธีการ (Ceremony) และพิธีกรรม (Ritual) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการเฉพาะด้าน Shone & Parry (2004) มองว่า Special Events คือ กิจกรรมทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมเพื่อสันทนาการ (Leisure Events) เช่น กีฬา หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Events) เช่น ศิลปะ การเฉลิมฉลอง หรือกิจกรรมสำหรับองค์กร (Organisational Events) เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการขายการเมืองหรือกิจกรรมส่วนบุคคล (Personal Events) เช่น งานแต่งงาน เป็นต้น จากมุมมองนี้สามารถสรุปได้ว่าอีเวนต์ คือ กิจกรรมทุกรูปแบบที่จัดทำขึ้นหรือสร้างขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะขึ้นอยู่กับผู้จัดอีเวนต์นั้นๆ

Goldblatt (1997) ให้ความหมายไว้ว่าอีเวนต์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ และเกรียงไกร กาญจนะ โภคิน (2555) ยังได้ให้ความหมายว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารที่นำแบรนด์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสร้างประสบการณ์ร่วมกับแบรนด์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้วยตัวเองผ่านทางรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส นอกจากนี้ ธีรพันธ์ เล่ห์ทองคำ (2546) และ Giannini (2010) ได้แบ่งอีเวนต์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 กิจกรรมพิเศษที่สร้างเอง (Created Event หรือ Self-produced Event) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรคิดและจัดขึ้นเอง

2.2 กิจกรรมพิเศษที่ไปร่วมกับผู้อื่น (Participating Event หรือ Third-party Event) หมายถึง กิจกรรมที่องค์กรไปร่วมกบองค์กรอื่น หรืองานที่ผู้อื่นจัดขึ้น

Bladen et al (2012) ได้ให้คำจำกัดความคำว่า “Special Event” คือ กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งและมีจุดมุ่งหมายให้กลุ่มคนมาพบปะกัน โดยจำแนกประเภทออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- 1) กิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและความบันเทิง (Leisure Event)
- 2) กิจกรรมพิเศษเฉพาะบุคคล (Personal Event)
- 3) กิจกรรมพิเศษด้านวัฒนธรรม (Cultural Event)
- 4) กิจกรรมพิเศษเกี่ยวกับองค์กรหรือสถาบัน (Organizational Event)

ขณะที่ Toole & Mikolaitis (2002) ได้เสนอรูปแบบของกิจกรรมพิเศษไว้ดังนี้

1. กิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร (Corporate Event) ไม่ว่าจะเป็นการแจกรางวัล งานเปิดตัวต่างๆ การร่วมงานแสดง สินค้าการเดินทางให้ข้อมูลองค์กร (Road Show) งานฉลองเปิดสาขาใหม่การประชุมเชิงปฏิบัติการการประชุมวิชาการหรือวิชาชีพ เป็นต้น

2. การจัดสัมมนา

3. กิจกรรมพิเศษภายในองค์กร (Internal Corporate Event) เช่น งานสังสรรค์พนักงาน

4. กิจกรรมสรรหาพนักงานใหม่ (Recruitment Event)

5. กิจกรรมระดมทุน (Fund-raising Event)

6. นิทรรศการทางการค้า (Trade Exhibition)

7. การแข่งขันกีฬา (Sport Exhibition)

8. กิจกรรมเพื่อชุมชน (Community / Public Event)

ซึ่งจะนำไปสู่ขั้นตอนการบริหารจัดการอีเวนต์ ดังที่ Goldblatt (1997) ได้เสนอกระบวนการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ ที่ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ การวิจัย (Research) การออกแบบ (Design) การวางแผน (Planning) การประสานงาน (Coordination) และ การประเมินผล (Evaluation) และ Giannini (2010) ได้กล่าวถึงกฎเบื้องต้นของการจัดอีเวนต์ให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. เลือกประเภทกิจกรรมพิเศษอย่างระมัดระวัง โดยต้องมั่นใจว่าประเด็นของกิจกรรมพิเศษสะท้อนพันธกิจ ขององค์กรและมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน
2. เชื่อมโยงภาพลักษณ์ขององค์กรเข้ากับอีเวนต์ เนื่องจากคนส่วนใหญ่เข้าร่วมอีเวนต์จากหัวข้อหรือชื่องาน ดังนั้นหากองค์กรสามารถเชื่อมโยงชื่องานเข้ากับองค์กรได้มากเท่าไรก็จะสามารถสร้างการจดจำได้มากขึ้นเท่านั้น
3. มีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ โดยการพูดคุยกับผู้เข้าร่วมงาน
4. สร้างการรับรู้โดยการใช้อื่นๆ ในกิจกรรมพิเศษ เช่น การใช้ป้ายโฆษณา เสื้อผ้าเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับรู้ถึงองค์กรและการมีส่วนร่วมขององค์กรในกิจกรรมนั้นๆ
5. มอบของที่ระลึกให้กับผู้เข้าร่วมงาน เพื่อเป็นการตอกย้ำหรือเตือนความจำเกี่ยวกับองค์กร
6. สร้างการรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษล่วงหน้า โดยการสื่อสารไปยังสื่อมวลชน หรือผ่านสังคมออนไลน์
7. สร้างการรับรู้ในขณะจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การให้สื่อมวลชนเข้าร่วมงาน หรือสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน
8. สร้างการรับรู้หลังจากการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยการส่งข่าว ภาพข่าวไปยังสื่อมวลชน หรือการส่งข้อความ ขอบคุณผู้เข้าร่วมงาน

จากการศึกษาทบทวนดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการออกแบบกิจกรรมอีเวนต์หรือองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันจะมีความต้องการวางแผน การพัฒนา และการบริหารจัดการกิจกรรมงานอีเวนต์ เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้เข้าร่วมงานกิจกรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด ซึ่งผ่านประสบการณ์จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 (Multi-Sensory Experience) ผ่านการมองเห็น (Sight) ทางสายตา ผ่านการได้ยิน (Hearing) ทางหู ผ่านการลิ้มรสชาติ (Tasted) ทางลิ้นสัมผัส ผ่านการดมกลิ่น (Smell) ทางจมูก และผ่านการสัมผัส (Touch) ทางกาย (Ferdinand & Kitchin, 2017)

Adema & Roehl (2010) ได้เสนอปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการออกแบบที่มีชื่อว่า “two-fold concept” ได้แก่ 1) แนวคิดในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับรูปลักษณ์ (Look) และความรู้สึก (Feel) ของอีเวนต์ และ 2) คุณลักษณะที่ดีในการดำเนินการจัดงานอีเวนต์ให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จสูงสุด

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าอีเวนต์หรือกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมทุกรูปแบบที่จัดทำขึ้นหรือสร้างขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะขึ้นอยู่กับผู้จัดอีเวนต์นั้น ๆ โดยจะต้องมีการวางแผนในการจัดงาน เพื่อให้ตอบสนองกับผู้เข้าร่วมงานซึ่งจะได้รับรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งในกรณีของการจัดการแข่งขันมวยไทยช่อง 7 สีก็จะถือว่าเป็นอีเวนต์ในรูปแบบหนึ่งอันเป็นกิจกรรมการแข่งขันกีฬา ซึ่งผู้ชมจะได้รับรู้ประสบการณ์ผ่านการแข่งขันออกหมัดของนักมวย ซึ่งนอกจากการจัดการแข่งขันบนเวทีแล้วยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะสร้างความรับรู้ถึงกิจกรรมดังกล่าวได้ทั้งก่อนการจัดเช่นการประชาสัมพันธ์หรือองค์ประกอบที่จะสร้างความสะดวกสบายขณะรับชมการแข่งขัน ได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวก ที่นั่ง ห้องน้ำ ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นต้น

2.2 แนวคิดการจัดการแข่งขันกีฬา

การแข่งขันกีฬา นอกจากจะเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ช่วยพัฒนามาตรฐานการกีฬาแห่งชาติแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาคนให้เป็นคนที่มีสุขภาพดี จิตใจเต็มเปี่ยมด้วยน้ำใจนักกีฬามีวินัย เสียสละ อุดม รุ่งแพ้วรณะ (น้อม สังข์ทอง, 2553) ซึ่งในการจัดการแข่งขันกีฬาที่มีคุณภาพนั้น ผู้จัดจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในวิธีการจัดการแข่งขันที่ดี ต้องทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการแข่งขันกีฬาโดยสามารถบริหารจัดการให้เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการแข่งขันกีฬาที่มีความยุติธรรมกับทุกฝ่าย

หลักคำคัญของการจัดการแข่งขันกีฬา

การจัดการแข่งขันกีฬาทั้ง 2 ลักษณะ แม้จะมีวิธีการที่แตกต่างกันในรายละเอียด แต่มีหลักสำคัญ 2 ประการในการดำเนินการจัดการแข่งขันกีฬา ได้แก่

1. หลักการจัดการแข่งขันที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม

หลักการจัดการแข่งขันที่มีความบริสุทธิ์ ยุติธรรม เป็นหลักการจัดการแข่งขันเบื้องต้นที่ผู้จัดต้องคำนึงให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขันทุกคน ทุกฝ่าย และทุกๆ ทีม โดยต้องให้ความยุติธรรมและเลิกการลำเอียงหรือเข้าข้างทีมตัวเองหรือที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด เพื่อมิให้เกิดการประท้วงฟ้องร้องหรือเกิดข้อขัดแย้งกัน ซึ่งหากการจัดการแข่งขันกีฬาของคณะกรรมการจัดการแข่งขันโดยให้สิทธิ์เจ้าภาพได้เปรียบมากกว่า จะนำมาซึ่งความยุ่งยากและทำให้การแข่งขันขัดแย้งกับปรัชญาและอุดมการณ์ของการแข่งขันกีฬา

2. หลักการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ

หลักการจัดการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การจัดการแข่งขันที่ประหยัดทั้งปัจจัยด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ได้รับการสนับสนุนจากสื่อมวลชนและประชาชน มีการประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและอาจนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการแข่งขัน เพื่อให้การแข่งขันนั้นสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดของการแข่งขันกีฬาและมีความสอดคล้องกับปรัชญาและอุดมการณ์ของการแข่งขันกีฬาอย่างแท้จริง โดยต้องประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ

- 1.1 ขั้นวางแผนเตรียมการจัดการแข่งขัน
- 1.2 ขั้นตอนดำเนินการแข่งขัน
- 1.3 ขั้นสรุปผล

ปรีชา ตันจรรย์านนท์ (2529 อ้างถึงใน เลี้ยวอ๋อ เกียมาเต้อเจ้อ, 2556) กล่าวว่า การแข่งขันกีฬาเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่ช่วยพัฒนามาตรฐานการกีฬา และช่วยเสริมสร้างและพัฒนามนุษย์ทั้งสุขภาพที่สมบูรณ์และพัฒนาจิตใจ ที่เปี่ยมไปด้วยน้ำใจของการเป็นนักกีฬาได้

ในการดำเนินการแข่งขันกีฬา จะจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ

1) การจัดการแข่งขันกีฬาทั่วไป หรือ การจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬา ซึ่งมีลักษณะเป็นการจัดการแข่งขันกีฬาหลายประเภทในช่วงเวลาเดียวกัน เช่น การจัดการแข่งขัน โอลิมปิกเกมส์ เอเชียนเกมส์

2) การจัดการแข่งขันกีฬาเฉพาะอย่าง เป็นการจัดการแข่งขันกีฬาในแต่ละประเภท โดยจัดการแข่งขันในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น การแข่งขันมวยสากล การแข่งขันเทนนิส การแข่งขันแบดมินตัน

มนต์ชัย อนุดิษฐ์ (2553) แบ่งการจัดการแข่งขันกีฬาเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การจัดการแข่งขันกีฬาทั่วไป หรือการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬา ซึ่งมีการแข่งขันกีฬาหลายประเภทในช่วงเวลาเดียวกัน ได้แก่ โอลิมปิกเกมส์ เอเชียนเกมส์ ซีเกมส์ กีฬาแห่งชาติ กีฬามหาวิทยาลัย เป็นต้น

2. การจัดการแข่งขันเฉพาะบางอย่าง โดยจะมีการแข่งขันกีฬานิตยชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น เช่น การแข่งขันมวยสากลสมัครเล่น การแข่งขันวอลเลย์บอลชิงชนะเลิศ การแข่งขันฟุตบอล เป็นต้น

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการจัดการแข่งขันกีฬา จะมีรายละเอียดและวิธีการแตกต่างกันออกไป แต่มีขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน ในการเตรียมการเพื่อจัดการแข่งขัน ดังต่อไปนี้ (ปรีชา ตันจริยานนท์ 2529 อ้างถึงใน เลี้อ๋อ เกียมาเค้อเจ้อ, 2556)

1. ขั้นตอนการวางแผนการจัดการแข่งขัน

ขั้นตอนการวางแผน คือ การเตรียมการหรือคาดการณ์ล่วงหน้า ในการดำเนินการหรือตัดสินใจบางอย่างในปัจจุบันที่จะส่งผลกระทบต่ออนาคต ซึ่งมีรายละเอียด ได้แก่ การระบุนงานที่ต้องทำ วัตถุประสงค์ของการทำ ระยะเวลาที่ต้องทำ ช่วงเวลาที่ต้องทำ และมีการระบุวิธีการปฏิบัติ ขั้นตอนของการทำงาน ผู้รับผิดชอบ ผู้ร่วมงาน สถานที่จัดงาน โดยมีเป้าหมายของการดำเนินงานในขั้นนี้ เพื่อเป็นการเตรียมการจัดงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายและยังสามารถประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณ เกิดการบริหารทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ขั้นตอนการดำเนินการจัดการแข่งขัน

เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการภายหลังจากการวางแผนเตรียมการจัดการแข่งขันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเมื่อถึงกำหนดระยะเวลาในการแข่งขันตามแผนที่วางไว้ ให้ดำเนินการแข่งขันไปตามโปรแกรมที่จัดไว้แต่อย่างไรก็ดี แม้มีการวางแผนงานในขั้นตอนแรกดีเพียงใด บางครั้งการดำเนินงานก็อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ดังนั้นแนวทางในการดำเนินการที่ดีควรมีการดำเนินการ ประสานกับคณะกรรมการฝ่ายการตัดสินและคณะกรรมการจัดการแข่งขัน และฝ่ายอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องใกล้ชิด เพื่อให้การจัดการแข่งขันตาม โปรแกรมด้วยความสัมพันธ์สอดคล้องและบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรมีการควบคุมการแข่งขัน โดยเป็นการตรวจสอบและดูแลงานของคณะกรรมการจัดการแข่งขันแต่ละฝ่ายว่า สามารถดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับการจัดการแข่งขันที่เตรียมไว้หรือไม่ อย่างไรก็ตามเพื่อจะได้แก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันกีฬามีผลคลาดเคลื่อนไปจากวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยควรมีการจดบันทึก รวบรวมสถิติและผลการแข่งขันไว้ เพื่อรายงานผลการแข่งขันให้นักกีฬา ผู้ชม ผู้สื่อข่าวและบุคคลทั่วไปได้ทราบ และเพื่อเป็นข้อมูลที่จะสามารถนำไปใช้ในขั้นตอนของ การสรุปประเมินผลการจัดการแข่งขันด้วย

3. ขั้นตอนสรุปประเมินผล

เป็นขั้นตอนสุดท้ายของ โครงการจัดการแข่งขันกีฬาที่ผู้จัดการแข่งขันหรือผู้ที่เป็นเจ้าภาพต้องกระทำ โดยมีการเรียกประชุมคณะกรรมการจัดการแข่งขันและคณะกรรมการอนุกรรมการจัดการแข่งขันทุกฝ่าย เพื่อสรุปผลการดำเนินงานเพื่อรายงานให้ผู้บริหาร หรือผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าทราบพร้อมกับส่งผลสรุปการแข่งขันกีฬานิตต่าง ๆ ไปยังหน่วยงานที่ส่งทีมเข้าร่วมแข่งขัน

ซึ่งจากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการแข่งขันกีฬา มีองค์ประกอบ ในแต่ละขั้นตอน ดังนี้



รูปที่ 3 สรุปองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬา

โดยสรุปแล้ว จากแนวคิดในการจัดการแข่งขันกีฬาจะพบว่า การจัดการแข่งขันจะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ ส่วนที่ผู้จัดการแข่งขันเป็นผู้ดำเนินการ และส่วนที่ผู้ชมการแข่งขันได้รับรู้ในมุมมองของผู้ชมซึ่งผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาความพึงพอใจในการจัดองค์ประกอบของการแข่งขันมวยไทย และเก็บข้อมูลกับผู้ชมกีฬา ใน

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงจะแบ่งรูปแบบของการจัดการแข่งขันกีฬา โดยเลือกเฉพาะมิติที่ผู้ชมได้รับรู้ และสามารถแสดงความคิดเห็นและความพึงพอใจได้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการจัดการในการดำเนินการแข่งขัน ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการบุคลากรในการดำเนินงาน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

3.1 ความหมาย ประวัติและความเป็นมาของมวยไทย

ความหมาย

จากการศึกษาและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีผู้ให้คำจำกัดความ และให้ความหมายของคำว่ามวยและมวยไทยไว้หลากหลายแตกต่างกันไป ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า มวย หมายถึง การชกกันด้วยหมัด มวยไทยเป็นกีฬาชกมวยบนเวทีที่มีกติกายอมให้คู่ชกใช้หมัด เท้า เข่า และศอกได้

จรรยา แก่นวงษ์คำ (2530) ได้ให้ความหมายไว้ว่า มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งเชิงกีฬาและการต่อสู้จริงๆ เป็นศิลปะที่มีมาแต่โบราณกาลของบรรพบุรุษไทย ซึ่งจะฝึกฝน อบรมสั่งสอนให้กับชายไทยเพื่อป้องกันตัวและชาติ และจะฝึกพร้อมกับอาวุธรบในสมัยโบราณ เช่น กระบี่ พลอง ดาบ ง้าว ทวน เป็นต้น มวยไทยจะเกิดประโยชน์มากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่ต้องเข้าต่อสู้ประชิดตัว ซึ่งจะต้องอาศัยใช้อวัยวะบางส่วนเข้ามาช่วย เช่น เข่า ศอก เป็นต้น แต่เดิมมาศิลปะมวยไทยที่มีชั้นเชิงสูง มักจะฝึกสอนกันในบรรดาเจ้านายชั้นผู้ใหญ่หรือเฉพาะพระมหากษัตริย์และขุนนางฝ่ายทหารเท่านั้น ต่อมาจึงได้แพร่หลายไปถึงสามัญชนซึ่งได้รับการถ่ายทอดวิชาการจากบรรดา อาจารย์ ซึ่งเดิมเป็นยอดขุนพลหรือนักรบมาก่อนแล้ว จึงได้แพร่หลายและคงอยู่ตราบเท่าทุกวันนี้

สมศักดิ์ ศิริอนันต์ (2546) ได้กล่าวว่า บรรพชนของไทยได้คิดค้นวิธีการต่อสู้แบบมวยไทยชนิดมีพิษสงรอบตัว เรียกว่า พันล้า ซึ่งแปลว่า รอบด้าน สำหรับไว้ต่อสู้ป้องกันตัว ซึ่งต่อมากีฬามวยไทยได้มีวิวัฒนาการจากไว้ต่อสู้ป้องกันตัว ปกป้องบ้านเมืองมาเป็นการแข่งขันในงานเทศกาล ประเพณี โดยมีการกำหนดกติกาการแข่งขัน และมีการพัฒนามาเป็น

ชานนท์ ราชกรม (2550) ได้กล่าวถึง มวย ในลักษณะของการต่อสู้เพื่อป้องกันชีวิตตนเองให้ปลอดภัยโดยที่ปราศจากอาวุธจึงทำให้เกิดศิลปะการต่อสู้และป้องกันตัวด้วยการต่อสู้มือเปล่าเพื่อให้ตนเองปลอดภัยและมีชีวิตรอดจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น การป้องกันตัวเองจากสัตว์ป่าที่มุ่งร้ายหมายชีวิต หรือระหว่างมนุษย์กันเอง เพื่อแย่งสิทธิในการครอบครองเป็นเจ้าของ เพื่อเสรีภาพเพื่อป้องกันตนเอง หรืออื่นๆ โดยการพยายามคิดค้น ศึกษาทดลอง ดัดแปลงแก้ไข เพื่อหาแนวทางที่จะต่อสู้และป้องกันตัวเองได้ โดยใช้วิถีของร่างกายเป็นอาวุธเข้าต่อสู้ เช่น มือและเท้า กำหนดระเบียบแบบแผนมีหลักเกณฑ์ในการต่อสู้สิ่งต่างๆ รวมกันเรียกว่า “มวย” ซึ่งบรรพบุรุษ ได้คิดค้นดัดแปลงและพลิกแพลงในการใช้วิถีของร่างกาย เช่น หมัด เท้า เข่า ศอก และศีรษะเข้าต่อสู้ป้องกัน ปิดป้องส่วนที่อ่อนแอของร่างกายได้เป็นอย่างดี วิธีการต่อสู้และป้องกันตนเองของไทย ซึ่งจะหาการต่อสู้ของชาติอื่นมาเทียบไม่ได้ การต่อสู้มือเปล่าของไทยเป็นศิลปะแห่งการต่อสู้ประจำชาติ เรียกว่า “มวยไทย”

อดิศร บุญญปุกรานนท์ (2553) กล่าวว่า มวยไทย ไม่ได้มีความหมายจำกัดไว้เพียงว่า เป็นการต่อสู้ของชนชาวไทยเพียงอย่างเดียวแต่ยังแสดงถึงความเป็นชาติไทยด้วย เนื่องจากในอดีตอาศัยมวยไทยในการสร้างชาติและต่อสู้กับชนชาติอื่นเรื่อยมา รวมถึงยังเป็นศิลปศาสตร์ที่ได้สั่งสมภูมิปัญญาประจำชาติไทย

ซึ่งจากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า มวยไทย หมายถึง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของคนไทยที่สามารถใช้วิถีของร่างกายในการต่อสู้ ไม่ว่าจะเป็น หมัด เท้า เข่า และศอก และเป็นเอกลักษณ์และสัญลักษณ์เฉพาะที่แสดงถึงความเป็นชาติไทย และมีคุณค่าสูงในเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย และปัจจุบันได้พัฒนามาเป็นกีฬา และมีการชกบนเวทีที่มีการกำหนดกติกาเป็นสากล

วิวัฒนาการและประวัติของมวยไทย

ที่มาของมวยไทยยังไม่สามารถสืบค้นได้แน่ชัด เนื่องจากการขาดหลักฐานบันทึกทางประวัติศาสตร์ในอดีต โดยเฉพาะยุคสุโขทัย ที่มีการรบพุ่งเพื่อแย่งดินแดน ทำให้บันทึกเกี่ยวกับมวยไทยในช่วงยุคดังกล่าวจึงสูญหายและถูกทำลายไป แต่อย่างไรก็ดี ยังคงมีการกล่าวถึงมวยไทยที่ปรากฏอยู่ในทุกยุค ดังเช่น อดิศร บุญญปุกรานนท์ (2553) กล่าวว่า มวยไทยมีมาตั้งแต่ในยุคอดีตกาลในสมัยกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ที่ประเทศไทยเริ่มมีการติดต่อกับชาวต่างชาติ โดยเฉพาะช่วงยุคกรุงศรีอยุธยาที่ชาวต่างชาติเข้ามาค้าขายกับประเทศไทย แต่เป็น

ภาพลักษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นในเชิงลบ โดยมวยไทยถูกมองว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีความป่าเถื่อน รุนแรงไร้ศีลธรรม ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายของนักมวยที่ไม่ใส่เสื้อผ้า ท่าทางที่รุนแรงปราศจากกฎ กติกา ดังนั้นเพื่อรักษาความปลอดภัยของภาพลักษณ์ของมวยไทยที่ถูกมองว่าเป็นกีฬาที่ป่าเถื่อน รุนแรง ต่อมาจึงได้เริ่มมีการกำหนดกติกาที่มีความปลอดภัยมากขึ้น เพื่อป้องกันอันตรายของ นักมวยอันเนื่องมาจากเหตุการณ์การเสียชีวิตของนักมวยจากการต่อสู้กันที่มีบ่อยครั้ง โดยเฉพาะเมื่อ มีการจัดแข่งขันมวยไทยอย่างเป็นทางการที่สนามมวยสวนกุหลาบ นอกจากนี้แล้วยังพบว่า วัฒนธรรมการพนันมวยไทย มักจะมีควบคู่กับการแข่งขันชกมวยตลอดมาตั้งแต่อดีต เพราะเมื่อมี การแข่งขัน โดยแบ่งข้างออกเป็นสองฝ่ายแล้ว ผู้ชมก็จะมีการต่อรองระหว่างฝ่ายที่สนับสนุนนักมวย สองฝ่ายจนปัจจุบันกล่าวได้ว่าสภาพเศรษฐกิจของวงการมวยไทยนั้น ส่วนหนึ่งอาศัยการพนันของ กลุ่มผู้ที่เข้าชมมวยที่เป็นนักพนัน หรือที่เรียกกันอีกอย่างหนึ่งว่า “เซียนมวย” เป็นกลไกในการ ขับเคลื่อนวงการมวยไทย จนภายหลังเมื่อมีการก่อตั้งสนามมวยราชดำเนินและสนามมวยลุมพินีขึ้น เวทีมวยทั้งสองแห่งนี้จะได้รับอนุญาตให้ผู้เข้าไปชมมวยในเวทีที่สามารถที่จะเล่นการพนันได้อย่าง ถูกต้องตามกฎหมายเฉพาะสนามมวยลุมพินีและราชดำเนินเท่านั้น เพื่อเป็นการควบคุมการเล่น พนันของบรรดาเซียนมวย แต่ถึงอย่างไรก็ตามในสภาพความเป็นจริงนั้นเห็นได้ว่า จะเป็นมวยไทย ที่แข่งขันตามงานวัดที่เรามักเรียกกันสั้นๆ ว่า “มวยวัด” หรือการแข่งขันตามเวทีมวยชั่วคราวต่างๆ ก็ มักจะเห็นได้ว่าการเล่นพนันระหว่างผู้ที่เข้าไปชมการแข่งขันมวย ดังนั้นจึงทำให้ภาพลักษณ์ของ มวยไทย ไม่ได้มีแค่เชิงบวกว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติไทยที่งดงามเหมือนในอดีต แต่กลับมี ภาพลักษณ์เชิงลบที่มีเรื่องการพนัน ความรุนแรง ป่าเถื่อน อยู่คู่กับมวยไทยอย่างแยกออกจากกัน ไม่ได้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

อดิศร บุญญปฺรานนท์ (2553) ได้ทำการศึกษา เรื่อง มวยคู่: พัฒนาการจากสังเวียนมวยไทย สู่รายการมวยทางโทรทัศน์ (พ.ศ.2498 – 2552) พบว่า พัฒนาการของมวยคู่มีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวอยู่ตลอดเวลาตามยุคสมัย โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคสมัยดังนี้ 1) ปัจจัยทางการเมือง 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยทางเทคโนโลยี และ 4) ปัจจัยทางวัฒนธรรม ซึ่ง ตามการเปลี่ยนแปลงที่อิงกับสังคมและวงการ โทรทัศน์ไทย การเปลี่ยนแปลงของมวยคู่พบว่า แรกเริ่มมวยคู่ก้าวเข้าสู่รูปแบบของรายการโทรทัศน์ด้วยเหตุผลจากเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยที่ แสดงถึงความเป็นชาติอยู่สูง ต่อมาในยุคที่สังคมไทยมีการปรับตัวเข้าสู่การพัฒนาแบบตะวันตก มวยคู่ก็มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับกฎกติกาสากล เป็นที่ยอมรับต่อชาวต่างชาติไปสู่กีฬาประจำ ชาติของมวยไทย กระนั้นต่อมาเมื่อสื่อ โทรทัศน์มีการเติบโตขยายตัวสอดคล้องกับการเติบโตของภาค

เศรษฐกิจ โดยเฉพาะช่วงยุคอุตสาหกรรมสี่ที่มวยไทยได้ปรับสู่ศิลปะเชิงสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยได้จำนวนมาก ซึ่งคุณลักษณะเชิงคุณค่าของมวยไทย เช่น การไหว้ครู ความเชื่อ โชคลาง คนตรีปีกลองมวยของความเป็นชาติไทยของกีฬามวยไทย รูปแบบมวยไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อต้อนรับต่อสู้ให้มวยไทยสามารถปรับสภาพอยู่ได้ตามยุคสมัยและความนิยมของผู้ชม โดยการเปลี่ยนแปลงส่วนที่คลี่คลายของมวยคู่ประกอบด้วย 1) บุคลากรในการผลิต 2) สถานภาพของมวยไทย 3) ความเป็นเจ้าของรายการ 4) การยอมรับมวยหญิง และ 5) ความสามารถในการเข้าถึงสื่อของผู้ชม ขณะที่พัฒนาการส่วนที่เพิ่มใหม่ประกอบด้วย 1) การเข้ามาของปัจจัยเศรษฐกิจ 2) ระบบจัดการแบบโปรโมเตอร์ 3) รูปแบบการชกแบบใหม่ 4) สื่อย่อยที่สนับสนุนรายการมวยคู่ และ 5) ระเบียบกติกาตามมาตรฐานสากล ในขณะที่เดียวกันมวยคู่จะมีพัฒนาการเชิงรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป

อย่างไรก็ดี แม้ว่ามวยไทยจะถูกมองในเชิงลบ แต่ก็ไม่ได้ทำให้คุณลักษณะเชิงคุณค่าของมวยไทยถูกตัดขาดออกไปได้ หากแต่อาจลดรูปหรือความสำคัญเชิงคุณค่าลงไปตามคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ที่เวลาจำกัด ทว่าวัฒนธรรมการพนันกลับเบ่งบานในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้รายการมวยคู่ยังคงอยู่ในผังรายการของโทรทัศน์ไทยได้ในทุกยุคสมัย ซึ่งในพระราชบัญญัติกีฬามวย (2542) สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย สำนักงานกีฬาอาชีพของกีฬาแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้มีหน้าที่ส่งเสริม คุ้มครอง สนับสนุน และควบคุมกิจการมวยในประเทศไทย ซึ่งนับว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของวงการมวยเมืองไทย ต่อมามวยไทยอาชีพกลายเป็นธุรกิจการค้า ความเจริญก้าวหน้าได้พัฒนาการมวยคู่ออกเป็น 4 ยุค โดยใช้เกณฑ์การเปลี่ยนแปลงของมวยไทยกับพัฒนาการของโทรทัศน์ในการแบ่งดังนี้

1. มวยคู่ยุคบุกเบิกวงการโทรทัศน์ คือ ยุคที่ทั้งรายการมวยคู่และโทรทัศน์ไทยได้ถือกำเนิดขึ้นมา ในช่วงเวลา พ.ศ. 2498 – 2500 ที่ประเทศไทยมีสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหมเพียงช่องเดียว
2. มวยคู่ยุคปรับตัว เป็นช่วงที่เริ่มมีการกระจายจำนวนของสถานีโทรทัศน์ที่ประกอบด้วย ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 (ช่อง 4 บางขุนพรหม) ที่ต่างก็ก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ ในช่วงปี พ.ศ. 2501 – 2522 ที่เป็นช่วงเวลาที่มวยคู่กำลังปรับตัวทั้งเรื่องกฎกติกาการแข่งขันด้วยเช่นกัน
3. มวยคู่ยุคจัดระเบียบสื่อ เป็นช่วงที่รายการมวยคู่ต่างได้รับความนิยมน้อยลง เนื่องจากยังไม่มีมาตรการควบคุมกำหนดระยะเวลาการออกอากาศ ในช่วงปี พ.ศ. 2523 – 2531

4. มวยคู่ต่อสู้อุตสาหกรรมสี่ เป็นยุคหลังที่มวยคู่ต่อสู้ถูกระเบียบสื่อและเริ่มมีทิศทางในการกำหนดเวลาภายในรายการที่แน่นอน ทว่าปัจจัยเศรษฐกิจเริ่มเข้ามากำหนดรายการมวยไทยอย่างเห็นได้ชัด ในช่วงปี 2532 – 2552 ซึ่งในปัจจุบันรายการมวยคู่ต่อสู้ที่เป็นรายการประเภทรายการกีฬาที่ออกอากาศเป็นประจำและนำเสนอเนื้อหาการแข่งขันหลายคู่ในแต่ละครั้งที่แพร่ภาพและเป็นที่ยอมรับคือ รายการมวยไทย 7 สี

สมศักดิ์ ศิริอนันต์ (2546) ได้กล่าวถึงมวยไทยว่าเป็นการคิดค้นวิธีการต่อสู้ชนิดมีพิษสงรอบตัวของบรรพบุรุษ ซึ่งต่อมาได้มีวิวัฒนาการจากไว้ต่อสู้ป้องกันตัว ปกป้องบ้านเมือง กลายมาเป็นการแข่งขันในงานเทศกาล ประเพณี โดยมีกำหนดกติกาการแข่งขัน ซึ่งมีการพัฒนามาเป็นลำดับ โดยสามารถแบ่งยุคของมวยไทยได้ 5 สมัยตามเวทีแข่งขัน ได้แก่

1. สมัยสวนกุหลาบ (พ.ศ. 2462) เเวทีตั้งอยู่บริเวณสามัคยาจารย์สมาคมหน้าวังสวนกุหลาบ ชกกันแบบคาดเชือก มีกรรมการชี้ขาดอยู่บนเวที ซึ่งเดิมกรรมการนั่งอยู่ข้างเวทีนักมวย

2. สมัยท่าช้าง (พ.ศ. 2466 - พ.ศ. 2472) ตั้งอยู่บริเวณ โรงละครแห่งชาติในปัจจุบันเป็นสมัยหัวเลี้ยวหัวต่อจากการคาดเชือกมาเป็นสวมนวม

3. สมัยสวนสนุก (พ.ศ. 2472 - พ.ศ. 2478) ตั้งอยู่บริเวณสวนลุมพินี มีการนำกระชับเหล็กมาเผยแพร่

4. สมัยหลักเมืองและสวนเจ้าเชษฐ (พ.ศ. 2478 - พ.ศ. 2488) ตั้งอยู่บริเวณที่ดินของเจ้าเชษฐ ปัจจุบันเป็นสนามยิงปืนของกองทัพบก

5. สมัยปัจจุบัน (พ.ศ. 2488) มีการก่อตั้งสนามมวยเวทีราชดำเนิน โดยใช้กติกามวยไทยของกรมพลศึกษา พ.ศ. 2480 ซึ่งแปลมาจากมวยสากลสมัครเล่น ในตอนแรกยังไม่มีหลังคา เวลาฝนตกจึงมีปัญหาในการชกมวย ต่อมา พ.ศ. 2494 สนามมวยราชดำเนินมีหลังคาและจัดการแข่งขันตลอดมา พ.ศ. 2496 มีการก่อสร้างสนามมวยลุมพินีที่ใช้ในการจัดการแข่งขันสลับกับเวทีราชดำเนิน นอกจากนี้มีเวทีต่างๆ เกิดขึ้นอีกมากมาย และมีการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ให้ชมกันอย่างแพร่หลายจนมวยไทยนั้นกลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางต่อผู้ชมที่ต่างติดตามชมมวยไทยผ่านหน้าจอโทรทัศน์ โดยผู้ชมต่างเป็นที่รู้ว่รายการมวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์ถูกเรียกขานในคำที่ถูกบัญญัติขึ้นใหม่ว่า “มวยคู่” ตามลักษณะที่เหมือนการบรรจุมวยไทยไว้ในกล่องรูปร่างสี่เหลี่ยมของจอโทรทัศน์ อันเป็นสาเหตุทำให้มวยไทยนั้นได้รับความนิยมนจากผู้ชมมวยไทยทั้งในแง่มุมมอง

วัฒนธรรมการกีฬา ศิลปะการต่อสู้ประจำชาติที่แพร่ภาพผ่านรายการมวยคู่ต่อสู้สายดาผู้ชมจำนวนมาก ที่ต่างจดจ้องมวยคู่

กล่าวโดยสรุปแล้ว มวยไทย ได้มีวิวัฒนาการจากการต่อสู้เพื่อป้องกันตัว ปกป้องบ้านเมือง จนกลายมาเป็นการแข่งขันในงานเทศกาล ประเพณี และปัจจุบันได้กลายเป็นกีฬาและได้มีการ กำหนดกติกาการแข่งขันให้มีความเป็นสากล มีการจัดการแข่งขันเพื่อความบันเทิงและปัจจุบันได้ กลายเป็นธุรกิจการแข่งขันกีฬาและเป็นกีฬาอาชีพ

3.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันมวยไทย

จากการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยของ พัชรมน รัชพลเดช (2560) พบว่า จะมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย ที่มีหน้าที่ในระดับการ จัดการ ได้แก่ นายสนามมวย ผู้จัดการแข่งขัน (โปรโมเตอร์) และ หัวหน้าค่าย และแต่ละฝ่ายต่าง มีบทบาทสำคัญต่อการทำหน้าที่การจัดการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำ บุคลากร และ การประเมินผล เพื่อก่อให้เกิดรายการแข่งขันมวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ซึ่งผลจากการประชุม สันทนาการกลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน พบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 5 ตัวแปร ที่มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทย ได้แก่

1) การจัดการของสนามมวย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจมวยไทยอาชีพ โดยการ จัดการแข่งขันมวยต้องเป็นสนามมวยที่ได้รับใบอนุญาตจัดตั้งที่ขึ้นทะเบียนถูกต้องตามระเบียบการ จัดการแข่งขันที่ระบุ ไว้ในพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 และมีหน้าที่ในการจัดการ โดยต้อง ดำเนินการจัดองค์การ การวางแผน การนำ บุคลากร การประเมินผล การจัดหาสปอนเซอร์ ผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน การประชาสัมพันธ์รายการ การกำหนดปัจจัย ส่วนประสมการตลาด การบริหารงานภายในองค์กร และการทำงานร่วมกับโปรโมเตอร์

2) การจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพสนามมวย ตั้งแต่ที่จอดรถ บรรยากาศภายใน สนาม การรักษาความสะอาด ความสะดวกสบายของที่นั่งชมการแข่งขัน ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในสนาม การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม ซึ่งสอดคล้อง กับ Robbins (1990) ที่ได้ให้ความหมายของสภาพแวดล้อม คือเป็นภาพรวมทั้งหมดต้องมี ปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอก และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของวิศิษฐ์ กาญจนโนภาส

(2562) ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการของค่ายมวยไทย 3 ค่าย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) และด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/ Environment and Presentation) มีผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขันของค่ายมวยไทย อาทิเช่น มีความสวยงาม ความกว้างขวาง ความสะดวกสบาย มีระบบที่มีประสิทธิภาพในการจองใช้บริการ มีการเดินทางที่สะดวกสบาย มีป้ายบอกทางเข้า-ออก ชัดเจน สังกะต่งง่าย มีการตกแต่งที่สะท้อนวัฒนธรรมมวยไทยและวิถีชีวิตแบบไทยและมีสิ่งดึงดูดความสนใจต่างๆ เป็นต้น

3) การจัดการด้านภูมิปัญญามวยไทย เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมมวยไทย โดยการนำเสนออัตลักษณ์มวยไทยในการจัดการแข่งขันอยู่เสมอ ทั้งการไหว้ครู การเผยแพร่ประวัติศาสตร์และความสำคัญของการไหว้ครู การใช้ท่าแม่ไม้มวยไทยในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ อธิวัตรพงศ์ (2551) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทย พบว่า ในสายตาชาวต่างชาติมีภาพลักษณ์ที่ดี ชาวต่างชาติรู้จักมวยไทยเป็นอย่างดี และทัศนคติของชาวต่างชาติที่มีความรู้สึกเกี่ยวกับมวยไทยว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ป้องกันตัวได้อย่างดี การเรียนมวยไทยที่ได้ผลนั้นจะต้องมาเรียนที่ประเทศไทย กลยุทธ์การตลาดของค่ายมวยไทยในการสื่อสารกับชาวต่างชาติมีอย่างหลากหลาย มีการทำ Road Show ได้แก่ การนำนักมวยไปชกโชว์ยังต่างประเทศ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การทำเว็บไซต์ การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้แผ่นพับใบปลิว โดยแต่ละค่ายมวยจะมีกลยุทธ์ที่แตกต่าง

4) การจัดการด้านผู้ชม ใช้ 2 แนวทาง คือ การรักษากลุ่มผู้ชมที่เป็นลูกค้าประจำอย่างผู้ชมชาวไทย และการขยายกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่เป็นนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cordina, Renzo and Gannon (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ช้ำแล้วช้ำอีก: แพนท้องถิ่นและผู้ชมกีฬามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับแฟน ๆ ในท้องถิ่นสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวที่น่าจดจำและสนุกสนานยิ่งขึ้น นอกจากนี้การแสดงภาพและเสียงที่จัดทำโดยแฟน ๆ ในท้องถิ่นยังช่วยมอบประสบการณ์การเดินทางที่จริงใจ การศึกษาค้นคว้านี้ชี้ให้เห็นว่าแฟน ๆ ในท้องถิ่นที่เป็นทรัพยากรที่ทีมกีฬาอาชีพใช้น้อยซึ่งมีส่วนช่วยในการสร้างสะพานเชื่อมระหว่างองค์กรและนักท่องเที่ยวในการสร้างความผูกพัน

5) การพัฒนาการจัดการแข่งขัน ด้วยการจัดการแข่งขันเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง สโมสรมวย โปรโมเตอร์ และหัวหน้าค่าย เพื่อให้เกิดรายการแข่งขันมวยเกิดขึ้น การจัดการแข่งขัน มวยไทยอาชีพจำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ ทั้งการจัดการแข่งขันแบบบันเทิง รวมถึงการจัดการแข่งขัน โดยการประกบคู่มวยให้มือนักชกชาวไทยกับชาวต่างชาติ และใช้แนวทางการสร้าง เรื่องราว การคิดคอนเซ็ปท์ของรายการแข่งขัน เพื่อให้ผู้ชมกลุ่มใหม่ๆ สนใจเข้าชมการแข่งขัน อาทิ เช่น การตลาดการกีฬาที่เป็นที่น่าหลัก กลยุทธ์และกลวิธีทางการตลาดมาประยุกต์กับสินค้าที่ เกี่ยวข้องกับการกีฬา รวมไปถึงการทำตลาดของสินค้าที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการกีฬาโดยการ นำมาเชื่อมโยงเข้ากับกีฬา (Shank, 1999) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Shank (2009) ได้กล่าวถึง โลกของการตลาดกีฬาว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาในยุคปัจจุบันได้แผ่ขยาย อุตสาหกรรมกีฬาไปเกือบทุกประเทศทั่วโลก ซึ่งลูกค้าในทางการกีฬาประกอบไปด้วย ผู้ชมกีฬา (spectator) ผู้มีส่วนร่วมกีฬา (participant) และผู้สนับสนุนกีฬา (sponsorship) สอดคล้องกับ การศึกษาของสถาบันเบย์เลอร์ บิสเนส ที่ให้ความสำคัญของกระบวนการหรือองค์ประกอบในการ พัฒนาธุรกิจกีฬา โดยองค์ประกอบของการพัฒนาตลาดกีฬาจะต้องประกอบด้วย S3 คือ กีฬา (sports) การสนับสนุน (sponsorship) และการขาย (sales) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ กิตติ สิริพัฒน (2547) ที่อธิบายว่า การทำ Sport Marketing หรือการสื่อสารการตลาดกีฬานั้นสามารถทำได้ 2 ลักษณะคือ การทำเป็น Event Marketing ซึ่งเจ้าของสินค้าเป็นผู้จัดการแข่งขันกีฬานิติคนใดคนหนึ่งขึ้นมาเอง อีกลักษณะคือการทำในลักษณะที่เป็นการตลาดโดยการสนับสนุนการแข่งขันกีฬา หรือ Sponsorship Marketing คือการที่องค์กรธุรกิจเข้าไปให้การสนับสนุนกีฬาประเภทใดประเภท หนึ่ง ทัวร์นาเมนต์ใดทัวร์นาเมนต์หนึ่ง หรือทีมกีฬาใดทีมกีฬาหนึ่ง

นอกจากนี้ Chelladurai (2009) ได้กล่าวว่า ผู้จัดการกีฬาจะต้องทำหน้าที่ทางการจัดการ ดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงาน โดยมีการอธิบาย ขอบเขตของหน้าที่ไว้ ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การนำ (Leading) และการประเมินผล (Evaluating) ในการตอบสนองความต้องการของงานของพวกเขา บางส่วนของ พื้นที่ใช้สอยที่ใช้อธิบายอะไรที่ผู้จัดการทำ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการ ประเมินผล

ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์พี่พงษ์ ธีระเดชพงศ์ (รุ่น เกียรติเพชร) โปรโมเตอร์เวทีมวย 7 สี และ ศีกเกียรติเพชร ที่สนามมวยลุมพินี และประวิทย์ ก้องทองสมุทร (ไอตือ จารุเมือง) เป็นอดีตโปรโม

เตอร์เวทีมวยราชดำเนิน และผู้จัดการค่ายมวย พ.ชัชชัย และศิษย์กวนอิม เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2562 เกี่ยวกับองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันมวยไทย พบว่า ผู้มีส่วนได้เสียและระบบการจัดการ ประกอบไปด้วยดังนี้ 1) นายสนาม หมายถึง เจ้าของสนามมวย ซึ่งจะได้รับเงินค่าเช่าสนามมวยจาก “ผู้จัด” (โปรโมเตอร์) ส่วนแบ่งบางส่วนจากการขายตั๋วเข้าชมมวยจากโปรโมเตอร์ รวมถึงรายได้จากการขายอาหารและเครื่องดื่ม หรือสินค้าที่ระลึก และรายได้จากป้ายโฆษณาต่างๆ 2) โปรโมเตอร์ หมายถึง ผู้จัดการรายการมวยในวันนั้นๆ จะได้รับเงินจากบรรดาบริษัท ห้าง ร้าน ที่สนับสนุนการจัดการมวยในการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังสามารถนำนักมวยที่อยู่ภายใต้การดูแลมา สลับเปลี่ยนหมุนเวียนขึ้นชกมวยได้ นอกจากนี้ นักมวยในสังกัดสามารถสร้างสีสันชกมวยได้สนุก ตื่นเต้น และประทับใจของผู้ชมก็สามารถนำไปแลกเปลี่ยนกับ โปรโมเตอร์รายอื่น เพื่อนำไปจัดชก ในรายการต่างเวที ต่างศึก และทำให้โปรโมเตอร์ของนักมวยในสังกัดก็จะสามารถเรียกค่าตัว นักมวยได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น และ 3) นักมวย หัวหน้าคณะ สตาฟทีมงาน จะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงิน รางวัลจากค่าตัว จากผู้เข้าชม จาก โปรโมเตอร์ในกรณีที่ชกคู่เคียด หรือ ในกรณีที่ใช้แม่ไม้มวยไทย ในการน็อกคู่ต่อสู้ เช่น จระเข้พาดหาง ศอกกลับ เข่าลอย เป็นต้น

จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยในการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้มีส่วนได้เสียและระบบการจัดการนั้นจะต้องประกอบไปด้วย 3 ฝ่าย คือ นายสนามหรือเจ้าของสนามมวย โปรโมเตอร์ และ นักมวย หัวหน้าคณะ สตาฟทีมงาน เป็นผู้จัดการแข่งขันมวยไทยที่จะต้องทำหน้าที่ในการจัดการ ดำเนินงาน ทั้งหมด ซึ่งเรียกว่า กระบวนการจัดการตามแนวคิดของ Griffin (2012) และ Chelladurai (2009) เกี่ยวกับทฤษฎี POLC และ POLE ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมหรือการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพัชรมน รัชพลเดช (2560) ที่ พบว่ามีความเชื่อมโยงกับกลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย ที่มีหน้าที่ในระดับการจัดการ ได้แก่ นายสนามมวย ผู้จัดการแข่งขัน (โปรโมเตอร์) และ หัวหน้าค่าย แต่ละฝ่ายต่างมีบทบาทสำคัญต่อการทำหน้าที่ในการจัดการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำ บุคลากร และการประเมินผล เพื่อก่อให้เกิดรายการแข่งขันมวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักกีฬาประเภทการบริการออกสู่สายตาผู้ชม

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาแล้วจะพบว่าปัจจัยในการจัดการแข่งขันมวยไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ชมไม่สามารถจะรับรู้ได้ถึงการจัดการวางแผน สิ่งที่ผู้ชมจะรับรู้ได้พบว่าจะเป็นเรื่ององค์ประกอบการจัดการแข่งขัน การจัดการบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (ชัยนาท หาญวิเศษ, 2554)

3.3 องค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทย

ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) นำเสนอองค์ประกอบของการจัดการในสนามมวยแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

- ด้านการดำเนินงานในสนามมวย เช่น การประชาสัมพันธ์ ราคาบัตร การแข่งขันให้ ความสนุกสนาน
- ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เช่น ระบบเครื่องเสียงดัง เพียงพอทั่วถึง สถานที่ตั้งมีความสะดวกต่อการเดินทาง มีที่นั่งชมสะดวกสบาย กว้างขวาง เป็นต้น และ
- ด้านบุคลากรในการดำเนินรายการ เช่น การทำหน้าที่ของกรรมการผู้ตัดสิน อัยการของเจ้าหน้าที่ดูแล การปฏิบัติหน้าที่ของแพทย์สนาม เป็นต้น

นปภัทร์ ชูสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเป็นบริบทที่สะท้อนให้ผู้จัดงานพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญในการจัดการแข่งขัน คือ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชมมวยไทย (2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ (3) ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (4) เพื่อศึกษารูปแบบของการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด และการจัดการนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษา พบว่า มวยไทยเป็นรูปแบบการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่ดีมาก ทำให้เกิดอาชีพในวงกว้าง สมควรจัดคู่ชกอย่างมีความเสมอภาค และควรจัดมวยที่ชกที่สร้างความสนุก เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และอยากให้มีการสร้างโรงเรียนของการจัดมวย (โพรโมเตอร์) เพื่อเพิ่มมูลค่านักมวย มีเงินเดือนจากรัฐบาล ในเรื่องของการตัดสินอยากให้มีระบบที่สากลมากขึ้น และสามารถอธิบายให้ชาวต่างชาติที่รับชมได้เข้าใจ ในรายการมวยแต่ละรายการควรมีนักมวยต่างชาติร่วมชก เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเชียร์เพื่อนร่วมชาติแข่งขัน และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนกีฬามวยไทย เพื่อให้มวยไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม จากการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษา พบว่า แรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ แรงดึง (Pull Factors) และแรงผลัก (Push Factors) ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพล

ต่อความต้องการมาชมมวยไทย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ได้แก่ การสร้างสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการอยากมาชมการโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับมวยไทย และสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมวยไทยเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกชมในส่วนของวัฒนธรรมไทยให้ครบตามความต้องการของแต่ละคน ดังนั้น ความสนุกสนานของรายการเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเข้ามาชมมวยไทย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ด้านบวกของมวยไทยจึงมีส่วนสำคัญในการดึงดูดใจเช่นกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันมวยไทย (ชัยนาท หาญวิเศษ, 2554) พบว่า มีข้อเสนอแนะถึงปัจจัยหรือกระบวนการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันมวยไทย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นกลุ่มปัจจัยทั้งในมิติของผู้ชมการแข่งขันและผู้จัดการแข่งขัน โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัยและกระบวนการ ดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์กลุ่มปัจจัย/กระบวนการมิติของผู้ชมการแข่งขันและผู้จัดการแข่งขันมวยไทย

ปัจจัย/กระบวนการในการจัดการแข่งขันมวยไทย	มิติความต้องการและสิ่งที่ควรดำเนินการของผู้ที่เกี่ยวข้อง	
	ผู้ชมการแข่งขัน	ผู้จัดการแข่งขัน
1.การดำเนินงานในจัดการแข่งขัน		
1.1 การจัดการแข่งขันระหว่างกลุ่มมวย	มาชมกลุ่มมวยที่สู้สู้ ฝีมือการต่อมวยดี การแข่งขันต้องสนุก ตื่นเต้น ไม่สามารถคาดเดาได้	จัดหานักมวยที่มีฝีมือ และมีการประกบกลุ่มมวยที่สนุกสนานและน่าติดตาม ไม่มีความได้เปรียบเสียเปรียบกันเกินไป และทำให้เกิดความประทับใจ
1.2 การจัดการด้านกระบวนการตัดสิน	ขอการตัดสินของกรรมการที่มีความเที่ยงธรรม ตรงไปตรงมา	มีการจัดหากรรมการที่สามารถตัดสินได้ยุติธรรม ไม่ค้ำนายตาผู้ชม

ปัจจัย/กระบวนการในการจัดการแข่งขันมวยไทย	มิตินความต้องการและสิ่งทีควรดำเนินการของผู้ที่เกี่ยวข้อง	
	ผู้ชมการแข่งขัน	ผู้จัดการแข่งขัน
1.3 การจัดการด้านการป้องกันการทุจริตหรือการแข่งขันที่ไม่ตรงไปตรงมา	ไม่ชอบการแข่งขันที่ไม่มีความซื่อสัตย์ และอาจมีการล้มมวย	มีระบบตรวจสอบ และป้องกันไม่ให้เกิดการพนันและการล้มมวยในการแข่งขัน
1.4 การจัดการด้านการให้รางวัลกับผู้แข่งขัน	ชื่นชมและชอบให้นักมวยที่ตนเองเชียร์ได้รับรางวัลอย่างเหมาะสม	มีการจัดรางวัลเพื่อมอบให้กับนักมวยอย่างเหมาะสม
1.5 การจัดการด้านการสร้างแรงดึงดูดให้มาชม	ชื่นชมนักมวยที่ตนเองเชียร์ และติดตามนักมวยและค่ายมวยที่ตนเองชื่นชอบ	การสร้างระบบอีโรว์ วิวบุรุษ ตำนานของนักมวย การระบุหรือสร้างเอกลักษณ์ประจำของนักมวย
1.6 การจัดการแข่งขันหรือการแสดงที่สะท้อนถึงความเป็นศิลปวัฒนธรรม	ได้ชมการแข่งขันมวยไทยที่หาชมที่อื่นไม่ได้ และได้ชมศิลปวัฒนธรรมของมวยไทย	จัดให้มีการแสดงหรือจัดการแข่งขันที่สะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมของมวยไทย
1.7 การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์	ได้รับข้อมูลของคู่ชกในแต่ละรอบ รายละเอียดของนักมวย และลำดับการชก เวลาและสถานที่จัดที่ชัดเจน	จัดให้มีการประชาสัมพันธ์คู่ชก อย่างทั่วถึงกลุ่มแฟนมวย และน่าสนใจหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุ/ โทรทัศน์ ทำการลงสื่อ Social ต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Line โดยเฉพาะการแข่งขันในนัดถัดไป เพื่อให้มีการติดตามมาชมในครั้งถัดไป
2. การจัดการเกี่ยวกับระบบอำนวยความสะดวกในการชมการแข่งขัน		
การสร้างความประทับใจ	อยากถ่ายภาพร่วมกับนักมวยที่ตนเองชื่นชอบ	จัดให้มีระบบที่มีการถ่ายภาพร่วมกับนักมวย ก่อน-หลัง การแข่งขัน

ปัจจัย/กระบวนการในการจัดการแข่งขันมวยไทย	มิติความต้องการและสิ่งที่ควรดำเนินการของผู้ที่เกี่ยวข้อง	
	ผู้ชมการแข่งขัน	ผู้จัดการแข่งขัน
ที่นั่งและที่นั่งพักรอชม	สถานที่นั่งพักหรือรอเข้าสนามมีความสะดวกสบายและเพียงพอต่อผู้ชมที่นั่งชมที่มีขนาดพอเหมาะนั่งสบาย	จัดให้มีสถานที่นั่งพักหรือรอเข้าสนามที่มีความสะดวกสบายและเพียงพอต่อผู้ชม
ทางเดินเข้าสนาม	ต้องการทางเข้าที่เป็นมาตรฐานและกว้างขวางเดินได้สะดวกปลอดภัย	จัดทางเข้าให้เป็นไปตามมาตรฐานของสนามมวย
ป้ายบอกทาง	ต้องบอกพื้นที่ต่างๆ ชัดเจน ไม่ทำให้สับสน	จัดให้มีป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน และให้ข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอ
การเดินทาง	การเดินทางที่สะดวก และมีการบริการรับส่งที่เชื่อมต่อกับขนส่งมวลชนมายังสนาม	จัดรถรับส่งระหว่างสนามกับขนส่งมวลชนใหญ่ๆ เพื่อให้บริการแก่ผู้ชม
สุขา	อยากเข้าห้องสุขาที่สะอาด และไม่ต้องรอคิวนาน	จัดให้มีห้องสุขาที่เพียงพอและมีความสะอาดตามมาตรฐาน
การซื้อตั๋ว	ต้องมีราคาไม่ถูกหรือแพงเกินไป ช่องทางการซื้อตั๋วสามารถซื้อได้หลายทางและเป็นไปอย่างสะดวกสบาย	ตั้งราคาตั๋วอย่างเหมาะสม เปิดให้มีช่องชำระหรือซื้อตั๋วที่มีมากเพียงพอ ชำระเงินได้สะดวกสบาย
สถานที่จอดรถ	ควรมีเพียงพอและไม่ไกลจากสนามแข่งขัน	จัดให้มีที่จอดรถเพียงพอ
การรักษาความปลอดภัยตลอดการมาชมการแข่งขัน	มีระบบเพื่อป้องกันความปลอดภัยในสนามการแข่งขัน เช่น การทะเลาะวิวาทระหว่างแฟนมวย การเกิดไฟไหม้ หรือ	จัดให้มีระบบความปลอดภัยอย่างครอบคลุมและทั่วถึง

ปัจจัย/กระบวนการในการจัดการแข่งขันมวยไทย	มิติต้องการและสิ่งที่ควรดำเนินการของผู้ที่เกี่ยวข้อง	
	ผู้ชมการแข่งขัน	ผู้จัดการแข่งขัน
	ห้องปฐมพยาบาลเบื้องต้น	
3. การจัดบุคลากรในการบริหารจัดการ		
พนักงานขายตั๋ว	ให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม รวดเร็ว และเท่าเทียมกันทุกคน	จัดหาบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ได้อย่างเพียงพอ และเหมาะสม
เจ้าหน้าที่สนาม	ให้บริการด้วยความเท่าเทียมกัน และให้บริการที่ดี	
กรรมการ	ตัดสินได้ถูกต้อง ไม่ค้านกับสายตาของผู้ชม	
พิธีกรและผู้ดำเนินรายการ	สามารถชักจูงและสร้างความสนุกสนานในเวที และดำเนินรายการได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ติดขัด	
แพทย์สนาม/บุคลากรทางการแพทย์	ให้บริการรักษาและดูแลนักมวย หรือผู้เข้าชมได้อย่างเพียงพอ	
คนทำความสะอาด	ดูแลและจัดการที่นั่ง ทางเดิน สถานที่ ห้องน้ำ ได้สะอาด	
บุคคลรักษาความปลอดภัย	มีเพียงพอ และมีความสามารถในการระงับเหตุได้ทันทั่วทั้งที่	

จากแนวคิดปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการออกแบบของ Adema and Roehl (2010) ซึ่งเป็นเรื่องการจัดกิจกรรมพิเศษ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ชมรับรู้ได้ผ่านสายตา หู อย่างนับถือนั้น ความรู้สึกและประสบการณ์ที่จะเกิดขึ้นนั้นผู้ชมจะได้รับอย่างทันทีและสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจในการจัดการแข่งขันมวยไทยได้ หลักการดังกล่าวสามารถประยุกต์กับแนวคิดของ Yusuf, Popa and Soh (2017) ซึ่งนำเสนอองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าชมการ

แข่งขันมวยไทยในสนามมวยไทย โดยจะประกอบด้วย ระดับในการออกหมัดถึงเนื้อถึงตัว (Degree of Physical Contact) วัฒนธรรม (Culture) ความน่าดึงดูดของเกมนักกีฬา (Game Attractiveness) ราคา (Cost) ความนิยมของกีฬา (Popularity of Sport) ความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงสนาม (Convenience and Accessibility) กิจกรรมสร้างความบันเทิงก่อนการแข่งขันหรือระหว่างมีการแข่งขัน (Pre-Game/In-Game Entertainment) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ของแจกฟรีและการสนับสนุนการขายอื่น ๆ (Free Offerings and Promotions) ซึ่งแนวคิดของ Yusuf, Popa and Soh (2017) นั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการจัดการแข่งขันในแนวคิดของชัยนาท หาญวิเศษ (2554) เช่น ความน่าดึงดูดของเกมนักกีฬาและระดับในการออกหมัดถึงเนื้อถึงตัวก็จะเป็นในเรื่องของความสนุกสนานในการแข่งขัน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ก็จะต้องสอดคล้องซึ่งกันและกัน หากแต่ Yusuf, Popa and Soh (2017) ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของวัฒนธรรมซึ่งพิธีกรรมการไหว้ครูของมวยไทยถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการแข่งขันดังกล่าว จึงมีความสำคัญที่จะนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ในองค์ประกอบที่งานวิจัยจะศึกษาด้วย

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดตามตารางสังเคราะห์องค์ประกอบ และแนวคิดการจัดการแข่งขันมวยไทยของ ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) และ Yusuf, Popa and Soh (2017) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดนิยามในการศึกษาขององค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย หมายถึง ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การจัดการแข่งขันมวยไทยของเวทีประสบความสำเร็จ และมีผู้เข้าชมมาชมที่เวทีได้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน หมายถึง การบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเวทีการแข่งขัน ซึ่งหมายรวมถึง การกำหนดวิธีการที่ชัดเจน การบริหารจัดการให้การแข่งขันมีความสนุก การสร้างความน่าดึงดูดของเกมนักกีฬา การสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นมวยไทย ซึ่งถือว่าปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรม และทำให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์จากตาหูฟังและความรู้สึกหรือประสบการณ์ได้โดยทันที

2. ด้านการจัดสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน หมายถึง การที่เวทีได้จัดอุปกรณ์ที่จำเป็น รวมถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่รองรับลูกค้าที่สร้างหรืออำนวยความสะดวกให้มารับชมที่เวที เช่น ป้ายสัญลักษณ์ เก้าอี้นั่ง ห้องสุขา เป็นต้น และหมายรวมถึง การ

ประชาสัมพันธ์และนำเสนอ หมายถึง การจัดทำการตลาดเพื่อนำเสนอข้อมูลไปยังผู้ชมได้หลากหลายช่องทาง เข้าถึงได้ง่าย และสามารถสร้างความดึงดูดใจในการมาเข้าชมในสนาม

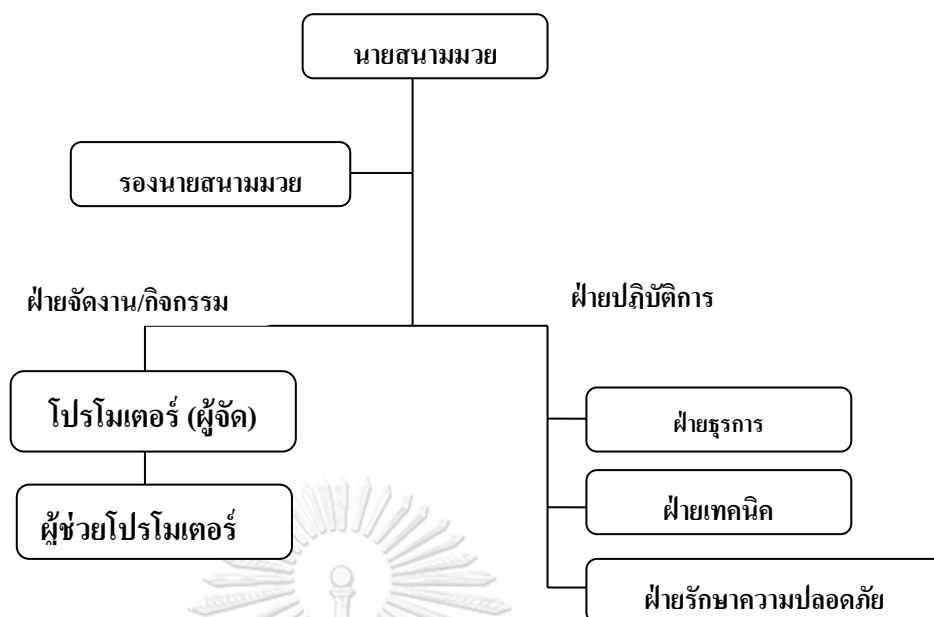
3. ด้านการจัดบุคลากรในการบริหารจัดการ หมายถึง การที่เวทีมวยได้จัดสรรบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ให้อย่างเหมาะสม อันประกอบด้วย ผู้จัด (โปรโมเตอร์) นักมวย เจ้าหน้าที่สนาม กรรมการผู้ตัดสิน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ทหารและตำรวจ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามหน้าที่และเต็มความสามารถ

3.4 โครงสร้างของการจัดการแข่งขันมวยไทย

1. ฝ่ายโครงสร้างของสนามมวย

ในการบริหารจัดการสนามมวย โดยทั่วไปทุกสนามจะมีโครงสร้างการบริหารจัดการ ประกอบด้วย นายสนามมวย ซึ่งเป็นผู้จ้างของทุกฝ่าย และมีรองนายสนามมวยเป็นผู้ช่วย และมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องอีก 2 ส่วนดังนี้

- 1) ฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งเป็นบุคลากรประจำสนาม ได้แก่ ฝ่ายธุรการ ฝ่ายเทคนิค และฝ่ายรักษาความปลอดภัย
- 2) ฝ่ายจัดงาน/กิจกรรมการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย โปรโมเตอร์ (ผู้จัด) และผู้ช่วยโปรโมเตอร์ โดยส่วนของโปรโมเตอร์ “ผู้จัด” หรือ “ผู้เช่า” แต่ทั้งนี้ในแต่ละสนามจะมีจำนวนโปรโมเตอร์ที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับผู้บริหารของสนามมวยแห่งนั้นๆ วันที่ที่ทางสนามได้รับอนุญาตให้เปิดแข่งขันได้ เช่น สนามมวยราชดำเนิน (จ.พ.พศ.อา) ส่วนสนามมวยลุมพินี รามอินทรา (อ.ศ.ส.)



รูปที่ 4 ผังโครงสร้างสนามมวย
ที่มา : สมยศ อรุณมาศ (2562)

ทั้งนี้ นายสนามมวย มีอำนาจในการแต่งตั้งและปลดโปรโมเตอร์ (ผู้จัด) ขึ้นอยู่กับผลงานการจัดมวยด้วย ถ้ากลุ่มมวยสนุกมีคนมาเข้าชมเยอะ ทางสนามก็จะได้มีค่าส่วนแบ่งต่างหาก on top จากจำนวนคนเข้าดู

1. บุคลากรและหน้าที่

ฝ่ายบริหาร

นายสนามมวย วางนโยบาย งานบริหารการจัดการภายในสนามมวยทุกๆเรื่อง

รองนายสนาม เป็นผู้ช่วยงานนายสนาม ภาคปฏิบัติ

ฝ่ายธุรการ

เจ้าหน้าที่ห้องตัว จำหน่ายบัตรเข้าชมมวย

เจ้าหน้าที่ฝ้าประตู คอยเก็บบัตรผู้เข้าชมมวย และคัดแยกบุคคลไหนเข้าไปชมมวย

ภายในสนามได้ หรือเข้าไม่ได้ เพราะว่ามีคนบางประเภทจะบอกเจ้าหน้าที่ว่าติดตามมากับคณะมวย หรือแอบอ้างว่าเป็นเจ้าของค่ายมวย ซึ่งตามปกติแล้ว โปรโมเตอร์ (ผู้จัด) จะจัดลูกน้องของตนเองมาคอยทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ของสนาม และมีอำนาจตัดสินใจว่าคนไหนต้องซื้อบัตร หรือคนไหน

ไม่ต้องซื้อบัตรเข้าชม เพราะว่าหากปล่อยให้คนเข้าไปโดยไม่ซื้อบัตร โพรโมเตอร์ผู้เสี่ยงที่จะขาดทุน

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ช่วยดูแลความปลอดภัยสถานที่ และมีผู้เข้าชมมวย

เจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดและทั่วไป ดูแลความสะอาด จัดเก้าอี้ ติดตั้งเวที ป้ายโฆษณา หรือเจ้าหน้าที่คุมขังน้ำหนักนักมวย และเจ้าหน้าที่จัดเตรียมอุปกรณ์แข่งขัน เช่น นวมชก กระจับนักมวย เป็นต้น

เจ้าหน้าที่แพทย์สนาม ให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นกับนักมวยและผู้เข้าชมมวย และ/หรือในกรณีที่นักมวยแผลแตก ทางแพทย์สนามก็จะทำการเย็บแผล

ฝ่ายเทคนิค

กรรมการตัดสิน กรรมการที่จะส่งขึ้นไปตัดสินการแข่งขัน ในแต่ละคู่จะมีกรรมการทั้งหมด 4 ท่าน ด้านล่าง 3 คนให้คะแนนทุกคน ส่วนด้านบน 1 คนไม่สามารถให้คะแนนนักมวยได้

3.5 รูปแบบของธุรกิจการจัดการแข่งขันมวยไทยในประเทศไทย

ปัจจุบันรูปแบบของธุรกิจการจัดการแข่งขันมวยไทยในประเทศไทย จะแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

1. แบบอาชีพ ทำการแข่งขัน 5 ยก ใช้กฎกติกามวยไทย
 2. แบบอาชีพ ทำการแข่งขัน 3 ยก ส่วนมากจะเลือกคู่ชกเป็นชาวต่างชาติ แต่ในบางครั้งถ้าเป็นนักชกไทยก็จะเป็นจำพวกที่ไม่มีชื่อเสียง ตามรายการมวยดังต่อไปนี้ ไทยไฟท์ แม็กซ์มวยไทย มวยไทยซูเปอร์แชมป์ และมวยไทย 8 ทิศ (ธุรกิจ มวยไทย 4.0. ออนไลน์)
 3. แบบธุรกิจ จะเป็นลักษณะการออกท่าทางมวยไทย เพื่อการออกกำลังกายและสนุกสนาน มักที่จะนิยมเรียกว่า มวยไทย บอดีคอมแบท
 4. แบบวัฒนธรรม-กระชับมิตร คือ มวยไทยคาดเชือกเมียนมา-ไทย จะมีบริษัท ห้างร้าน มาเป็นสปอนเซอร์เพื่อโปรโมทธุรกิจตามแนวชายแดน (Boarder Trade) อ.แม่สอด จ.ตาก
- ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษากับสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบก ช่อง 7 สี ซึ่งเป็นแบบที่ 1 คือ แบบอาชีพ ทำการแข่งขัน 5 ยก และใช้กฎกติกามวยไทย

4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทย

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เรื่องที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างของประชากร รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงไปของประชากรในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ รวมไปถึงปัจจัยในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ซึ่งปัจจัยต่างๆ ทางประชากรนี้เองจะเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่จะมีผลต่อมีผลต่อการเลือกซื้อ หรือใช้สินค้าและบริการที่มีความแตกต่างกันออกไป

Defleur (1982) ได้มีการกล่าวถึงทฤษฎีที่มีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลไว้ว่า บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันออกไปทั้งในด้านกายภาพ จิตวิทยา โดยความแตกต่างเหล่านี้ เป็นเพราะบุคคลแต่ละบุคคลนั้น ได้ถูกหล่อหลอมจากสังคม และสิ่งแวดล้อมรอบตนเองที่มีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงทำให้บุคคลแต่ละบุคคลนั้นมีทั้งทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อต่างๆ รวมไปถึงบุคลิกภาพของแต่ละคน

Shiffman and Kanuk (2003) ได้มีการให้ความหมายลักษณะทางประชากรศาสตร์ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น หมายถึง ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ รวมไปถึงความเชื่อทางศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งทั้งหมดนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยในส่วนของลักษณะพื้นฐานนี้เองมักเป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาสำหรับการแบ่งกลุ่มทางการตลาด (Market Segmentation) ของนักการตลาด ด้วยการนำข้อมูลต่างๆ มาเชื่อมโยงกับเรื่องความต้องการของผู้บริโภค หรืออัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภคเป็นต้น

Hanna and Wozniak (2001) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐาน ที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการความชอบและอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) การนำข้อมูลพื้นฐานโดยทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม สามารถนำมาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมายได้ เพราะปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมายได้ แต่ทั้งนี้ต้องรู้จัก

ประยุกต์และพิจารณาจากข้อมูลในหลายๆ ร่วมกัน ซึ่งลักษณะทางประชากรที่มีความแตกต่างกันจะทำให้คนมีลักษณะทางด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรม จะช่วยอธิบายความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ในขณะที่ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายได้ โดยคนที่ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ดังนี้

เพศ โดยบุคคลที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมักมีแนวโน้มและความต้องการในการสื่อสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้ต้องการเพียงการรับส่งข่าวสารแต่จะมีความต้องการในการสร้างความสัมพันธ์อันดีจากการรับและส่งข่าวสารเหล่านั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของบุคคลแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน

อายุ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีอายุน้อยมักมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนอายุมาก และมักมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดแบบอนุรักษนิยม ถือการปฏิบัติ ระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่า เนื่องจากได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้ลักษณะของการสื่อสารหรือรับสื่อ นั้น บุคคลอายุมากจะเน้นการแสวงหาข่าวหรือสาระเนื้อหา มากกว่าความบันเทิง

การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในแง่ของการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ หากไม่มีเหตุผลรองรับอย่างเพียงพอและมักรับสื่อจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่การศึกษาน้อยกว่าที่มักจะเชื่ออะไรง่ายกว่าและมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์หรือภาพยนตร์

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจหรือแสดงพฤติกรรมใดๆ เพราะมีประสบการณ์ ทัศนคติ และค่านิยมรวมไปถึงเป้าหมายแตกต่างกัน

Schiffman & Kanuk (1997) ให้ความหมายลักษณะทางประชากรศาสตร์ว่า ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลเหล่านี้ใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

Defleur & Rokeach (1989) ได้คิดค้นทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) กล่าวว่า ลักษณะต่างๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายพฤติกรรมของบุคคลได้เป็นกลุ่มๆ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อข้อมูลในแบบเดียวกัน รวมไปถึงทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) โดยได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ความสนใจต่อข้อมูลที่แตกต่างกัน จะมีคุณลักษณะของบุคคลต่างกัน ดังเช่น ปัจจัยส่วนบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญซึ่งอัจฉรา นพวิญญวงษ์ (2550) จากงานวิจัยนี้จากการศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ดังนี้

1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

1.1 กลุ่มวัยกลางคนจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ คือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มนี้ในปัจจุบันจะมีพฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการจากยุคที่ผ่านมา กล่าวคือจะมีอำนาจตัดสินใจในการบริโภคมากกว่าเมื่อก่อนเนื่องจากมีรายได้ และมีการวางแผนการลงทุนที่ดีมีความทันสมัยและรับฟังข่าวสารอยู่เสมอ กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากประสบการณ์ และความเชื่อมั่นในตนเองมากกว่าการเชื่อข้อมูลจากภายนอก เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และส่วนใหญ่อิทธิพลของคนในครอบครัวจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของคนกลุ่มนี้ต่ำ กล่าวคือกลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่รู้จักและตราหือที่คุ้นเคยมากกว่าจะยอมรับสิ่งใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนี้ยังมีความอ่อนไหวเรื่องราคาราคาต่ำ โดยยินดีจ่ายแพงขึ้นสำหรับสินค้าและบริการที่ดีขึ้น

1.2 กลุ่มหนุ่มสาวถึงวัยกลางคน คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-45 ปี คนกลุ่มนี้มีเหตุผลในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ไม่ค่อยยึดติดกับตราสินค้าที่หือหรือมีราคาแพง โดยมีพฤติกรรมที่น่าสนใจคือ เลือกตามยี่ห้อของตัวเอง คนกลุ่มนี้มองสินค้าตราหือที่ถูกลงกว่าตราหือที่นิยมใช้ในกลุ่มคนมีเงิน ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะอำนาจซื้อไม่เพียงพอ แต่สิ่งที่คนกลุ่มนี้แสดงออกมาไม่ได้ อยู่ในลักษณะที่มีปมด้อยแต่พยายามสร้างแนวโน้มของกลุ่มตนเองว่าตราหือที่เลือก เป็นตัวแทนของความทันสมัย และสร้างความรู้สึกเชิงลบกับตราหืออื่นๆว่าเป็นเรื่องไร้สาระของคนรวย

1.3 กลุ่มวัยรุ่น คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 13-22 ปี คนกลุ่มนี้ค่อนข้างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสั้น ไม่ค่อยรอบคอบในการซื้อ เพราะรายได้ทั้งหมดส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครอง วัยรุ่นมักมีพฤติกรรมรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อกันและกัน ในการสร้างค่านิยมและรูปแบบแนวคิดใหม่ เช่น การแต่งตัว สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงชนิดและตราหือของสินค้าที่จะซื้อ โดยคาราวัยรุ่นที่ซื้อชอบทั้งคาราไทย และคาราต่างประเทศ ล้วนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมาก เพราะเพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยมากเกิดจากสาเหตุ ในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่ต่างกันอย่างมาก โดยส่วนใหญ่เด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสถียรและเป็นผู้ตามหรือ

เป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทยเพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าและใช้เทคโนโลยีสูง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันอาจมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมและวัฒนธรรมไปบ้างแต่ก็ยังคงมีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อของเพศชายและเพศหญิงอยู่ไม่น้อย

3. สถานภาพการสมรส (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่นผู้ที่หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย จะเลือกแต่งการด้วยเสื้อผ้าที่หรูหรา ทันสมัยมีเอกลักษณ์

4. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูง จะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย จึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้า และบริการที่เค้าตัดสินใจ สถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลักการศึกษา

อาชีพ และรายได้นั้นมีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เช่นบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาดำกว่า

ศิริพันธ์ ถาวรทวิวงษ์ (2543) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน ช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา และสังคมวัฒนธรรม ช่วยอธิบายถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลต่างๆ จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการเลือกตลาดเป้าหมาย บุคคลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัันดังนี้

1. เพศ โดยเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง เพราะผ่านประสบการณ์ชีวิตมามากกว่า

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะคิด แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับข่าวสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางในความรู้ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ในการเป็นตัวกำหนดความรู้ จะเชื่อในสิ่งที่ได้รับฟังมาจากคนอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เชื้อชาติ ถิ่นฐาน ภูมิลำเนา พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ และรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละครอบครัว แต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายในการใช้ชีวิตต่างกัน

ทั้งนี้ม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าชมนกีฬา ที่เกี่ยวข้องด้านประชากรศาสตร์ว่าส่งผลต่อความพึงพอใจ หรือส่งผลต่อพฤติกรรมการชมนกีฬาที่แตกต่างกัน ดังนี้

Zhang et al. (2003) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมนกีฬา ได้ผลว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมนการแข่งขันกีฬาที่แตกต่างกันเฉพาะในการแข่งขัน

ระดับอาชีพเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Christer Thrane (2001) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการเข้าชมกีฬาในแถบสแกนดิเนเวีย ซึ่งกล่าวว่าปัจจัยด้านอายุส่งผลที่แตกต่างกันต่อการเข้าชมกีฬาในระดับอาชีพเท่านั้น เนื่องจากในระดับสมัครเล่นผู้เข้าชมส่วนใหญ่จะเป็นคนที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่งกันเท่านั้น

Christer Thrane (2001) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาในแถบสแกนดิเนเวีย ได้ผลว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีแนวโน้มจำนวนในการเข้าชมกีฬาที่มากกว่าเพศหญิงในเกือบทุกชนิดกีฬา

Zhang et al. (2003) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมกีฬา ได้ผลว่ารายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลของ Wilson (2002) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความแตกต่างทางสถานะทางสังคมกับการเข้าชมกีฬา ขณะที่ Bird (1982) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของลีกฟุตบอลในเชิงเศรษฐกิจ พบว่า ระดับรายได้ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอล เนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาเป็นกีฬาสำหรับชนชั้นต่างๆ ไป นอกจากนี้ยังพบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาที่แตกต่างกัน เนื่องจากภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน

เนื่องจากการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษากับผู้ชมมวยไทย ซึ่งเป็นผู้ชมกีฬา และ Oxford Dictionary ได้ให้คำจำกัดความผู้ชมกีฬา (Spectator) ว่าเป็นบุคคลซึ่งชมกิจกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมพิเศษทางด้านกีฬาโดยที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการแข่งขัน ในการจัดการกีฬานั้นการแบ่งส่วนผู้ชมกีฬาตามลักษณะประชากรศาสตร์ถูกนำมาใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Funk et al. 2016) ในแง่ของกิจกรรมนั้นหนทางการและใช้เวลาว่างนั้น ลักษณะประชากรศาสตร์ถือว่ามีความสำคัญมากที่จะมีการรับรู้และพฤติกรรมในด้านนั้นหนทางการที่แตกต่างกัน (Torkildsen, 2005) ซึ่งก็รวมถึงผู้ชมมวยไทยด้วยเช่นกัน จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคแตกต่างกัน และอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะนำแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) และอัจฉรา นพวิญญูวงศ์ (2550) มาประยุกต์ใช้ในเรื่องของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยที่สนามมวยสถานีสยาม สิกองทัพบก ช่อง 7 สี จำแนกตามอายุ เพศ สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา เนื่องจากปัจจัยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์นั้นยังมีลักษณะอื่นๆ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ในทางสถิติที่กำหนดตามกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ โดยขึ้นอยู่กับว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกัน ความคิด และการกระทำก็มีแนวโน้มที่แตกต่างกันไปด้วยและสามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของ

ประชากรด้านอื่นๆ ตามลักษณะพื้นฐานของประชากร โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ และการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภค ที่สามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนด ตลาดเป้าหมายที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ในงานวิจัย ครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพราะปัจจัยเหล่านี้สามารถให้ข้อมูลที่ ครบคลุมลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมชาวไทยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้

สนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือ เวทีมวยไทย 7 สี

สนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 หรือมวยไทย 7 สี เป็นรายการโทรทัศน์ ถ่ายทอดสดกีฬามวยไทย ที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 เป็นระยะเวลาที่มากกว่าทศวรรษ รายการนี้ทำการ ถ่ายทอดทางช่อง 7 HD ทุกวันอาทิตย์เวลา 14:30 - 16:30 น. รวมถึงมีการถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ มีเดียส์นิวส์ แชนแนล โดยเริ่มในปี พ.ศ. 2556 จนถึงปี พ.ศ. 2557 และปี พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน ออกอากาศคู่ขนานทางช่อง 7 HD ทางเว็บไซต์ <http://www.bugaboo.tv> (สำหรับผู้ชมในประเทศไทย) และมีบริการ SVOD ที่ชื่อ MUAYTHAI 7 สำหรับผู้ชมชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการ กีฬา และรักษาศิลปะแม่ไม้มวยไทย (แบน ท่าพระ, 2555)

โดยมวยช่อง 7 สี ได้เริ่มต้นช่วงประมาณปี พ.ศ. 2511 หรือประมาณ 51 ปีที่แล้ว โดย ร้อย โทชายชาญ วรรณสุด กรรมการผู้จัดการของบริษัท กรุงเทพโทรทัศน์และวิทยุ จำกัด ในขณะนั้นมีความ สนใจเรื่องกีฬามวย และต้องการที่จะถ่ายทอดสดกีฬามวยผ่านทางโทรทัศน์ จึงได้ติดต่อ ทาบตามคุณเทียมบุญ อินทรบุตร หรือชื่อในวงการมวยเรียกขานกันว่า “พญาอินทรี” หรือ “หัว แดงโม” ให้ลาออกจากการเป็นโปรโมเตอร์มวยชื่อดังของเวทีมวยราชดำเนินมาเป็นผู้จัดรายการ กีฬามวยให้กับทางช่อง 7 โดยใช้ชื่อรายการว่า “เทียมบุญบ็อกซิ่งโชว์” นอกจากนั้นทางคุณชายชาญ ได้มอบหมายให้คุณสหสมภพ ศรีสมวงศ์ (บ๊อง) ซึ่งเป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท พร้อมทีมงานที่มี ประสบการณ์ด้านประภคุ่มมวย อาทิ เช่น ใหญ่ ยิ่งยง ร.ต.ไปจน ผ่องสุภา ชุ่น เกียรติเพชร และ ดี ศิษย์สามทหาร มาเป็นผู้ช่วยโปรโมเตอร์

หลังจากนั้น เทียมบุญ อินทรบุตร ได้ยุติบทบาทตัวเองจากวงการมวย คุณชายชาญจึงได้ แต่งตั้งคุณสหสมภพ ศรีสมวงศ์ มาเป็นโปรโมเตอร์จัดมวยและเปลี่ยนชื่อรายการมาเป็น "ศึกดาวรุ่ง ทิว 7 สี มุ่งแชมป์เียนโลก" หลังจากนั้นคุณสหสมภพ ศรีสมวงศ์ เสียชีวิตอย่างกะทันหัน

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 ทางผู้บริหารของบริษัทฯ ก็ได้มีการแต่งตั้งให้คุณพีรพงศ์ ชีระเดช พงศ์ (ซุ่น เกียรติเพชร) มารับหน้าที่เป็นโปรโมเตอร์จัดมวย ภายใต้ชื่อรายการ “มวยไทย 7 สี” จวบจนปัจจุบัน โดยมีคุณชลอ นาคอ่อน เป็นนายสนามมวยสถานีสถาปกรณ์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี และคุณสมยศ อรุณมาศ เป็นรองนายสนามมวยสถานีสถาปกรณ์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี (พีรพงศ์ ชีระเดช พงศ์และประวัติฯ ก้องทองสมุทร, 2562)

จากการสัมภาษณ์ สุขชัย สุระเดช (2562) เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการโดยได้กล่าวถึงกฎระเบียบข้อบังคับและแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ประตูเปิดให้เข้าจับจองที่นั่งในเวลา 12:30 น. และปิดในเวลา 14:00 น. หรือเมื่อผู้ชมเต็มความจุของสนาม
 2. ต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อยห้ามใส่รองเท้าแตะ กางเกงขาสั้น เสื้อยืดคอกกลม ทั้งนี้ในกรณีของผู้ชมชาวต่างชาติ ขึ้นอยู่ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ของสนาม
 3. ห้ามนำอาหาร และเครื่องดื่มทุกชนิดเข้าไปภายในสนาม
 4. ห้ามพก นำอาวุธ ยาเสพติด สิ่งผิดกฎหมาย หรือสิ่งที้อาจจะก่อให้เกิดอันตราย
 5. ห้ามนำขวด ภาชนะชนิดแก้ว/โลหะ /ไม้เสียบอาหารต่างๆ
 6. ห้ามใช้แฟลชถ่ายรูป ขณะที่มวยกำลังแข่งขัน
 7. ไม่อนุญาตให้นำกล้อง VDO ทุกชนิด หรือ โทรศัพท์มือถือบันทึกวีดิโอขณะที่มวยกำลังแข่งขัน
 8. ห้าม LIVE สด ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทุกๆ ชนิด
 9. ห้ามสูบบุหรี่
 10. ห้ามเล่นการพนัน
 11. ห้ามทะเลาะวิวาท หรือ ก่อความ สร้างความรำคาญ ต่อผู้ชม ในเขตพื้นที่ จะถูกดำเนินคดีทางกฎหมาย
 12. สุภาพสตรีห้ามพิงหรือขึ้นเวทีเด็ดขาด
- ซึ่งเวทีที่ใช้ในการจัดการแข่งขันเป็นห้องส่งสตูดิโอคัดแปลงมาเป็นสนามแข่งขันมวยชั่วคราวในการแข่งขัน ที่มีความจุสนามประมาณ 4,000 คน ซึ่งปกติจะมีผู้เข้าชมเต็มทุกครั้ง โดยแบ่งเป็นผู้ชมชาวต่างชาติ 300-400 คนในแต่ละอาทิตย์ และตลอดปีจะมีผู้เข้าชมทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ โดยประมาณ 208,000–234,000 คน ซึ่งไม่มีการบันทึกสถิติที่แน่นอน

จึงสรุปได้ว่ามวยไทย 7 สี หรือ คีกรมวยไทย 7 สีเป็นสนามมวยที่มีการจัดการแข่งขันจากทีมงานที่มีประสบการณ์ด้านประกบคู่มวยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ ความสนุกแล้วที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานในการดึงดูดผู้เข้าชมเต็มเวทีสนามมวยทุกครั้ง

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการดำเนินงานของสนามมวยช่อง 7 สี จะเป็นเวทีการแข่งขันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง และมียอดผู้เข้าชมปริมาณมากในทุกครั้งที่มีการจัดการแข่งขัน แต่กลับยังพบปัญหาในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านการดำเนินงานในสนามมวย (ไทยรัฐ. ออนไลน์)

(1) มีการเรียกเก็บเงินค่าเข้าชมมวยจากผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการนั่งเก้าอี้ หัวละ 100 - 300 บาทปกติแล้วสนามมวยเวทีช่อง 7 สี จะเปิดให้เข้าชมฟรี

(2) การล้มมวย ยังคงมีเกิดขึ้นและเป็นปัญหาใหญ่ที่ผู้จัด (โปร โมเตอร์) ต้องวางแผนการดำเนินงานที่เคร่งครัด โดยมีการสอดส่องหาข่าวก่อนที่จะอนุญาตให้นักมวยขึ้นทำการแข่งขัน

2. ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย พบปัญหา ดังต่อไปนี้

(1) สถานที่นั่งรถก่อนที่จะเข้าด้านในเวทีมวยมีความสบายกว้างขวางเพียงพอหรือไม่ เพราะที่ด้านในเวทีมวยจะเปิดให้เริ่มเข้าเวลา 12.30 น. เนื่องจากการถ่ายทอดสดเริ่มในเวลา 14.30 น. หากว่าจำนวนผู้เข้าชมเต็มภายในเวที เจ้าหน้าที่จะไม่อนุญาตให้ผู้ชมเข้า

(2) โซนที่เป็นเก้าอี้สำหรับนั่งชมมวยมีน้อยมาก หากผู้ชมที่เข้าไปภายในเวทีไม่มีที่นั่งจะต้องไปหาที่ยืนบนอัฒจันทร์

(3) ระบบถ่ายเทอากาศภายในเวทีมวยอากาศร้อนและอบอ้าว เพราะสถานที่ดัดแปลงมาจากห้องบันทึกรายการโทรทัศน์ และมีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก

(4) ทางเข้า-ออก ภายในเวทีมวยคับแคบ อีกทั้งมีประตูน้อย หากเกิดเหตุการณ์ใดๆที่ไม่คาดฝัน จะไม่สามารถรองรับกับจำนวนผู้เข้าชมภายในสนามมวยได้เพียงพอ

3. ด้านบุคลากรในการดำเนินรายการ

(1) มีการเลือกปฏิบัติเรื่องการแต่งกายเพื่อเข้าชมมวยภายในเวที ระหว่างผู้ชมชาวไทยกับผู้ชมชาวต่างชาติของเจ้าหน้าที่ และนำระเบียบการเข้าชมมวยที่มีอยู่มาบังคับใช้อย่างเข้มงวดโดยแฟนมวยที่จะเข้าชมต้องใส่เสื้อคอปกและรองเท้าหุ้มส้น เท่านั้น ห้ามใส่เสื้อยืดและรองเท้าแตะเข้าเวทีภายในห้องส่งโดยไม่มีการยกเว้น (มวยสยาม รายวัน-รายสัปดาห์. ออนไลน์)

(2) การจัดที่นั่งเข้าชมภายในเวทีมวย จะเป็นในลักษณะใครเข้าก่อนก็จะได้ที่นั่ง แต่ทั้งนี้ก็จะมียางบริเวณที่ไม่สามารถนั่งได้ ผู้ชมก็ต้องไปหาที่ยืนบริเวณอัฒจันทร์รอบๆเวที (ICT MEDIA SILPAKORN UNIVERSITY)

(3) การทำหน้าที่ของกรรมการตัดสิน มักมีข้อขัดแย้งของผลการคำตัดสิน (SIAM SPORT. ออนไลน์)

(4) เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อาจมีไม่เพียงพอหรือไม่เข้มงวด เพราะว่ามีการแข่งขันอยู่บ่อยๆ ครั้ง หรือในกรณีที่มีเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทระหว่างผู้เข้าชมมวย (เดลินิวส์, 2558)

จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการจัดการแข่งขันมวยไทยในครั้งนี้ เพื่อจะได้ค้นหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและจัดการแข่งขันได้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของผู้รับชมได้มากยิ่งขึ้น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ

5.1 งานวิจัยในประเทศ

ศิริ สารผล (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขน" โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชม รายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขนในด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ประชากรที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริม การตลาด ประชากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานและด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ทฤษฎี สิทธิประเสริฐ (2535) ทำการศึกษาโครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดมวยไทย เก็บข้อมูลจาก ผู้จัดการรายการ (Promoter) หัวหน้าค่ายมวยและนักมวย พบว่า การพนันเป็นตัวหล่อเลี้ยงธุรกิจนี้ เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่จะเข้าไปเล่นการพนัน ระบบการพนันทำงานสามารถควบคุมให้ผู้ที่เล่นเสียเงินหรือป้องกันการล้มมวยได้ การพนันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของสนามมวย ผู้จัดการรายการ หัวหน้าค่ายมวย และนักมวย โดยเฉพาะผู้จัดการต้องประกบมวยให้สู้สี่เป็นที่พอใจกับเซียนมวย เพราะมวยชกสู้สี่จะทำให้มีปริมาณการพนันมาก สนามมวยก็ต้องการผู้จัดการที่ประกบกลุ่มมวยได้สี่สี่ เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่มาจากผู้ชม โครงสร้างของตลาดสนามมวยไทย เป็นตลาดผู้ขายน้อยราย พฤติกรรมของสนามมวยจะรวมตัวกันเป็นผู้ผูกขาด โดยแบ่งวันการจัดมวย

อย่างแน่นอน ไม่มีการแข่งกัน ด้านราคา และทั้งสองสนามจะมีวิธีการควบคุมผู้จัดรายการ หัวหน้าค่ายมวย และนักมวย โดยมีการลงโทษหากทำให้สนามเสียผลประโยชน์ ซึ่งผลของการผูกขาดทำให้สนามมวยทั้งสองไม่ให้ความสำคัญของสภาพของสนามมวยและประสิทธิภาพในการทำงานมากนัก ส่วนตลาดผู้จัดรายการ นอกจากถูกจำกัดโดยสนามมวยแล้ว ผู้จัดรายการจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการบริหารหลายด้าน คือสามารถจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสนามและค่ายมวยเป็นที่น่าพอใจ ทำให้รายการมวยเป็นที่นิยม จนได้รับสิทธิการจัดมวยมากกว่าผู้จัดรายการอื่น หากผู้จัดรายการไม่สามารถจัดสรรผลประโยชน์ ให้เป็นที่พอใจกับทางสนามมวยทางสนามมวยก็จะตัดผู้จัดรายการคนนั้นออกจากการเป็นผู้จัดการทันที ในส่วนพฤติกรรมของผู้จัดรายการจะมีพฤติกรรมที่ต้องการให้มีผู้ชมมวยมากที่สุด โดยการหานักมวยที่มีฝีมือจากหัวหน้าค่ายและให้ผลประโยชน์สนามเป็นที่พอใจ การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันกันด้านคุณภาพ เพราะราคาถูกควบคุม โดยสนาม ปัจจุบันมีค่ายมวยเป็นจำนวนมาก ค่ายมวยสามารถเข้าออกจากธุรกิจนี้ได้ง่าย การลงทุนไม่สูงนักมีการกีดกันน้อยมาก หัวหน้าค่ายมวยจะต้องมีระบบการบริหาร มีการคัดเลือก และการฝึกสอนที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จ เพราะค่ายมวยต้องเลี้ยงดูนักมวยเป็นเวลานานและมีวิธีการควบคุมนักมวยไม่ให้ย้ายค่ายได้เมื่อมีชื่อเสียงแล้ว ส่วนตลาดนักมวยการเข้าออกทำให้ได้ง่าย เนื่องจากต้นทุนในการสู่อชีพต่ำมาก แต่เมื่อเข้ามาแล้วความเป็นอิสระจะหมดไป ทั้งนี้เพราะไม่สามารถย้ายค่ายได้ตามอำเภอใจ นักมวยที่เข้ามาสู่ธุรกิจนี้ส่วนใหญ่จะเป็นคนที่มีฐานะยากจนและความรู้น้อย ไม่ต้องมีประสบการณ์ อยากรักก็ขายได้เฉลี่ยของนักมวยเป็นรายได้ที่สูง แต่นักมวยส่วนใหญ่ในค่ายที่สำรวจจะมีรายได้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย มีเพียงนักมวยไม่กี่คนที่ประสบความสำเร็จจนมีรายได้สูง นอกจากนี้อาชีพนักมวยเป็นอาชีพที่ทำให้ร่างกายทรุดโทรมเร็วมาก มีข้อสังเกตว่าถ้าอนุญาตให้มีการเปิดสนามมวยใหม่จะมีกลไกตลาดที่ทำให้มีการแข่งขันมากขึ้นอันจะส่งผลต่อบริการของสนามมวยที่ดีขึ้น และนักมวยมีโอกาสในการชกมวยได้มากขึ้นซึ่งอาจทำให้ รายได้รวมสูงขึ้นได้

ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา ด้านการดำเนินงานในสนามมวย ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านบุคลากรในการดำเนินรายการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพบว่าผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีเพศและอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา ไม่แตกต่างกัน

ยุพาพร โคตรทอง (2554) ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเล่นกีฬามวยไทยของนักกีฬาสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลกับ นักกีฬามวยไทย จำนวน 132 คน พบว่า แรงจูงใจด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนในทีม (ทั้งในด้านส่วนตัวและด้านการลงแข่งขัน) ด้านความมั่นคง ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ และด้านนโยบายและการบริหารมีความสัมพันธ์กับการเล่นกีฬามวยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านนโยบายและการบริหาร มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยข้อที่มีคะแนนสูงสุด คือ มีการวางแผนการแข่งขันอย่างเป็นระบบ และข้อที่ต่ำสุดคือ ผู้บริหารมีความยุติธรรมในการพิจารณาค่าตอบแทน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยข้อที่สูงที่สุดคือ สถานที่ฝึกซ้อมมีความปลอดภัย และข้อที่ต่ำสุดคือ สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ มีความเหมาะสม ด้านความมั่นคง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยค่าสูงสุดคือ มองหาสมาคมใหม่ที่เปิดโอกาสให้ท่านก้าวหน้า ค่าต่ำสุดคือ รู้สึกมั่นคงที่ได้เป็นนักกีฬาของสมาคม และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนนักกีฬา มีความคิดเห็นในระดับมาก โดยค่าสูงสุด คือ มีการแบ่งพรรคแบ่งพวกภายในทีม และค่าต่ำสุดคือ ท่านได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนนักกีฬาในเวลาที่มีปัญหา

อนุวัฒน์ ถืออยู่ (2554) ได้ศึกษาวิจัย การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทย พบว่า เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทยที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 9 ด้าน 31 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย 1. มาตรฐานด้านการบริหารค่ายมวยไทย 2. มาตรฐานด้านการฝึกซ้อมและอุปกรณ์การฝึกซ้อม 3. มาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกีฬาในการพัฒนาสมรรถนะนักมวยไทย 4. มาตรฐานด้านการอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะมวยไทย 5. มาตรฐานด้านการจัดการสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่พักและความปลอดภัยให้แก่ นักมวย 6. มาตรฐานด้านการส่งเสริมความรู้และการพัฒนาตนเองให้กับนักมวยและบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในค่ายมวย 7. มาตรฐานด้านการจัดการในการแข่งขันของนักมวย 8. มาตรฐานด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและแนวทางพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 9. มาตรฐานด้านเกียรติประวัติค่ายมวยไทย ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยทุกด้านในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ใน ระดับมากที่สุด

นปภัทร์ ชูสุวรรณ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการสร้างแรงจูงใจพิเศษที่กระตุ้นให้เกิดการอยากมา

ชม การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับมวยไทยสามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ผลกระทบ ราคา สถานที่ บุคลากร และกระบวนการในการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อการมาชมมวยไทย อย่างไรก็ตามมวยไทยเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันไปในนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้นการมาชมมวยไทยจึงไม่ใช่ปัจจัยหลักที่มาชมและไม่มีอิทธิพลทางตรง

ฉัฐวัฒน์ วิวัฒนาการมย์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย และศึกษาโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย โดยงานวิจัยนี้จึงกำหนดขอบเขตของประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้แฟนบอลชาวไทยที่เคยเข้าชมฟุตบอลไทยลีกในสนามอย่างน้อย 1 ครั้ง และต้องเป็นแฟนบอลของทีมสโมสรฟุตบอลที่ทำการแข่งขันอยู่ในระดับ ไทยลีก 1 และ ไทยลีก 2 ในฤดูกาล 2560 จำนวน 420 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,000–20,000 บาท และสถานภาพทางสังคมส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งปัจจัยหลักที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทยมากที่สุดสามอันดับแรก คือ เป็นทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ หรือนักเตะที่ชื่นชอบลงแข่งขัน บรรยากาศความการชมฟุตบอลในสนามสนุกสนาน สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และราคาบัตรเข้าชมไม่สูงเกินไป และผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทยที่แตกต่างกัน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีระดับการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลไม่แตกต่างกัน

เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 402 คน พบว่าผู้เข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีส่วนใหญ่อายุ 36-45 ปี มีสถานภาพทางครอบครัวคือ สมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ของท่าน โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000–30,000 บาท และการเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

พบว่า ผู้เข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

ศุภศักดิ์ เกาประเสริฐวงศ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชมมวยไทย เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทย ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ได้แก่ การสร้างสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการอยากมาชม โฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับมวยไทย และสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากมวยไทยเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สำราญ สุขแสวง และรุ่งนภา สิงห์สถิตย์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้ชมมวยไทยของสนามมวยราชดำเนินและเวทีมวยช่อง 7 สี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย สำหรับเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทย ระดับสูงที่สุด คือ มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัว ส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผู้ชมมวยไทย ระดับสูงที่สุด คือ ด้านบุคลากรมีความอึดอัดใจ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รองลงมาคือ ด้านกายภาพความสะอาดของพื้นที่บริเวณเวทีที่นั่งชมมีความเพียงพอ และที่น้อยที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์บนโปรচার์ และจากการสัมภาษณ์ภายหลังการเข้าชมมวยไทย พบว่า ส่วนใหญ่อยากกลับมาชมซ้ำอีกครั้ง รู้สึกความรักมวยไทย ต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น ชอบความตื่นเต้นเวลานักมวยขึ้นชกบนเวทีแล้วมีเสียงร้องจากผู้ชมดังทั่วเวที ชอบวัฒนธรรมการรាំมวยไทย และตอนชกมวยไทย ตื่นเต้นเมื่อคู่ทักชกการชกของนักมวย (หมัด เท้า เข่า สอก) ชอบเวลาชมและเชียร์ว่าฝ่ายใดจะแพ้หรือชนะ การชกมวยไทยเป็นกีฬาที่มีความบันเทิงเป็นอย่างมาก เป็นกีฬาที่มีความตื่นเต้นและมีความโดดเด่น

แตกต่างจากศิลปะการต่อสู้ของประเทศอื่นๆ และเป็นประโยชน์อย่างมากในการเอาไปปรับปรุงในทักษะการชกของตนเอง

กะรัต ศรีเมือง (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการเข้าชมเกมส์กีฬาระหว่างแฟนบอลและผู้ชมไทยลีกระดับ 1 โดยใช้แรงจูงใจในการเข้าชมในการแบ่งกลุ่มแฟนบอลและผู้ชมฟุตบอล วิเคราะห์การวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ประจำปี 2561 ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 400 คน ทำการเก็บข้อมูลกับทีมสโมสรกีฬาฟุตบอลอาชีพที่ทำการแข่งขันในลีกสูงสุดของประเทศไทย ผลการวิจัยผลการวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นช่วงอายุตั้งแต่ 26-35 ปี และรองลงมาเป็นผู้ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 36-45 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเข้าชมเกมส์กีฬาฟุตบอลไทยลีกระดับ 1 ในด้านความสำเร็จ มากที่สุด รองลงมาคือด้านความตื่นเต้นเร้าใจ ด้านความสามารถ ด้านสุนทรีย์ะ ด้านการได้ความรู้ ด้านการยึดติดกับทีม และด้านการยึดติดกับชุมชน ในปัจจัยด้านแฟนบอลและปัจจัยด้านผู้ชมฟุตบอล เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ ANOVA เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ช่วงอายุที่ต่างกันมีปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าชมฟุตบอลไทยลีก 1 ที่แตกต่างกัน

ธีร์ คันโททอง (2561) ที่ได้ทำการศึกษาวัฒนธรรมประชาานิยมจากการชมและเชียร์กีฬาฟุตบอลไทยลีก โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่มีการร่วมเข้าชมฟุตบอลกับแฟนบอลของสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของแฟนบอลที่เกิดจากการชมและเชียร์ฟุตบอลของแฟนบอลไทยลีกนั้นทำให้เกิดวัฒนธรรมประชาานิยม ประกอบไปด้วย วัฒนธรรมแฟนคลับ วัฒนธรรมท้องถิ่นนิยม วัฒนธรรมฟุตบอลดารา วัฒนธรรมการดื่มแอลกอฮอล์ วัฒนธรรมความรุนแรง วัฒนธรรมการเล่นการพนัน และวัฒนธรรมสตรีนิยม ซึ่งวัฒนธรรมประชาานิยมนี้ได้เผยขยายมาพร้อมกับกีฬาฟุตบอลจากสังคมตะวันตกเข้ามาสู่สังคมไทย และได้เป็นที่ยอมรับจากสังคมไทยเป็นอย่างดี ซึ่งเห็นได้จากกระแสติดตามชมและเชียร์ฟุตบอลไทยลีกของแฟนบอลที่ปรากฏผ่านทางสื่อต่างๆ และยังช่วยสร้างความประทับใจในบรรยากาศการชมและเชียร์ให้แฟนบอลที่เข้ามาชมและเชียร์ในสนาม ซึ่งจะทำให้กลับมาชมและเชียร์อีกครั้ง

5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Bahk (2000) เรื่องความแตกต่างทางเพศการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชมกีฬา จากกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาเพศชาย จำนวน 107 คน เพศหญิง 166 คน โดยใช้แบบวัดการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของนักกีฬาในฐานะผู้ชมกีฬา ผลการศึกษาพบว่า เพศชายมีส่วนร่วมมากกว่า เพศหญิงในฐานะผู้ชมกีฬา

Thrane (2001) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาในสแกนดิเนเวีย พบว่า การตัดสินใจเข้าชมการแข่งขันกีฬาเพศชายมีแนวโน้มจำนวนในการเข้าชมกีฬาที่มากกว่าเพศหญิงในเกือบทุกชนิดกีฬา

Cannon and Ford (2002) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้มาเยือน : วิเคราะห์จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า การเดินทางไปชมกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นต่อวันคือระดับรายได้สูง แต่ความจริงแล้วพบว่าผู้เข้าชมมาจากนอกรัฐ เป็นปัจจัยที่ช่วยลดการใช้จ่ายต่อวันเนื่องจากระยะเวลาการเดินทางที่ยาวนานขึ้น ทำให้ไม่ต้องใช้จ่ายไปกับการสังสรรค์ ประกอบกับรายได้ที่ใช้ต่ำถึงปานกลางนั่นเอง และการเดินทางไปชมกีฬาของผู้เข้าชมกีฬาที่มาจากนอกรัฐสถานภาพแตกต่างกันไม่มีผลต่อการชมกีฬา

Mullin, Hardy and Sutton (2007) ที่ได้ทำศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกีฬากับการดำเนินการตลาดกีฬา ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์ไว้ว่า การจัดกิจกรรมทางการกีฬาที่องค์กรสร้างความร่วมมือทางธุรกิจกับผู้สนับสนุน โดยที่ผู้สนับสนุนต่างจะได้รับสิทธิประโยชน์ร่วมกัน โดยผู้จัดกิจกรรมกีฬาจะได้รับผลประโยชน์จากผู้สนับสนุนเป็นเงิน หรือสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการบริหารพัฒนากิจกรรมที่จัดขึ้น พร้อมทั้งผู้สนับสนุนจะสามารถใช้กิจกรรมกีฬาเป็นเวทีในการสื่อสารตราสินค้าไปยังผู้บริโภคหรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้

Ridinger and Funk (2006) เป็นงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ-การชมกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความแตกต่างระหว่างผู้ชม จำนวน 959 คน ที่เข้าร่วมการแข่งขันบาสเกตบอลดิวิชั่น 1 ของ NCAA ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบ 9 ความแตกต่างสำหรับทีมหญิง 7 ความแตกต่างสำหรับเพศผู้ชม และ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ ด้วยการวิเคราะห์วิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยจากความภาคภูมิใจของมหาวิทยาลัย ทีมที่สนใจ และความสำเร็จของทีม ที่ได้อธิบายถึงความแปรปรวนในเรื่องของความมุ่งมั่นและพฤติกรรมเข้าร่วมของผู้ชม พบว่า ความสนใจส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับเพศของทีมที่

แตกต่างกัน ทำให้การกระตุ้นให้ผู้ชมเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอลที่แตกต่างกันระหว่างเพศชายและหญิง

Tsuji et al. (2007) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และแนวโน้มในการกลับมาของผู้เข้าร่วมกีฬาในฐานะผู้แข่งขันกีฬา Gravity Games ซึ่งจัดใน Cleveland, Ohio สหรัฐอเมริกา พบว่าผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬามีความพึงพอใจกับกระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษและมีแนวโน้มในด้านบวกที่จะกลับไปยังกิจกรรมเดิมในอนาคต โดยที่คุณภาพการให้บริการเป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจได้ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ชมเป็นตัวแปรทำนายสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่สามารถทำนายถึงแนวโน้มในการที่ผู้ชมจะกลับมาชมการแข่งขันนั้นอีก

Yusof and Hamdan (2014) ที่ได้ตรวจสอบประวัติและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาเยี่ยมชมลึงกาฬ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 248 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา โดยเป็นนักท่องเที่ยวกีฬาในประเทศไทยร้อยละ 74.6 โดยมีแรงจูงใจในการเข้าสังคมเพิ่มมากขึ้นเพื่อต้องการพบปะครอบครัวและเพื่อน

Stander and Van Zyl (2016) Stander and Van Zyl (2016) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬาและผลทางจิตวิทยาของผู้ชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในแอฟริกาใต้ จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในแอฟริกาใต้ในการแข่งขันที่โซวีโต่ จำนวน 806 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 67.4 มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 30.6 เป็นกลุ่มผิวสีดำร้อยละ 85 พูดภาษาซีโซโท ร้อยละ 26.2 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 37.3 เคยเข้าร่วมชมเกมมากกว่า 4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 70.1 และมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1000 แรนด์ของแอฟริกาใต้ต่อปี

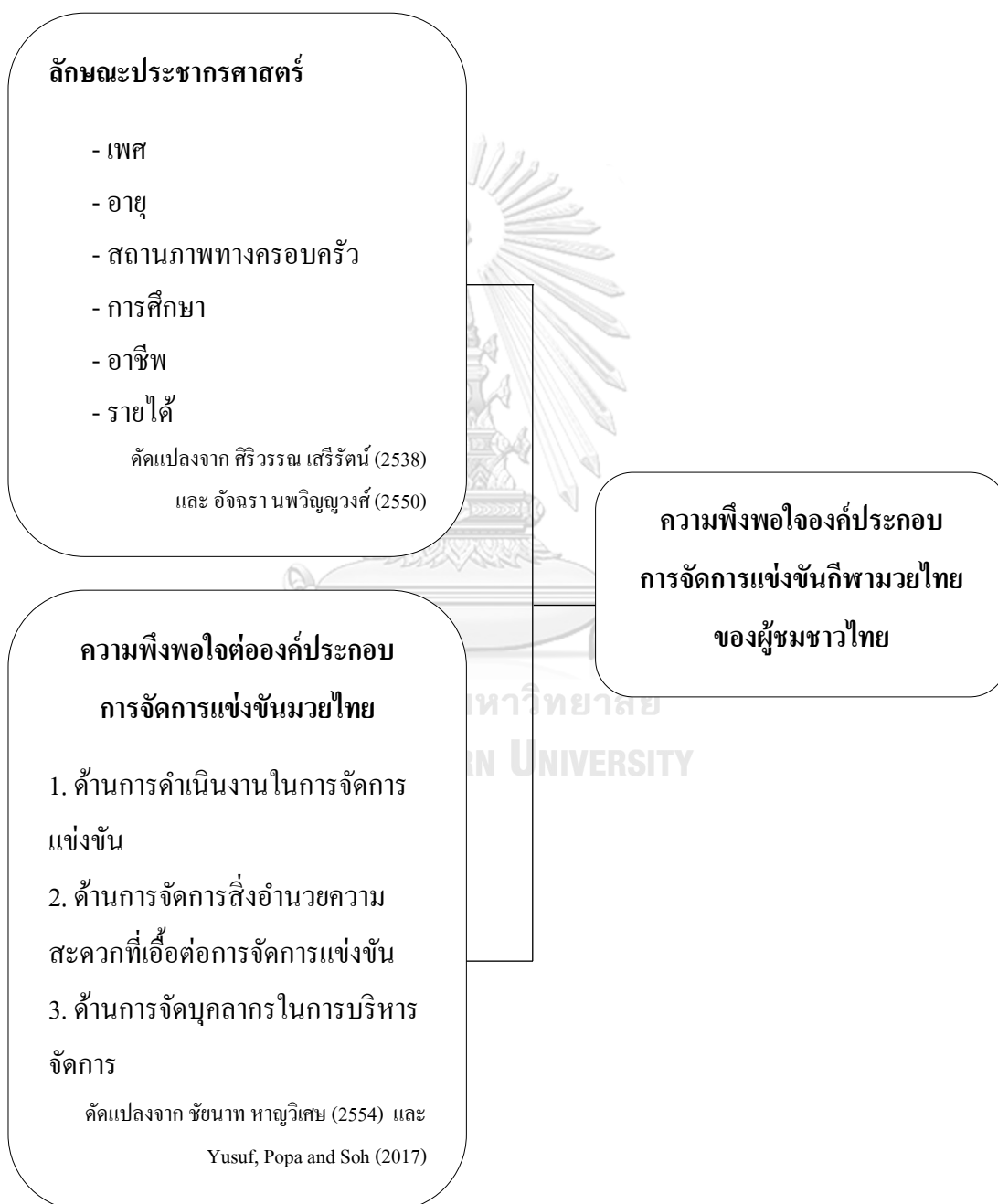
Yusuf, Popa and Soh (2017) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เป็นชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยและพฤติกรรมที่จะกลับมาเข้าชมในอนาคต โดยได้แบ่งองค์ประกอบของมวยไทย (Attributes of Muay Thai) เป็นหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ระดับในการออกหมัดถึงเนื้อถึงตัว (Degree of Physical Contact) วัฒนธรรม (Culture) ความน่าดึงดูดของเกมกีฬา (Game Attractiveness) ราคา (Cost) ความนิยมของกีฬา (Popularity of Sport) ความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงสนาม (Convenience and Accessibility) กิจกรรมสร้างความบันเทิงก่อนการแข่งขันหรือระหว่างมีการแข่งขัน (Pre-Game/In-Game Entertainment) สิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก (Facility) ของแจกฟรีและการสนับสนุนการขายอื่น ๆ (Free Offerings and Promotions) ซึ่งองค์ประกอบข้างต้นสามารถจูงใจผู้ชมให้เกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การบอกต่อหรือกลับมาเยือนได้

Supassak and Voradej (2019) ทำการค้นหารูปแบบในการพัฒนามวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทัศนศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่ายมวยที่ลงทะเบียนมากกว่า 1,200 แห่งและแต่ละแห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานและบริการเพิ่มเติมเช่นที่พักพร้อมอาหารสามมื้อ อย่างไรก็ตามค่ายมวยบางแห่งเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการฝึกอบรมโดยไม่มีที่พัก ในกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงมีสนามมวยสำหรับฝึกซ้อม และการแข่งขัน เช่นเวทีมวยชั่วคราวสนามมวยถาวรและวิทยาลัยมวยไทย ดังนั้นภูมิภาคนี้จึงมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมวยไทย เนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกการฝึกอบรมผู้ฝึกสอนที่มีประสบการณ์ซึ่งเปลี่ยนจากนักมวยเป็นผู้ฝึกสอนและความรู้ และพบว่าการศึกษาความคาดหวังและสภาพที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เรียนมวยไทยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เรียนมวยไทยอ้างอิงถึงการคาดการณ์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีการเรียนรู้มวยไทยที่ควรจะเป็นอย่างไรไม่เคยมีมาก่อน ในทางกลับกันสภาพที่เป็นจริงหมายถึงการรับรู้การบริการตามความคาดหวังของทรัพยากรการเรียนรู้ในขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังใช้บริการ ข้อค้นพบที่น่าสนใจคือเมื่อนักท่องเที่ยวพบกับสภาพจริงได้เรียนรู้มวยไทยในประเทศต้นกำเนิดกับนักมวยมืออาชีพและเจ้าของวัฒนธรรมและใช้บริการการรับรู้สภาพที่แท้จริงของพวกเขาสูงกว่าความคาดหวังของทุกด้าน นี่เป็นจุดที่โดดเด่นในการสร้างความพึงพอใจและความสามารถในการแข่งขันของค่ายมวยไทย นอกจากนี้ยังสามารถทำนายความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้สภาพจริงและความคาดหวัง สามารถคาดการณ์ได้ว่าค่ายมวยซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ของมวยไทยสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เรียนได้อย่างมากจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับสภาพจริง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของค่ายมวยตามมุมมองของผู้ประกอบการที่ดำเนินการค่ายมวยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ธุรกิจค่ายมวยได้รับความนิยมเนื่องจากลักษณะเฉพาะของมวยไทยเทรนด์ฟิตเนส ความสนใจในกีฬา มวยไทยในภาพยนตร์และสื่อออนไลน์และการแข่งขันในต่างประเทศ ปัจจัยเหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เรียนรู้มวยไทยมากขึ้น เมื่อพิจารณาความรู้เกี่ยวกับการจัดการค่ายมวยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของค่ายมวยดังนี้ 1) สถานที่ตั้งและอุปกรณ์ของค่ายมวย 2) ความสะอาดและความปลอดภัย 3) บุคลากร 4) หลักสูตรและกิจกรรม 5) การประยุกต์วิทยาศาสตร์การกีฬา 6) การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) และอัจฉรา นพวิญญวงศ์ (2550) และองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยที่ดัดแปลงมาจาก ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) และ Yusuf, Popa and Soh (2017) และได้กำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษา ดังนี้



รูปที่ 5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ตัวแปรต้นคือผู้ชมมวยไทย ซึ่งแบ่งส่วนผู้ชมกีฬาตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีบทบาทสำคัญมากที่จะมีการรับรู้และพฤติกรรมที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคแตกต่างกัน และอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะนำแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) และอัจฉรา นพวิญญูวงศ์ (2550) มาประยุกต์ใช้ในเรื่องของลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทยช่วง 7 ปี จำแนกตามอายุ เพศ สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา ตัวแปรตามซึ่งคือความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ของ ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) และ Yusuf, Popa and Soh (2017) หมายถึง ปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การจัดการแข่งขันมวยไทยของเวทีประสบความสำเร็จ และมีผู้เข้าชมมาชมที่เวทีได้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน หมายถึง การบริหารงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเวทีการแข่งขัน ซึ่งหมายรวมถึง การกำหนดวิธีการที่ชัดเจน การบริหารจัดการให้การแข่งขันมีความสนุก การสร้างความน่าดึงดูดของเกมนักกีฬา การสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นมวยไทย ซึ่งถือว่าปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรม และทำให้ผู้ชมได้รับประสบการณ์จากตาหูฟังและความรู้สึกหรือประสบการณ์ได้โดยทันที

2. ด้านการจัดสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน หมายถึง การที่เวทีได้จัดอุปกรณ์ที่จำเป็น รวมถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่รองรับลูกค้าที่สร้างหรืออำนวยความสะดวกให้มารับชมที่เวที เช่น ป้ายสัญลักษณ์ เก้าอี้นั่ง ห้องสุขา เป็นต้น และหมายรวมถึง การประชาสัมพันธ์และนำเสนอ หมายถึง การจัดทำการตลาดเพื่อนำเสนอข้อมูลไปยังผู้ชมได้หลากหลายช่องทาง เข้าถึงได้ง่าย และสามารถสร้างความดึงดูดใจในการมาเข้าชมในสนาม

3. ด้านการจัดบุคลากรในการบริหารจัดการ หมายถึง การที่เวทีมวยได้จัดสรรบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน ให้อย่างเหมาะสม อันประกอบด้วย ผู้จัดการ (โปรโมเตอร์) นักมวย เจ้าหน้าที่สนาม กรรมการผู้ตัดสิน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ทหารและตำรวจ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามหน้าที่และเต็มความสามารถ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้ชมการแข่งขันมวยไทยที่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในแต่ละด้าน ผู้วิจัยจึงออกแบบวิธีการศึกษา ดังนี้

ประชากร

ผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย ที่เข้าชมมวยไทยในสนามมวยศึกมวยไทย 7 สี มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ จำนวน 440 คน

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตร Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

(ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ของความคลาดเคลื่อน ($e = 0.05$) จากการสุ่ม

ตัวอย่าง

โดย p ต้องกำหนดไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างจึงจะอยู่ในระดับที่เชื่อถือได้

จากการแทนค่า

$$\text{สูตร } n = \frac{(0.5)(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.5)^2}$$

$$n = \frac{(0.5)(0.5)(3.8461)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ อย่างน้อยต้องใช้จำนวน 384 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลที่อาจได้แบบสอบถามกลับมาโดยข้อมูลไม่ครบถ้วน และไม่สามารถวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น โดยเพิ่มจำนวนอีก 56 คน สรุปรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 440 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจาก ผู้เข้าชมในเวทีศึกษามวยไทย 7 สี และได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ชมที่เป็นชาวไทย เป็นคนสัญชาติไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป เคยเข้าชมมวยไทยช่อง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ที่สนามมวยโดยไม่รวมครั้งปัจจุบัน สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ มีความสมัครใจในการเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเก็บตัวอย่างจากบุคคลที่ได้เลือกแบบเจาะจงจากขั้นที่ 1 และมีความเต็มใจและยินดีให้ข้อมูล และทำการแจกแบบสอบถามจนครบ 440 คน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกีฬา การบริหาร สนามมวย และความพึงพอใจเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญ/อาจารย์ด้านธุรกิจการจัดการกีฬาเพื่อการแข่งขัน จำนวน 1 คน อาจารย์ที่สอนทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวน 1 คน อาจารย์ที่สอนทางด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน และ ผู้เชี่ยวชาญ/อาจารย์ที่สอนทางการบริหารจัดการกีฬา จำนวน 1 คน เพื่อให้พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหาโดยค่าที่ได้ต้องมีความใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (สิทธิ์ ชีรสรณ์, 2552) ซึ่งจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ผลเท่ากับ 0.88 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข ไปทดลองก่อนนำไปใช้จริง (Try out) กับผู้เข้าชมชมมวยไทย จำนวน 30 คน ในสนามมวยที่มีความใกล้เคียงกับสนามมวยที่ทำการศึกษา โดยสนามมวยที่ทำการทดลอง ได้แก่ สนามเวทีมวยสยาม อ้อมน้อย 74 หมู่ 12 ถนนเพชรเกษม ตำบล อ้อมน้อย อำเภอกะทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร 74130 ซึ่งเป็นสนามมวยที่มีการถ่ายทอดสดผ่านทีวี ช่อง 33 และมีการเปิดให้มีการชมการแข่งขันที่สนามมวย มีระยะเวลาในการจัดการแข่งขันและถ่ายทอดสดใกล้เคียงกัน 12.15-14.00 น. และมีกลุ่มมวยที่ได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน ซึ่งมีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของ ครอนบาร์ค (Cronbach, 1970) โดยกำหนดระดับค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าเป็นค่าที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ (ยุทธ ไกยวรรณ และกุสุมา ผลพรม, 2553) ซึ่งจากการหาค่าครอนบาร์ค อัลฟา ได้ผลเท่ากับ 0.95

5. นำโครงร่างวิทยานิพนธ์และแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่หาค่า IOC และความเที่ยง (Reliability) เป็นที่เรียบร้อยแล้วเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ครั้งที่ 1 โครงการวิจัยเลขที่ 264/62 เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2562

6. โครงร่างวิทยานิพนธ์และแบบสอบถามผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โครงการวิจัยที่ 264.1/62 เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2563

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม มีลักษณะคำถามแบบเลือกรายการ (Multiple Choice) คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาที่สอดคล้องกับเนื้อหาโครงการวิจัยมาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยได้กำหนดกรอบของแบบสอบถามไว้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะคำถามแบบเลือกรายการ (Multiple Choice) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ลักษณะคำถามแบบเลือกรายการ (Multiple Choice) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี ได้แก่ ความถี่ในการมาชมมวยไทย วัตถุประสงค์เพื่อนร่วมชม การเลือกใช้นานพาทนะ ช่วงเวลาในการรับชม และค่าใช้จ่ายในการรับชม

ส่วนที่ 3 ลักษณะคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจากคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน ด้านการจัดการด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย และด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ของการแปลความหมายและให้คะแนน ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหนังสือขอความร่วมมือจากผู้บริหารของสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี เพื่อขอใช้สถานที่และเข้าไปเก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมชาวไทยและใช้พื้นที่ในการตอบแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยกำหนดใช้ระยะเวลาเก็บข้อมูล 5 สัปดาห์ เพื่อให้ข้อมูลมีการกระจายของกลุ่มตัวอย่าง

3. ได้ดำเนินการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์คุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น ได้แก่

3.1 มีสัญชาติไทย

3.2 อายุ 20 ปีขึ้นไป

3.3 เคยเข้าชมมวยไทยช่อง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

3.4 สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้

3.5 มีความสมัครใจในการเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

4. ทำการเก็บข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามไปให้กับกลุ่มตัวอย่าง

5. มีการระบุ งานวิจัยนี้ไม่มีความเสี่ยงและผู้วิจัยพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยพบและแนะนำตัว อธิบายวัตถุประสงค์ ขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล และประโยชน์ที่จะได้รับ จากการวิจัย พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการทำวิจัยด้วยความสมัครใจ ซึ่งการตอบรับหรือการปฏิเสธการเข้าร่วมวิจัยครั้งนี้จะไม่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถแจ้งเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกได้โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผลหรือคำอธิบายใดๆ ข้อมูลทุกอย่างจะถือเป็นความลับและนำมาใช้ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวม หากกลุ่มตัวอย่างมีข้อสงสัยเกี่ยวกับโครงการวิจัยสามารถสอบถามเพิ่มเติมจากผู้วิจัยได้ทันที

6. เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2563 โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลในวันที่จัดการแข่งขัน คือ วันอาทิตย์ โดยใช้ระยะเวลา 5 สัปดาห์ ซึ่งจะใช้เวลาก่อนการแข่งขันในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ช่วงที่หนึ่งด้านภายนอกอาคาร ตั้งแต่เวลา 10.30 - 12.15 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่งเดินทางมาถึงจะต้องพักรออยู่ด้านนอกเวทีมวย ช่วงที่สองภายในเวทีมวย ตั้งแต่เวลา 12.30 - 14.15 น. จะเป็นช่วงระหว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่เข้าไปจับจองที่นั่งภายในเวทีมวย

เกณฑ์การวัดตัวแปรและเกณฑ์การแปลความหมาย

เกณฑ์การวัดตัวแปร ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของการจัดการในสนามมวย
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
1 คะแนน	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด
2 คะแนน	มีความพึงพอใจน้อย
3 คะแนน	มีความพึงพอใจปานกลาง
4 คะแนน	มีความพึงพอใจมาก
5 คะแนน	มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับที่แสดงความพึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับที่แสดงความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับที่แสดงความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับที่แสดงความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับที่แสดงความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นข้อคำถาม
ปลายเปิด (Open-ended Questions)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามมาประมวลผล
ผ่าน โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยใช้สถิติในการ
วิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การ
แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ
(Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการใน
สนามมวย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic Analysis) ใช้สถิติเพื่อทดสอบ
สมมติฐานของงานวิจัย โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบ 2 กลุ่ม ด้วยค่าที (t-test) จำแนกตาม เพศ
และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยแบบหลายกลุ่ม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว
(One - way ANOVA) ด้วยการทดสอบค่า "เอฟ" (F-test) จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา
อาชีพ และรายได้ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 และในกรณีที่พบความแตกต่าง ใช้การ
วิเคราะห์รายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม โดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 คน จากนั้นผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	=	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	=	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	=	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
t	=	ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (t-distribution)
SS	=	ผลรวมของส่วนเบี่ยงเบนกำลังสอง (Sum of Squared Deviations)
DF	=	ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
MS	=	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
F	=	ค่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม (F-distribution)
p	=	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกระดับของความมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	=	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำนวน 440 คน ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอข้อมูลทั่วไปโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 1-12

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	364	82.73
หญิง	76	17.27
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 82.73 และเป็นเพศหญิง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 17.27

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	53	12.00
30-39 ปี	128	29.00
40-49 ปี	115	26.00
50-59 ปี	101	24.00
60 ปีขึ้นไป	43	9.00
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 26 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 9

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

สถานภาพทางครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
โสด	131	29.80
สมรส	237	53.90
หย่าร้าง	55	12.50
อื่นๆ (แยกกันอยู่)	17	3.80
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 รองลงมาโสด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 หย่าร้าง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอื่นๆ (แยกกันอยู่) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	107	24.32
มัธยมศึกษา	188	42.73
ปริญญาตรี	129	29.32
ปริญญาโท	16	3.63
ปริญญาเอก	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 42.73 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 29.32 ระดับประถมศึกษา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 24.32 และระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.63

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	14	3.18
ข้าราชการ	35	7.95
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	4.55
ธุรกิจส่วนตัว	142	32.27
พนักงานบริษัทเอกชน	78	17.72
นักกีฬาอาชีพ	5	1.14
รับจ้างทั่วไป	119	27.05
อื่น ๆ	27	6.14
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 32.27 รองลงมามีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 27.05 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 17.72 ข้าราชการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.95 อื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.14 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 นิสิต/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.18 และนักกีฬาอาชีพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.15

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	74	16.80
10,000 – 20,000 บาท	213	48.40
20,001-30,000 บาท	103	23.40
30,001 บาท ขึ้นไป	50	11.40
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทย มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามเคยมาชมมวยไทยในสนาม ก่อนหน้านี้กี่ครั้ง (ใน 3 เดือนที่ผ่านมาไม่รวมครั้งนี้)

เคยมาชมมวยไทยในสนามก่อนหน้านี้กี่ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
เคยมา 1-2 ครั้ง	139	31.60
เคยมา 3-4 ครั้ง	122	27.70
เคยมามากกว่า 4 ครั้ง	179	40.70
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่เคยมาชมมวยไทยในสนามก่อนหน้านี้กี่ครั้งมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมาเคยมา 1-2 ครั้ง จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 และเคยมา 3-4 ครั้ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 27.70

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในครั้งนี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

วัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในครั้งนี	จำนวน	ร้อยละ
1. พักผ่อนหย่อนใจ	174	25.55
2. เพื่อความสนุกสนาน น่าตื่นเต้น	206	30.25
3. การประกบคู่ชกมวยน่าสนใจ	63	9.25
4. ติดตามนักมวยที่ท่านชื่นชอบ	83	12.19
5. เพื่อคู่มือศิลปะการต่อสู้และวัฒนธรรมของมวยไทย	81	11.89
6. เพื่อท่องเที่ยวเชิงกีฬา	50	7.34
7. สนามมวยแห่งนี้เป็นทางผ่านไปทำกิจกรรมอื่นๆ	17	2.50
8. อื่นๆ	7	1.03
รวม		100.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในครั้งนี พบว่า ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่มาเพื่อความสนุกสนาน น่าตื่นเต้น จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 25.55 ติดตามนักมวยที่ท่านชื่นชอบ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 12.19 เพื่อคู่มือศิลปะการต่อสู้และวัฒนธรรมของมวยไทย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 11.89 การประกบคู่ชกมวยน่าสนใจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 เพื่อท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 7.34 สนามมวยแห่งนี้เป็นทางผ่านไปทำกิจกรรมอื่นๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามการเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้กับใคร

การเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้กับใคร	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	185	42.04
2. มากับเพื่อน	137	31.14
3. มากับแฟน	71	16.14
4. มากับครอบครัว/ญาติ	37	8.40
5. กลุ่มทัวร์	5	1.14
6. อื่นๆ	5	1.14
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบก ช่อง 7 สี กับใคร พบว่า ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 42.04 รองลงมาคือมาพบเพื่อน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 31.14 มากับแฟน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.14 มากับครอบครัว/ญาติ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 กลุ่มทัวร์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.14 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทยจำแนกตามการเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้อย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
1. รถยนต์ส่วนตัว	225	50.56
2. รถประจำทาง (รถเมล์)	86	19.33
3. รถไฟฟ้า (BTS/MRT)	47	10.56
4. รถมอเตอร์ไซด์	72	16.18
5. เดิน	15	3.37
6. อื่นๆ	-	-
รวม		100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าการเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สี อย่างไร พบว่า ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 50.56 รองลงมาคือรถประจำทาง (รถเมล์) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 รถมอเตอร์ไซด์ จำนวน 72 คิดเป็นร้อยละ 16.18 รถไฟฟ้า (BTS/MRT) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56 และเดิน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทาง มาชมมวยไทยในสนามมวยโดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง จะต้องใช้เวลานานเท่าไร

ระยะเวลาในการเดินทางมาชมมวยไทยในสนามมวย โดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง จะต้องใช้เวลานานเท่าไร	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	219	49.77
2. มากกว่า 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง	173	39.32
3. มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง	26	5.91
4. มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	22	5.00
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าระยะเวลาในการเดินทางมาชมมวยไทยในสนามมวยโดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง จะต้องใช้เวลานานเท่าไร พบว่า ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง มาชมมวยไทยในสนามมวยไม่เกิน 1 ชั่วโมง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 49.77 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 173 คิดเป็นร้อยละ 39.32 ลำดับถัดมาคือ มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 5.91 และมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมด (โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 100 บาท	94	21.36
2. 101 – 500 บาท	207	47.05
3. 501 – 1,000 บาท	64	14.54
4. 1,000 บาทขึ้นไป	75	17.05
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมด (โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) พบว่า ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่ใช้เงินประมาณ 101 – 500 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 47.05 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 21.36 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.05 และ 501 – 1,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.54 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ประกอบด้วยด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน และด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน จากการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 13-16

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	4.09	0.51	มาก
ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	3.84	0.71	มาก
ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	4.10	0.60	มาก
รวม	4.01	0.53	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ($\bar{X}=4.10$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.51) และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ($\bar{X}=3.84$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สนามมวยมีการจัดการแข่งขันที่ดึงดูดให้มาชมการแข่งขันภายในสนาม	4.19	0.75	มาก
2. สนามมวยมีโปรแกรมการแข่งขันและประกบคู่ชกมวยที่ใกล้เคียงกันและน่าตื่นเต้น	4.22	0.69	มากที่สุด
3. สนามมวยมีรูปแบบการจัดการแข่งขันที่ได้มาตรฐานเป็นไปตามกฎกติกาของมวยไทย	4.23	0.73	มากที่สุด
4. สนามมวยจัดจำนวนคู่ชกมวยเหมาะสม	4.08	0.83	มาก
5. สนามมวยดำเนินการแข่งขันได้ต่อเนื่อง ไม่ขาดตอนตามลำดับคู่มวย	4.10	0.84	มาก
6. สนามมวยมีการจัดการแสดงที่สะท้อนวัฒนธรรมหรือกิจกรรมสร้างความบันเทิง การเคารพครูผู้ฝึกสอนและการใช้ท่าแม่ไม้มวยไทยในการแข่งขัน	4.16	0.77	มาก
7. สนามมวยจัดระบบการนำเสนอข้อมูลขณะการแข่งขันอย่างเหมาะสม	3.98	0.77	มาก
8. สนามมวยมีการแสดงข้อมูลการแข่งขันได้อย่างทันเวลาและเหมาะสม	3.98	0.80	มาก
9. สนามมวยมีการแจกของรางวัล และการสนับสนุนการขายอื่นๆ ที่น่าสนใจ	3.78	1.12	มาก
10. สนามมวยมีการแจ้งข้อมูลและนำเสนอข้อมูลของสนามมวยและคู่ชกไปยังผู้ชม ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งกระดาษ กระดานประกาศ หรือ โซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊ค ไลน์ หรือ เว็บไซต์	4.14	0.89	มาก
รวม	4.09	0.51	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีรูปแบบการจัดการแข่งขันที่ได้มาตรฐาน เป็นไปตามกฎกติกาของมวยไทย ($\bar{X}=4.23$, S.D. = 0.73) และรองลงมาคือ สนามมวยมีโปรแกรมการแข่งขันและประกบคู่ชกมวยที่ใกล้เคียงกันและน่าตื่นเต้น ($\bar{X}=4.22$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ



ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย			
ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สนามมวยมีการจัดและสร้างบรรยากาศในการแข่งขัน เช่น การบรรเลงเครื่องดนตรี (ปี่-กลอง) ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง และระบบแสงและสีมีความเหมาะสมสามารถดึงดูดใจ	4.25	0.78	มากที่สุด
2. สนามมวยจัดพื้นที่รับชม เก้าอี้นั่งชม พื้นที่เวที พื้นที่ขายของไว้อย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.13	1.43	ปานกลาง
3. สนามมวยมีการจัดทำป้ายสัญลักษณ์ ชัดเจน เช่น ทางไปห้องน้ำ ทางหนีไฟ ทางออก	3.74	1.09	มาก
4. บริเวณรอบ ๆ สนามมวยมีตู้กดเงิน (ATM) หรือร้านสะดวกซื้อที่อำนวยความสะดวก	3.97	0.87	มาก
5. สนามมวยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึง เช่น มีทางเลือกในการเดินทางที่หลากหลาย	4.09	0.81	มาก
รวม	3.84	0.71	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีการจัดและสร้างบรรยากาศในการแข่งขัน เช่น การบรรเลงเครื่องดนตรี (ปี่-กลอง) ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง และระบบแสงและสีมีความเหมาะสมสามารถดึงดูดใจ ($\bar{X}=4.25$, S.D. = 0.78) และรองลงมาคือ สนามมวยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึง เช่น มีทางเลือกในการเดินทางที่หลากหลาย ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีจำนวนเจ้าหน้าที่จัดการภายในสนามเพียงพอ	4.11	0.79	มาก
2. เจ้าหน้าที่แต่ละคนสามารถทำงานของตนเองได้อย่างเหมาะสม	4.04	0.82	มาก
3. เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติหน้าที่มีการให้บริการและอัธยาศัยที่ดี	4.09	0.76	มาก
4. มีเจ้าหน้าที่หลากหลายหน้าที่ทั้งการบริการในสนาม แพทย์สนามและบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	4.21	0.77	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติหน้าที่ได้ให้บริการกับผู้ชมอย่างเท่าเทียมกัน	4.04	0.82	มาก
6. เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลล่วงหน้าได้อย่างถูกต้อง เช่น รายละเอียดคู่ชก ระยะเวลา	4.11	0.83	มาก
รวม	4.10	0.60	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเจ้าหน้าที่หลากหลายหน้าที่ทั้งการบริการในสนาม แพทย์สนามและบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X}=4.21$, S.D. = 0.77) และรองลงมาคือ มีจำนวนเจ้าหน้าที่จัดการภายในสนามเพียงพอ ($\bar{X}=4.11$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 17 แสดงผลแจกแจงความถี่ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบคำถามปลายเปิด (n=15) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
1. พื้นที่สำหรับผู้นั่งชมมีจำนวนน้อย แออัด คับแคบ และไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ชม	9
2. ปรับปรุงเวทีมวย และควรเพิ่มพัดลมที่ศาลานั่งรอชม	2
3. ปรับปรุงห้องสุขา และเรื่องกฎเกณฑ์การสวมเสื้อแต่งกาย เครื่องครัดมากเกินไป	1
4. การให้เครดิตกับต่างชาติมากกว่าคนไทย	1
5. ปรับปรุงระบบความปลอดภัย	1
6. ปรับปรุงคณะกรรมการให้มีความเป็นธรรมมวยให้ละเอียด	1

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าผู้ชมชาวไทยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมทั้งสิ้นจำนวน 15 คน ดังนี้ พื้นที่สำหรับผู้นั่งชมมีจำนวนน้อย แออัด คับแคบ และไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ชม จำนวน 9 คน ปรับปรุงเวทีมวย และควรเพิ่มพัดลมที่ศาลานั่งรอชม จำนวน 2 คน ปรับปรุงห้องสุขา และเรื่องกฎเกณฑ์การสวมเสื้อแต่งกาย เครื่องครัดมากเกินไป จำนวน 1 คน การให้เครดิตกับต่างชาติมากกว่าคนไทย จำนวน 1 คน ปรับปรุงระบบความปลอดภัย จำนวน 1 คน และปรับปรุงคณะกรรมการให้มีความเป็นธรรมมวยให้ละเอียด จำนวน 1 คน

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย จำแนกตามเพศ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test independent) ส่วนอายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way analysis of variance) เมื่อพบความแตกต่างกันทางสถิติ ผู้วิจัยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงผลดังตารางที่ 18-32

ตารางที่ 18 แสดงผลเปรียบเทียบเพศของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	4.10	0.50	3.98	0.53	1.961	0.051
ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อ การจัดการแข่งขัน	3.86	0.70	3.70	0.72	1.793	0.074
ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	4.10	0.60	4.07	0.62	0.334	0.738
รวม	4.02	0.52	3.92	0.55	1.553	0.121

*p > 0.05

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจระหว่างเพศชายและเพศหญิงของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ทั้ง 3 ด้าน ไม่มี ความแตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงผลเปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	p
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	2.956	4	0.739	2.885	.022*
	ภายในกลุ่ม	111.443	435	0.256		
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	5.285	4	1.321	2.629	.034*
	ภายในกลุ่ม	218.667	435	0.503		
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.508	4	0.877	2.441	.046*
	ภายในกลุ่ม	156.314	435	0.359		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.697	4	0.924	3.327	0.011*
	ภายในกลุ่ม	120.863	435	0.278		

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ทั้ง 3 ด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงผลเปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ
การจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50-59 ปี		60 ปีขึ้นไป		F	p
	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.		
1. ด้านการดำเนินงานในการ จัดการแข่งขัน	4.06	0.47	3.99	0.61	4.06	0.50	4.21	0.40	4.14	0.39	2.885	0.022*
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เอื้อต่อการจัดการ แข่งขัน	3.76	0.67	3.73	0.84	3.79	0.72	4.01	0.57	3.89	0.54	2.629	0.034*
3. ด้านการจัดบุคลากรในการ ดำเนินงาน	4.02	0.57	4.01	0.62	4.06	0.63	4.21	0.48	4.25	0.66	2.441	0.046*
รวม	3.95	0.50	3.91	0.62	3.97	0.55	4.14	0.38	4.09	0.53	3.327	0.011*

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบอายุของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจใน
องค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยใน
องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ทั้ง 3 ด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

ตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	.066	.000	.152	.079
30-39 ปี		-	.067	.219*	.146
40-49 ปี			-	.152*	.090
50-59 ปี				-	.072
60 ปีขึ้นไป					-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายกลุ่มของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันของผู้ชมชาวไทยมีช่วงอายุต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีอายุ 30-29 ปี และ 40-49 ปี มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่อายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	.035	.027	.249*	.123
30-39 ปี		-	.062	.285*	.159
40-49 ปี			-	.223*	.097
50-59 ปี				-	.126
60 ปีขึ้นไป					-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่อายุของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในด้านการจัดการสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของผู้ชมมีช่วงอายุต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีอายุ 20-29 ปี, 30-39 ปี และ 40-49 ปี มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อองค์ประกอบด้านการจัดการสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายอายุของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน

อายุ	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
20-29 ปี	-	.009	.038	.184	.223
30-39 ปี		-	.047	.193*	.232
40-49 ปี			-	.146	.185
50-59 ปี				-	.039
60 ปีขึ้นไป					-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ของผู้ชมที่มีช่วงอายุต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีอายุ 30-39 ปี มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน แตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 แสดงผลเปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	P
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการ แข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	2.145	3	0.715	2.776	.041*
	ภายในกลุ่ม	112.255	436	0.257		
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	2.879	3	0.960	1.892	.130
	ภายในกลุ่ม	221.074	436	0.507		
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.246	3	1.082	3.013	.030*
	ภายในกลุ่ม	156.577	436	0.359		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.535	4	0.845	3.019	0.030*
	ภายในกลุ่ม	122.025	436	0.280		

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมวยชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน และด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 แสดงผลเปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	โตด		สมรส		หย่าร้าง		แยกกันอยู่		F	p
	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.		
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	4.01	0.52	4.12	0.47	4.04	0.59	4.31	0.65	2.776	0.041*
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	3.73	0.69	3.90	0.67	3.75	0.89	3.94	0.72	1.892	0.130
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	4.00	0.59	4.17	0.56	4.00	0.71	4.13	0.65	3.013	0.030*
รวม	3.91	0.52	4.06	0.48	3.93	0.66	4.13	0.62	3.019	0.030*

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบสถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย ในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันและด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่สถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	.115*	.036	.310*
สมรส		-	.078	.195
หย่าร้าง			-	.274
แยกกันอยู่				-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันของผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจเฉลี่ยในองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน แตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสและแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่สถานภาพทางครอบครัวของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน

สถานภาพ	โสด	สมรส	หย่าร้าง	แยกกันอยู่
โสด	-	.175*	.000	.137
สมรส		-	.175	.038
หย่าร้าง			-	.137
แยกกันอยู่				-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานของผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 28 แสดงผลเปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษาของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการ แข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	4.022	3	1.341	5.296	.001*
	ภายในกลุ่ม	110.378	436	0.253		
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	2.831	3	0.944	1.861	.135
	ภายในกลุ่ม	221.121	436	0.507		
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.345	3	0.782	2.164	.092
	ภายในกลุ่ม	157.477	436	0.361		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.618	3	0.873	3.121	0.026*
	ภายในกลุ่ม	121.942	436	0.280		

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 แสดงผลเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ประถมฯ		มัธยมฯ		ป.ตรี		ป.โท		F	p
	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.	\bar{x}	s.d.		
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน	4.17	0.48	3.97	0.56	4.16	0.43	4.21	0.34	5.296	0.001*
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	3.94	0.68	3.75	0.74	3.84	0.70	3.96	0.50	1.861	0.135
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน	4.20	0.64	4.03	0.64	4.12	0.48	3.95	0.54	2.164	0.092
รวม	4.10	0.51	3.92	0.57	4.04	0.47	4.04	0.40	3.121	0.026*

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ประถมศึกษา	-	.194*	.009	.042
มัธยมศึกษา		-	.185*	.236
ปริญญาตรี			-	.052
ปริญญาโท				-

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างจากผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างจากผู้ชมที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 แสดงผลเปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบ
การจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการ แข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	1.053	7	0.150	0.573	0.778
	ภายในกลุ่ม	113.347	432	0.262		
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	2.898	7	0.414	0.809	0.580
	ภายในกลุ่ม	221.055	432	0.512		
3. ด้านการจัดบุคลากรในการ ดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.089	7	0.441	1.216	0.292
	ภายในกลุ่ม	156.734	432	0.636		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.795	7	0.256	0.902	0.504
	ภายในกลุ่ม	122.765	432	0.284		

$p > 0.05$

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ชมชาวไทยกับความ
พึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อ
องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงผลเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบ การจัดการแข่งขันมวยไทย	ความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	p
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการ แข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	1.642	3	0.224	2.116	0.097
	ภายในกลุ่ม	112.758	436	0.308		
2. ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน	ระหว่างกลุ่ม	1.819	3	0.873	1.190	0.313
	ภายในกลุ่ม	222.133	436	0.619		
3. ด้านการจัดบุคลากรในการ ดำเนินงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.785	3	0.677	1.641	0.179
	ภายในกลุ่ม	158.037	436	0.450		
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.495	3	0.241	0.580	0.629
	ภายในกลุ่ม	124.065	436	0.335		

$p > 0.05$

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชมชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ทั้ง 3 ด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย ที่เข้าชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ จำนวน 440 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษา ค้นคว้า เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 4 ตอน โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านอื่นๆ ในการชมมวยไทยของผู้ชมชาวไทย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน โดยขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย ที่เข้าชมมวยไทยในสนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ จำนวน 440 คน โดยผู้วิจัยอธิบาย และชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม วิธีการเก็บข้อมูล ถามคัดกรองก่อนทำการแจกแบบสอบถามว่าผู้ตอบแบบสอบถามนั้นตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ก่อนทำการแจกแบบสอบถามและรับแบบสอบถามกลับคืน

ด้วยตนเอง เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์ - 1 มีนาคม 2563 โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลในวันที่จัดการแข่งขัน คือ วันอาทิตย์ โดยใช้ระยะเวลา 5 สัปดาห์ ซึ่งจะใช้เวลาก่อนการแข่งขันในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ช่วงที่หนึ่งด้านภายนอกอาคาร ตั้งแต่เวลา 10.30 - 12.15 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่งเดินทางมาถึงจะต้องพักรออยู่ด้านนอกเวทีมวย ช่วงที่สองภายในเวทีมวย ตั้งแต่เวลา 12.30 - 14.15 น. จะเป็นช่วงระหว่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่เข้าไปจับจองที่นั่งภายในเวทีมวย

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ชมชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และข้อมูลทั่วไปด้านอื่นๆ ของท่านในการมาชมมวยไทย

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูล ความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ชมชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างกัน

สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้ชมชาวไทยที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างกัน และในกรณีที่พบความแตกต่าง ใช้การวิเคราะห์รายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมชาวไทย

ผู้ชมชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 82.73 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 29 มีสถานภาพสมรส จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 42.73 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 32.27 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 ส่วนใหญ่เคยมามากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยเพื่อความสนุกสนาน นำตื่นตื่น จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 42.04 โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 51.56 โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางมาชมมวยไทยในสนามมวยไม่เกิน 1 ชั่วโมง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 49.77 และจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมดใช้เงินประมาณ 101–500 บาท จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 47.05

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ($\bar{X}=4.10$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน ($\bar{X}=4.09$, S.D. = 0.51) และด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ($\bar{X}=3.84$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีรูปแบบการจัดการแข่งขันที่ได้มาตรฐาน เป็นไปตามกฎกติกาของมวยไทย ($\bar{X}=4.23$, S.D. = 0.73)

ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีการจัดและสร้างบรรยากาศในการแข่งขัน เช่น การบรรเลงเครื่องดนตรี (ปี่-กลอง) ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง และระบบแสงและสีมีความเหมาะสมสามารถดึงดูดใจ ($\bar{X}=4.25$, S.D. = 0.78)

ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเจ้าหน้าที่หลากหลายหน้าที่ทั้งการบริการในสนาม แพทย์สนามและบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X}=4.21$, S.D. = 0.77)

ตอนที่ 3 ผลการแจกแจงความถี่ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ทั้งสิ้นจำนวน 15 คน ดังนี้ พื้นที่สำหรับผู้นั่งชมมีจำนวนน้อย แออัด คับแคบ และไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ชม จำนวน 9 คน ปรับปรุงเวทีมวย และควรเพิ่มพุดลมที่ศาลานั่งรอชม จำนวน 2 คน ปรับปรุงห้องสุขา และเรื่องกฎเกณฑ์การสวมเสื้อแต่งกาย เครื่องครัดมากเกินไป จำนวน 1 คน การให้เครดิตกับต่างชาติมากกว่าคนไทย จำนวน 1 คน ปรับปรุงระบบความปลอดภัย จำนวน 1 คน และปรับปรุงคณะกรรมการให้มีความเป็นธรรมมวยให้ละเอียด จำนวน 1 คน

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ว่าลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย

1.1 ผลการเปรียบเทียบระหว่างเพศของผู้ชมมวยชาวไทยที่ต่างกันกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ด้วยวิธีทดสอบค่าที (t-test) พบว่า ผู้ชมมวยไทยที่มีเพศต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

1.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ชมมวยชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยจำแนกตามอายุ ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยแตกต่างกัน เมื่อแยกเป็นรายด้าน จะพบว่า ผู้ชมมวยไทยที่มีอายุ 30-29 ปี และ 40-49 ปี มีความพึงพอใจในองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันแตกต่างจากผู้ชมที่มีอายุ 50-59 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ชมมวยชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยจำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพทางครอบครัวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน และด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานความแตกต่างกัน ซึ่งด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันของผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน พบว่า ผู้ชมมวยไทยที่มีสถานภาพโสด มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสและแยกกันอยู่ และด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานของผู้ชมที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน พบว่า ผู้ชมมวยไทยที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อองค์ประกอบด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ชมที่มีสถานภาพสมรส

1.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ชมมวยชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยจำแนกตามระดับการศึกษา ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ชมมวยชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยแตกต่างกัน ในด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน คือผู้ชมมวยไทยที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีความพึงพอใจเฉลี่ยต่อองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันแตกต่างกับผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และผู้ชมที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันแตกต่างกับผู้ชมที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ชมมวยชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยจำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ชมมวยชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยไม่มีความแตกต่างกัน

1.6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้ชมมวยชาวไทยกับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ชมมวยชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยไม่มีความแตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยของผู้ชมชาวไทย มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมชาวไทยที่มาเข้าชมในเวทีสนามมวยส่วนใหญ่เป็นเพศชายนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสำราญ สุขแสวง และ รุ่งนภา สิงห์สถิตย์ (2560) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ชมมวยไทยของสนามมวยราชดำเนินและเวทีมวยช่อง 7 สี และ เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อาจอธิบายได้ว่า เนื่องจากลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะตัวแปรเพศที่เป็นตัวแปรสำคัญหนึ่งที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคมาก โดยเพศที่ต่างกันมักมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Christer Thrane (2001) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมกีฬาในแถบสแกนดิเนเวีย แล้วพบว่าเพศชายมีแนวโน้มในการเข้าชมกีฬาที่มากกว่าเพศหญิงในเกือบทุกชนิดกีฬา และ Bahk (2000) ที่พบว่าเพศชายจะมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชมกีฬา ทั้งทางอารมณ์ ความเข้าใจ และพฤติกรรมมากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้ อาจเพราะกีฬามวยไทยเป็นกีฬาที่มีความตื่นเต้น เร้าใจ เข้าถึงเนื้อถึงตัว การเข้ามาสัมผัสที่สนามมวยทำให้ได้รับบรรยากาศรอบข้างที่สนุกสนาน ทั้งจากเสียงเชียร์ของกองเชียร์ ได้เห็นภาพเหตุการณ์สดที่แตกต่างจากการรับชมทางทีวีหรืออินเทอร์เน็ต ได้รับความตื่นเต้นเร้าใจมากกว่า จึงอาจเป็นสาเหตุให้ผู้ชมกีฬาอยากมาชมที่สนาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกระรัต ศรีเมือง (2561) ที่พบว่า แรงจูงใจหนึ่งในการเข้าชมเกมส์กีฬาฟุตบอลไทยลีก คือ ด้านความตื่นเต้นเร้าใจ และสอดคล้องกับ สำราญ สุขแสวง และ รุ่งนภา สิงห์สถิตย์ (2560) ที่พบว่า ผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่อยากกลับมาชมซ้ำอีกครั้ง เพราะรู้สึกความรักมวยไทยต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น นอกจากนี้แล้ว อาจเพราะรูปแบบการอบรมเลี้ยงดูของสังคมไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปลูกฝังให้เพศชายเป็นเพศที่มีความกล้าหาญ กล้าแสดงออก มีความรับผิดชอบ และเป็นหัวหน้าครอบครัวที่ต้องสามารถดูแลปกป้องครอบครัวของตนเองได้ ชายไทยจึงมักได้รับปลูกฝังศิลปะการต่อสู้พื้นฐานเพื่อไว้ปกป้องดูแลตนเองและครอบครัวมาตั้งแต่เด็ก ในขณะที่เพศหญิงเป็นเพศที่ต้องดูแลความเรียบร้อยของบ้านเรือน ต้องมีความรู้และเรียนวิชาที่

เกี่ยวข้องกับการดูแลบ้านเรือน การประกอบอาหาร ดังนั้นจึงอาจเป็นผลให้เพศชายมีความชื่นชอบและสนใจในกีฬามวยไทยมากกว่าเพศหญิง

สำหรับผลการศึกษาที่พบว่าผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี นั้น มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ เดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) และ กระรัต ศรีเมือง (2561) ที่พบว่าผู้เข้าชมกีฬาส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 26-35 ปี และรองลงมาเป็นผู้ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 36-45 ปี ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า ช่วงอายุดังกล่าวเป็นวัยผู้ใหญ่และเป็นผู้ที่มีรายได้และประกอบอาชีพแล้ว ประกอบกับน่าจะมีความพร้อมทางการเงิน และมีอิสระในการคิดและตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยตนเอง

สำหรับข้อค้นพบที่พบว่า ผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพทางครอบครัวสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่พบว่า สถานภาพของผู้เข้าชมมวยไทยในสนามมวยมีสถานะสมรสเป็นส่วนใหญ่และสอดคล้องกับ Bahk (2000) ที่ศึกษาเรื่องความแตกต่างทางเพศการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ชมกีฬา โดยพบว่า การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ความเข้าใจและพฤติกรรมของนักกีฬาในฐานะผู้ชมกีฬามีความเกี่ยวข้องกับด้านสถานภาพทางครอบครัวด้วยเช่นกัน โดยจะพบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่มีสถานภาพทางครอบครัวคือสมรส

สำหรับในด้านการศึกษา ที่พบว่าผู้ชมส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อมุมมองด้านความคิดและพฤติกรรมแตกต่างกันด้วย โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในแง่ของการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ หากไม่มีเหตุผลรองรับอย่างเพียงพอและมักรับสื่อจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่ศึกษาน้อยกว่าที่มักจะเชื่ออะไรง่ายกว่าและมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมกีฬาหลายฉบับ อาทิ Yusof and Hamdan (2014) ที่ได้ตรวจสอบประวัติและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มาเยี่ยมชมลังกาวิ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา และมีแรงจูงใจในการเข้าสังคมเพื่อต้องการพบปะครอบครัวและเพื่อน และสอดคล้องกับ Stander and Van Zyl (2016) ที่พบว่าแรงจูงใจของผู้บริโภคกีฬาและกลุ่มผู้ชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในแอฟริกาใต้ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา

ทั้งนี้สำหรับข้อค้นพบอื่นๆ ที่พบว่าผู้ชมมวยที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันนั้น อาจเพราะเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการดูมวยไม่สูงนัก บุคคลที่ประกอบอาชีพใดก็สามารถเข้าดูเข้าชมได้ นอกจากนี้การที่พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่มต่อคนส่วนใหญ่อยู่ที่ 101-500 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับ

การศึกษาของ ณัฐวัฒน์ วิวัฒนาการมย์ (2559) ที่พบว่าผู้ชมฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกมีรายได้ส่วนใหญ่อีก 10,000-20,000 บาทเช่นกัน

นอกจากนี้แล้ว จากผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมการเข้าชมมวยไทยส่วนใหญ่เคยมามากกว่า 4 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยเพื่อความสนุกสนาน น่าตื่นเต้น โดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาชมคนเดียว และเดินทางด้วยรถยนต์ ใช้เงิน 101-500 บาท นั้น เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่กลับมาชมมวยไทยซ้ำกันอีกรอบ เพราะชื่นชอบความสนุกสนานที่ได้รับจากการรับชมมวย และผู้ชมมวยไทยมองว่ามีความสะดวกง่ายเป็นกิจกรรมกรรมที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง ประกอบกับสถานที่ตั้งของสนามมวยสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐวัฒน์ วิวัฒนาการมย์ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลนั้น นอกจากทีมหรือนักเตะที่ชื่นชอบลงแข่งขันแล้ว บรรยากาศความสนุกสนาน สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และราคาบัตรไม่สูงเกินไป จะเป็นปัจจัยสามลำดับแรก ที่ตัดสินใจในการมาชมกีฬา และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของสำราญ สุขแสวง และรุ่งนภา สิงห์สถิตย์ (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ชมมวยไทยในสนามมวยราชดำเนินและเวทีมวยช่อง 7 สี ส่วนใหญ่อยากกลับมาชมซ้ำอีกครั้ง รู้สึกความรักมวยไทยต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น

2. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอยู่ในระดับมาก ดังนี้

2.1 องค์ประกอบด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน ผู้ชมชาวไทยมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเจ้าหน้าที่หลากหลายหน้าที่ทั้งการบริการในสนาม แพทย์สนามและบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากและในรายด้านอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกับ และความพึงพอใจมากที่สุด คือ องค์ประกอบด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน และการศึกษาวิจัยของสำราญ สุขแสวง และรุ่งนภา สิงห์สถิตย์ (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ชมมวยไทย

ของสนามมวยราชดำเนินและเวทีมวยช่อง 7 สี ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้ชมมวยไทย ระดับสูงที่สุด คือ ด้านบุคลากรที่มีความอรรถาธิบาย มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และภายหลังการเข้าชมมวยไทยส่วนใหญ่อยากกลับมาชมซ้ำอีกครั้ง รู้สึกความรักมวยไทยต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น โดยเฉพาะด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงานนั้น เนื่องจากการจัดการแข่งขันมวยไทย ในแต่ละเวทีมวยที่ได้จัดสรรจะต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมีความเกี่ยวข้องและเป็นที่ยอมรับของการจัดการแข่งขันมวยไทย ที่จะสามารถประกบกลุ่มมวยให้สู้กัน เกิดความสนุกสนานเร้าใจให้ผู้ชมมวยไทย พร้อมกันนี้ต้องสร้างแรงสูงใจให้กับนักมวยอาชีพ เช่น การมีผู้สนับสนุนต่างๆ ที่เข้ามาด้วย ซึ่งบุคลากรนั้นอันประกอบด้วย ผู้จัดการ (โปรโมเตอร์) นักมวย เจ้าหน้าที่สนาม กรรมการผู้ตัดสิน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ทหารและตำรวจ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตรงตามหน้าที่และเต็มความสามารถที่จะนำไปสู่การสร้าง ความสนุกสนานความประทับใจให้กับผู้ชมได้ และการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยของพัชรมน รัชพลเดช (2560) ยังพบว่า จะมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย ที่มีหน้าที่ในระดับการจัดการ ได้แก่ นายสนามมวย ผู้จัดการรายการแข่งขัน (โปรโมเตอร์) และหัวหน้าค่าย และแต่ละฝ่ายต่างมีบทบาทสำคัญต่อการทำหน้าที่การจัดการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำ บุคลากร และการประเมินผล เพื่อก่อให้เกิดรายการแข่งขันมวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก

2.2 องค์ประกอบด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน พบว่า ผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีรูปแบบการจัดการแข่งขันที่ได้มาตรฐาน เป็นไปตามกฎกติกาของมวยไทย สนามมวยมีโปรแกรมการแข่งขันและประกบคู่ชกมวยที่ใกล้เคียงกันและน่าตื่นเต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tsuji et al., (2007) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ายในการดูเกมกีฬาการแข่งขัน พบว่า การจัดการแข่งขันหรือกระบวนการจัดการแข่งขันจะส่งผลต่อความพึงพอใจถึงคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวแปรสามารถทำนายความพึงพอใจได้ ซึ่งทำนายถึงแนวโน้มในการที่ผู้ชมจะกลับมาชมการแข่งขันนั้นอีก และ Yusuf, Popa and Soh (2017) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นชาวต่างชาติต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬาไทยและพฤติกรรมที่จะกลับมาเข้าชมในอนาคต โดยได้แบ่งองค์ประกอบของมวยไทย (Attributes of Muay Thai) เป็นหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ระดับในการออกหมัดถึงเนื้อถึงตัว (Degree of Physical Contact) วัฒนธรรม (Culture) ความน่าดึงดูดของ เกมกีฬา (Game Attractiveness) ราคา (Cost) ความนิยมของกีฬา (Popularity of Sport) ความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงสนาม (Convenience and Accessibility) กิจกรรมสร้างความบันเทิงก่อน

การแข่งขันเริ่มหรือระหว่างมีการแข่งขัน (Pre-Game/In-Game Entertainment) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ของแจกฟรีและการสนับสนุนการขายอื่น ๆ (Free Offerings and Promotions) ซึ่งองค์ประกอบข้างต้นสามารถจูงใจผู้ชมให้เกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การบอกต่อหรือกลับมาเยือนได้ ซึ่งกล่าวโดยสรุปก็คือองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันมวยไทยจึงมีความสำคัญมากที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยให้กลับมาชมซ้ำอีกครั้ง

2.3 องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขัน ผู้ชมมวยชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนามมวยมีการจัดและสร้างบรรยากาศในการแข่งขัน เช่น การบรรเลงเครื่องดนตรี (ปี่-กลอง) ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง และระบบแสงและสีมีความเหมาะสมสามารถดึงดูดใจและ สนามมวยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ชัยนาท หาญวิเศษ (2554) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา ด้านการดำเนินงานในสนามมวย ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ด้านบุคลากรในการดำเนินรายการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทยเพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

จากปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมมวยไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ และรายได้ของผู้ชมมวยไทยที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย ส่วนปัจจัยด้านอายุ สถานภาพทางครอบครัว และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยที่แตกต่างกันนั้น ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ชมมวยไทย ด้านเพศที่แตกต่างกับ กับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านเพศของผู้ชมมวยไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าจากผลงานวิจัยผู้ชมมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยมวยเป็นกีฬาที่สร้างความสนุกสนาน ตื่นเต้น ซึ่งผู้ชมจะได้ลุ้นตลอดการแข่งขัน ซึ่งความรู้สึกนี้ทุกเพศจะมีอารมณ์ร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของฉวีวัฒน์ วิวัฒนาการมย์ (2559) ซึ่งพบว่าเพศชายและหญิงมีระดับการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของชัชานาท หาญวิเศษ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา พบว่า ผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยาไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ชมมวยไทย ด้านอายุที่แตกต่างกับ กับความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านอายุของผู้ชมมวยไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในองค์ประกอบการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่าอายุที่แตกต่างกันก็จะทำให้มุมมองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวนั้นแตกต่างกันด้วยช่วงเวลาในการดำเนินชีวิตไม่เท่ากัน ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ อัจฉรา นพวิญญวงศ์ (2550) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านอายุมีผลต่อความคิดและพฤติกรรม อาทิเช่นบุคคลที่มีอายุน้อยมักมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนอายุมาก และมักมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดแบบอนุรักษนิยม ถือการปฏิบัติเนื่องจากได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้ลักษณะของการสื่อสารหรือรับสื่อ นั้น บุคคลอายุมากจะเน้นการแสวงหาข่าวหรือสาระเนื้อหามากกว่าความบันเทิง ดังนี้

ทั้งนี้จากการที่พบว่าผู้ชมมวยที่มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี เป็นผู้ที่มีความพึงพอใจมากที่สุดจากทุกกลุ่มอายุนั้น อาจอธิบายได้ว่าเนื่องจากวัยนี้เป็นช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนปลายซึ่งหากพิจารณาช่วงอายุ จะพบว่าเป็นกลุ่มอายุสูงวัย (เจนเอเรชั่นเบบี้บูม) ซึ่งคนกลุ่มวัยนี้ในสมัยที่เป็นวัยรุ่น จะมีกีฬาเพียงไม่กี่ประเภทในประเทศไทยและน่าจะเป็นกีฬาที่เป็นที่นิยมในยุคสมัยนั้น และยังคงชื่นชอบและติดตามมาจนกระทั่งปัจจุบัน และถึงแม้ปัจจุบันมีกีฬาที่หลากหลายให้สามารถเข้ารับชมและติดตามได้ ไม่ว่าจะเป็น เทนนิส ฟุตบอล บาสเก็ตบอล แต่ก็น่าจะเป็นที่นิยมไม่มากพอและสอดคล้องกับคนช่วงวัยนี้ อย่างไรก็ตามก็ดีขึ้นข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับ อัจฉรา นพวิญญวงศ์ (2550) ที่พบว่าตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ มีความเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรม

ตัดสินใจ และอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค โดยกลุ่มวัยกลางคนจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ คือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการจากประสบการณ์ในยุคที่ผ่านมา ประกอบกับการมีอำนาจตัดสินใจในการบริโภคมากกว่าเมื่อก่อนเนื่องจากมีรายได้ จึงมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากประสบการณ์ และความเชื่อมั่นในตนเองมากกว่าการเชื่อข้อมูลจากภายนอก และมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่รู้จักและตราหือที่คุ้นเคยมากกว่าจะยอมรับสิ่งใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนี้ยังมีความอ่อนไหวเรื่องราคาน้อย โดยยินดีจ่ายแพงขึ้นสำหรับสินค้าและบริการที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม อัจฉรา นพวิญญวงษ์ (2550) ได้กล่าวถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ (Age) ว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจาก อายุที่ต่างกันก็จะทำให้มุมมองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวนั้นแตกต่างกัน และด้วยช่วงเวลาในการดำเนินชีวิตไม่เท่ากัน ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อัจฉรา นพวิญญวงษ์ (2550) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อความคิดและพฤติกรรม เนื่องจากได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่ต่างกันออกไปและที่พบว่า กลุ่มคนอายุ อายุมากกว่าตั้งแต่ 50-59 ปีและ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงกว่าคนกลุ่มอื่นๆ นั้นอาจอธิบายได้ว่าเนื่องจากคนกลุ่มนี้สูงวัยการเดินทางอาจไม่สะดวกและคล่องแคล่วเท่ากับสมัยวัยรุ่น แต่การที่เดินทางมาสนามมวยแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาและชื่นชอบต่อกีฬามวยไทยเป็นสำคัญประกอบกับอาจจะชมกีฬาประเภทนี้มาตลอดต่อเนื่อง มีประสบการณ์การมาชมสูง ทราบว่าธรรมชาติของสนามมวยมีลักษณะเป็นเช่นนี้มีการรับรู้ต่อการจัดการแข่งขันอาจมีความยืดหยุ่นมากกว่า จึงไม่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านอื่นๆ สูงมากนัก เมื่อความคาดหวังน้อยจึงทำให้มีความพึงพอใจสูงกว่าคนช่วงอายุอื่นๆ

ผลการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ชมมวยไทย ด้านสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ส่วนปัจจัยด้านสถานภาพทางครอบครัวนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพทางครอบครัวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าผู้เข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพทางครอบครัวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามก็ยังมีข้อค้นพบที่พบว่า แม้ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส หากแต่มีการตัดสินใจเดินทางมาดูมวยเพียงคนเดียวมากกว่า และส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยใช้เวลา

ไม่เกิน 1 ชั่วโมงในการเดินทาง อาจอธิบายได้ว่า เนื่องจากการแข่งขันมวยมีเพียงสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง ทำให้สถานภาพสมรสไม่มีผลในการตัดสินใจที่จะเข้ามาชมการแข่งขัน เนื่องจากยังสามารถทำกิจกรรมกับครอบครัวได้ปกติ ไม่กระทบกับความสัมพันธ์ของครอบครัว ประกอบกับการได้มาผ่อนคลาย ได้พบปะเพื่อนฝูงที่ชื่นชอบและนิยมกีฬาชนิดเดียวกัน จะทำให้ได้รับความผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดที่อาจเกิดขึ้นภายในครอบครัวได้ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ นอกจากนี้การที่พบว่าผู้ชมมวยในกลุ่มสถานภาพโสดเป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด อาจเพราะคนกลุ่มนี้มีเอกลักษณ์และมีความต้องการและคาดหวังที่ค่อนข้างสูง การที่ยังไม่มีประสบการณ์ในการอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นนอกจากตนเอง อาจทำให้มีการตั้งเกณฑ์ความคาดหวังและความต้องการที่สูงกว่ากลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์อื่น ๆ ที่ยังมีประสบการณ์หรือเคยผ่านประสบการณ์การอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ๆ มาแล้ว ดังนั้นการพยายามทำความเข้าใจบุคคลอื่นๆ ความอะลุ่มอล่วยจึงมีมากกว่ากลุ่มสถานภาพโสด จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้กลุ่มคนโสดมีความพึงพอใจน้อยกว่ากลุ่มสถานภาพอื่นๆ

ผลการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ชมมวยไทย ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเดชาธร ตั้งศิริยางค์กุล (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้เข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน ดังที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวถึงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมันมีผลต่อมุมมองด้านความคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในแง่ของการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะมีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ หากไม่มีเหตุผลรองรับอย่างเพียงพอและมักรับสื่อจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่การศึกษาน้อยกว่าที่มักจะเชื่ออะไรง่ายกว่าและมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์หรือภาพยนตร์

ผลการเปรียบเทียบระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ผู้ชมมวยไทย ด้านอาชีพและรายได้ ที่แตกต่างกันกับความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย

ผลการเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของชัชานาท หาญวิเศษ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา พบว่า ผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยาไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษา Cannon & Ford (2002) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้มาเยือน : วิเคราะห์จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า การเดินทางไปชมกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นต่อวันคือระดับรายได้สูง แต่ความจริงแล้วพบว่าผู้เข้าชมมาจากนอกรัฐ เป็นปัจจัยที่ช่วยลดการใช้จ่ายต่อวันเนื่องจากระยะเวลาการเดินทางที่ยาวนานขึ้น ทำให้ไม่ต้องใช้จ่ายไปกับการสังสรรค์ ประกอบกับรายได้ที่ใช้จ่ายถึงปานกลางนั่นเอง ดังนั้น ผู้วิจัยมองว่าการเข้าชมในสนามมวยมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำ สนามมวยบางแห่งเปิดให้บริการเข้าชมฟรี จึงไม่กระทบต่ออาชีพและเงินเดือนของผู้เข้าชมมวยไทย ดังจะเห็นได้จากปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้เข้าสนามมวยได้ คือ การประกบคู่ชกมวยที่ใกล้เคียงกันน่าตื่นเต้น และการดำเนินการแข่งขันได้ต่อเนื่องไม่ขาดตอน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การขยายและปรับสภาพแวดล้อมโดยรอบนอกเวทีมวย เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและเป็นระเบียบของผู้ชมระหว่างที่รอเข้าชมมวยภายในเวที
2. การปรับปรุงและการจัดการพื้นที่ภายในบริเวณเวทีมวย เช่น การจัดเรียงเก้าอี้ให้เพียงพอสำหรับผู้สนับสนุนรายการ หรือผู้สูงอายุและสตรีมีครรภ์ หมั่นตรวจสอบความปลอดภัยและความแข็งแรงของอัฒจันทร์ที่นั่งหรือยืนของผู้ชมมวย
3. การสร้างห้องสุขาสาธารณะที่สะอาดได้มาตรฐานไว้บริการผู้เข้าชมมวยให้เพียงพอ
4. การมีมาตรการในการป้องกัน โรคติดต่อ โดยติดตั้งเครื่องอินฟาเรดเซ็นเซอร์ในการวัดไข้แบบไม่ต้องสัมผัสตัวบุคคล เพื่อยับยั้งการแพร่กระจายของเชื้อโรคจากการเข้าชมมวยในสนามมวย สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่เข้ามาชมมวย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจัดทำร่างมาตรฐานองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทย อาทิเช่น รูปแบบการจัดการแข่งขัน การจัดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดการบุคลากรให้เหมาะสม เพื่อที่จะให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยหน่วยงานภาครัฐ กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทยต้องเป็นผู้กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับที่เป็นรูปแบบการจัดการแข่งขันมวยไทยทั่วประเทศ อาทิเช่น มาตรฐานการจัดที่นั่งชมมวยให้เพียงพอกับจำนวนผู้เข้าชม ติดตั้งระบบระบายอากาศด้านในเวทีมวย จัดสรรพื้นที่นั่งรอให้เพียงพอระหว่างรอเข้าด้านในเวทีมวย หรือการจัดเตรียมห้องสุขา ที่ถูกสุขอนามัยให้มีความเพียงพอ เป็นต้น
2. หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ควรมีการส่งเสริมและอนุรักษ์กีฬามวยไทย รวมถึงการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาชมการแข่งขันในเวทีมวย และการให้ข้อมูลด้านต่างๆให้มากขึ้น ในส่วนของกระทรวงสาธารณสุข ควรมีการมาตรการในการป้องกันและควบคุมโรค พร้อมทั้งการให้ความรู้ การรักษาเพื่อระงับการแพร่ระบาดไปยังผู้อื่น และรัฐบาลควรมีการวางแผนล่วงหน้าในการจัดหาเครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆให้เพียงพอด้วย
3. ผู้ประกอบการควรวางแผนจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายให้มากขึ้นไม่ว่าจะก่อนหรือระหว่างการแข่งขัน เพื่อให้ผู้ชมมวยไทยเกิดความประทับใจแล้วกลับมาชมมวยอีก เนื่องจากกลุ่มผู้ชมมวยไทย คือกลุ่มประชากรศาสตร์หลักในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของวงการธุรกิจเวทีมวยไทยต่อไป
4. ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนปรับปรุงสถานที่เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคตด้วย รวมถึงการปรับปรุงสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่เชื้อโรคที่เป็นบ่อเกิดของโรค

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเวทีมวยไทย เช่น ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทย เช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การเดินทางที่หลากหลายช่องทาง สะดวกและเข้าถึงง่าย ในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถเตรียมความพร้อมของการทำธุรกิจเวทีมวยไทยในอนาคต
2. ด้วยสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีผลกระทบในวงกว้างจากโรคติดต่อ COVID-19 ซึ่งพบว่ามีสาเหตุมาจากการเข้ารับชมมวยไทยของผู้ชมจำนวนมาก งานวิจัยต่อไปอาจต้องศึกษาถึงผลกระทบหรือการจัดการพัฒนาปรับปรุงการจัดการแข่งขันมวยไทย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- Adema, K. L., & Roehl, W. S. (2010). Environmental Scanning the Future Event Design. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 199-207.
- Alexandris, K., & Carroll, B. (1997). Demographic differences in the perception of constraints on recreational sport participation: results from a study in Greece. *Leisure Studies*, 16(2), 107-125.
- Ayed, A. M., & Majed, A. Q. (2012). Assessing the relationship between marketing mix and loyalty through tourists satisfaction in Jordan curative tourism. *American Academic & Scholarly Research Journal*, 2, 1-15.
- Bahk, C. M. (2000). Sex Differences in Sport Spectator Involvement. *Perceptual and Motor Skills*, 91(1), 79-83.
- Bird, P. J. (1982). The demand for league football. *Applied economics*, 14, 637-469.
- Bladen, C., Kennell, J., Emma, A., & Nick, W. (2012). *Events management*. Oxon and New York: Routledge.
- Cannon, T. F., & Ford, J. (2002). Relationship of Demographic and Trip Characteristics to Visitor Spending: An Analysis of Sports Travel Visitors across Time. *Tourism Economics*, 8(3), 263-271.
- Chelladurai, P. (1985). *Sport Management*. Ontario: Sport Dynamic.
- Chen, S. (2013). Professional Expectations of Sport Management Students as Related to Academic Curricular Alignment Support and Preparation. *Universal Journal of Management*, 1(3), 132-137.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New York John Wiley and Sons Inc.
- Cordina, Renzo, & Gannon. (2017). *Over and over : consumer engagement and turning sports tourists into fans*. Heriot-Watt University.
- Defleur, Melvin, L., & Sandra, B. R. (1982). *Theories of Mass Communication*. New York: Longman Inc.
- Ferdinand, N., & Kitchin, P. J. (2017). Events Management. *An International Approach*. SAGE Publications, 384.
- Funk, D. (2016). Sport consumer behavior: Improving our game. *Journal of Sport Management*,

30(30), 113-116.

- Giannini, G. T. (2010). *Marketing public relations: A marketer's approach to public relations and social media*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Goldblatt, J. (1997). *Special Events: Best Practices in Modern Event Management*. Wiley.
- Hanna, N., & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kahma, N. (2012). Sport and social class: The case of Finland. *International Review for the Sociology of Sport*, 47(1), 113–130.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis planning implementation and control* (Vol. 8th ed). Englewood cliffs: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* Prentice-Hall: Engewood Cliffs.
- Kwon, H. H., Trail, G. T., & Andeson, D. (2005). Are points of attachment necessary in predicting cognitive, affective, conative, or behavioral loyalty? A case analysis. *Sport Management Review*, 8, 255-270.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Ann Arbor: University of Michigan.
- Mullin, B., Hardy, S., & Sutton, W. (2007). *Sport Marketing*. Champaign. IL: Kinetics.
- Nectec. (2554). Retrieved from <http://www.royin.go.th/dictionary/>
- Patterson, P., & Spreng, R. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), 414-434.
- Ridinger, L. L., & Funk, D. C. (2006). Looking at gender differences through the lens of sport spectators. *Sport Marketing Quarterly*, 15(3), 155-166.
- Robbins, S. P. (1990). *Organization Behavior*. Singapore: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2003). *Customer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Shank, M. D. (1999). *Sports marketing : a strategic perspective*. New Jerser: Prentice Hall.
- Shank, M. D. (2009). *Sport Marketing*. In (4 ed.): Pearson Education International.
- Shone, A., & Parry, B. (2004). *Successful Event Management: A Practical Handbook*. Cengage Learning EMEA.

- Skyscanner. (2017). 6 best places to watch Muay Thai fights in Bangkok. Retrieved from <https://www.skyscanner.com.ph/news/tips/6-best-places-to-watch-muay-thai-fights-in-bangkok>
- Stander F.W., & Van Zyl, L.E. (2016). See you at the match: motivation for sport consumption and intrinsic psychological reward of premier football league spectators in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 42(1), a1312.
- Supassak N., & Voradej C. (2019). *The Development of Thai Boxing model for tourism purposes: a case study of Bangkok metropolitan region*. Paper presented at the The 2019 International Academic Research Conference in Zurich.
- Thrane, C. (2001). Sport spectatorship in Scandinavia: A class phenomenon? *International Review for the Sociology of Sport*, 36, 149–163.
- Toole, W., & Mikolaitis, P. (2002). Corporate Event Project Management. *The Wiley Event Management Series- Wiley*, 8, 304.
- Tsuj, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Sport Marketing Quarterly. *West Virginia University*, 16(4), 199-201.
- Vroom, H. V. (1984). Reflection on Leadership and Decision-Making. *Hong Kong Journal of Occupational Therapy*, 2(3), 18-36.
- White, P., & Wilson, B. (1999). DISTINCTIONS IN THE STANDS: An Investigation of Bourdieu's 'Habitus', Socioeconomic Status and Sport Spectatorship in Canada. *International Review for the Sociology of Sport*, 34(3), 245–264.
- Yusof, A., & Hamdan, N. (2014). An Examination of Sport Tourists' Profiles and Motives as for Visiting Langkawi. *Middle East Journal of Scientific Research*, 19, 161-165.
- Yusof, A., Popa, A., & Soh, K. L. (2017). Investigating Sport Tourists' perceived Attributes of Muay Thai, Event Satisfaction and Behavioural Intentions of Attending Future Events. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(6), 457-465.
- Zhang, J. J., Lam, E. T. C., Bennett, G., & Connaughton, D. P. (2003). Confirmatory factor analysis of the spectator decision making inventory. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 7(2), 57-70.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

- เซ็งกีฬา (Sports Tourism) ปี พ.ศ.2559. เอกสารเผยแพร่: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานคร.
- คณิต ดวงหัตถ์. (2537). สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนในเขตเมือง และเขตชนบทของจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- จรวาย แก่นวงษ์คำ. (2530). มวยไทย – มวยสากล. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยนาท หาญวิเศษ. (2554). ความพึงพอใจของผู้ชมมวยไทยชาวต่างชาติที่มีต่อการจัดการในสนามมวยแฟร์เท็กซ์ เทพประสิทธิ์ พัทยา. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ชานนท์ ราชกรม. (2550). ประวัติมวยไทยโบราณ. Retrieved from http://www.mtk.ac.th/ebook/forum_posts.asp?TID=571&PN=2
- ณัฐวัฒน์ วิวัฒนาการมัย. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- เดชาธร ตั้งศิริยางกุล. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต), คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เดลินิวส์. (2558). “มวยสู้ศึก 7 สี” วันส่งท้ายปี. Retrieved from <https://www.dailynews.co.th/sports/369636>
- เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย. (2558). ทิศทางการจัดการกีฬาของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สาขาวิชาการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยรัฐ. (2562). ฟรีหรือไม่ฟรี.
- นปภัตร์ ชูสุวรรณ. (2559). ปัจจัยตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
- นิลเส็น. (2559). มวยไทยกระหึ่มจอทีวี ช่องดิจิทัลออกหมัดเรียกเรตติ้ง. Retrieved from <https://positioningmag.com/1105778>
- แบน ท่าพระ. (2555). คาคะเชือก. ปีที่ 19 (ฉบับที่ 6787), 4.

- ปวีณา ชูรัตน์. (2561). จากหน้าจอทีวีสู่ข้างเวที “สนามมวยช่องเจ็ดสี”. Retrieved from https://www.ictsilpakorn.com/ictmedia/detail.php?news_id=520#.XZCPqC4zbIU
- ปิยะ ลิมป์ปียารักษ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมฟุตบอลลีกสโมสรที่มีสนามแข่งขันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิรพงษ์ ชีระเดชพงศ์ และประวิทย์ ก้องทองสมุทร. (2562) องค์ประกอบในการจัดการแข่งขันมวยไทย. (4 กุมภาพันธ์ 2562), สัมภาษณ์.
- พัชรมน รัชพลเดช. (2560). รูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทย. *Veridain E-Journal, Silpakorn University, 10(1)*, 1255-1269.
- มนต์ชัย อนุดิษฐ์. (2553). การศึกษาการดำเนินการจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 38. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- เลียซ่อ เกียมาเต้อเจ้อ. (2556). สภาพและปัญหาในการดำเนินการจัดการแข่งขันกีฬาประจำปี ระดับวิทยาลัยของนครหลวงเวียงจันทน์. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา), คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- วัฒนา เพ็ชรวงศ์. (2542). พฤติกรรมและความพึงพอใจของประชากรที่มีต่อการใช้บริการ. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- ศิริพันธ์ ถาวรทิวังษ์. (2543). ประชากรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชีระฟิล์มและไอเท็กซ์ จำกัด.
- ศิวรัตน์ ณ ปทุม และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคขั้นสูง. กรุงเทพมหานคร: ยูเรก้า.
- ศุภศักดิ์ เงามประเสริฐวงศ์. (2557). การพัฒนารูปแบบการจัดการแข่งขันมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2558-2567). (ปริญญาคุณวุฒิปริญญาโท), มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สมยศ อรุณมาศ. (2562). ผังโครงสร้างสนามมวย. (4 กุมภาพันธ์ 2562), สัมภาษณ์.
- สมศักดิ์ ศิริอนันต์. (2546). มวยไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประสานมิตร.
- สยามกีฬา. (มปป). Retrieved from <https://www.siamsport.co.th/boxing/view/43477>
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. (วิทยานิพนธ์หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต), สาขาการ

- บริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม, สุชาติ อธิวัตรพงศ์. (2551). ภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติ และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ของค่ายมวยไทย. (สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ สารสนเทศ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ลำราญ สุขแสวง และรุ่งนภา สิงห์สถิตย์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ชมมวยไทยของสนามมวยราชดำเนินและเวทีมวยช่อง 7 สี. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5. ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย.
- แสงระวี สิงห์อำพล. (2555). ปัจจัยที่ส่งเสริมการเข้าเป็นสมาชิก ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์คู่มือลดราคาสินค้าและบริการในประเทศไทย. (ปริญญาามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- อดิศร บุญญปรานนท์. (2553). มวยคู่ : พัฒนาการจากสังเวียนมวยไทยสู่รายการมวยทางโทรทัศน์ (พ.ศ.2498-2552). (ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุวัฒน์ ถืออยู่. (2554). การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทย. (ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเพรส แอนด์ดีไซน์ จำกัด.
- อัจฉรา นพวิญญวงศ์. (2550). ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายเสื้อเชิ้ตบุรุษมีตราสินค้าในตลาดบน. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวัชวิชัย อาจารย์ประจำแขนงวิชาการจัดการการกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล ผู้อำนวยการศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
อาจารย์เกษียณอายุราชการ คณะวิทยาศาสตร์
การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย ฉัตรบุญกุล อาจารย์คณะกรรมการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
อดีตอาจารย์ด้านธุรกิจการจัดการกีฬาเพื่อการ
แข่งขันคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. อาจารย์ ดร.ภัทรารุช ขาวสนิท อาจารย์แขนงวิชาการเสริมสร้างสมรรถนะ
ทางการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. อาจารย์ ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและ
การโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล

ที่ ฮว ๒๔.๒๔/๐๐๗๔



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ แขวงวังใหม่ กทม. ๑๐๓๓๐

๓๑ มกราคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย

เรียน นายสมยศ อรุณมาศ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โคร่งร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการการกีฬา สาขาวิชา
วิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโคร่งร่าง
วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและการออกกำลังกาย ภายใต้การ
ควบคุมของ อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภโคยอุดม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์ เข้าทำ
การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทยเจ็ดสี ณ สนามมวยสถานีโทรทัศน์สีกอง
ทัฬหะช่อง ๗ ตั้งแต่วันที่ ๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓ ถึง วันที่ ๒๙ มีนาคม ๒๕๖๓ ในช่วงเวลา ๑๑.๐๐ - ๑๔.๓๐ น.
ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเป็นผู้ประสานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลิธา พงษ์ทิบูลย์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา กลุ่มภารกิจวิชาการ
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๔๑๔
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๒๔

ภาคผนวก ค

เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย



คณะกรรมการการกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เลขที่หนังสือรับ 00901
วันที่ 30 ธ.ค. 63 เวลา 19.00 น.

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 โทร.0-2218-3202, 83049
ที่ จว 064/2563 (อ) วันที่ 29 มกราคม 2563
เรื่อง แจ้งผลผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารแจ้งผ่านการรับรองผลการพิจารณา

ตามที่นิสิต/บุคลากรในสังกัดของท่านได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยได้ ดังนี้

โครงการวิจัยที่ 264.1/62 เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย (THE SATISFACTION OF THAI SPECTATORS TOWARDS THE COMPONENTS OF MUAY THAI COMPETITION MANAGEMENT) ของ นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์ นิสิตระดับมหาบัณฑิต

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ณิศร ชัยชนะวงศาโรจน์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณิศร ชัยชนะวงศาโรจน์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน
กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรียน *คณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา* (ค.ศ.ส.ว.ส.ส.ท.ท.)

เพื่อโปรด

ทราบ ขอความเห็นการต่อไป

พิจารณา

ลงนาม

อนุมัติ

ลงชื่อ

30 ม.ค. 2563

ผู้แทนคณบดี

นางสาว นภัส ชัยชนะวงศาโรจน์

นางสาว นภัส ชัยชนะวงศาโรจน์

N.Nah

3/2/63

ผู้อำนวยการ

[Signature]

3/2/63

AF 02-12



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: 0-2218-3202, 0-2218-3049 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 041/2563

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 264.1/62 : ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย
ผู้วิจัยหลัก : นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์
หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ Belmont Report 1979, Declaration of Helsinki 2013, Council for
International Organizations of Medical Sciences (CIOMS) 2016, มาตรฐานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย
ในคน (มคจค.) 2556, นโยบายแห่งชาติและแนวทางปฏิบัติการวิจัยในมนุษย์ 2558 อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัย
เรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม ปรีดา รัตนประทีป
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปรีดา ทัดคนประดิษฐ์)
ประธาน

ลงนาม นันทิ ชัยชนะวงศาโรจน์
(รองศาสตราจารย์ ดร.นันทิ ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 28 มกราคม 2563

วันหมดอายุ : 27 มกราคม 2564

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

- 1) โครงการวิจัย
- 2) เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและหนังสือแสดงความยินยอมของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
- 3) ผู้วิจัย สุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์ 264.1/62
- 4) แบบสอบถาม วันที่รับรอง 28 ม.ค. 2563
วันหมดอายุ 27 ม.ค. 2564

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการมีจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องยุติ เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ให้เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยทราบก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 02-14) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

เอกสารข้อมูลสำหรับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย/หนังสือแสดงยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ชื่อโครงการวิจัย... ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย.....
 ชื่อผู้วิจัย.....นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวิวัฒน์..... ตำแหน่ง.....นิสิตระดับนิพนธ์บัณฑิต.....
 สถานที่ติดต่อผู้วิจัย (ที่ทำงาน).....TYROLIT (THAILAND) CO.,LTD.....
 (ที่บ้าน) 83. ถนนหนานคร. แขวงมหาวิทยาลัยราม. เขตบางรัก. กทม. 10500 โทรศัพท์ที่บ้าน.....
 โทรศัพท์มือถือ.....(081) 155-3322..... E-mail :.....suvitl.lee@gmail.com.....

ขอเรียนเชิญเข้าร่วมการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย” ก่อนตัดสินใจเข้าร่วมในการวิจัย โปรดทำความเข้าใจว่างานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับอะไรและทำไม เพราะเหตุใด กรุณาใช้เวลาในการอ่านข้อมูลต่อไปนี้อย่างรอบคอบ หากมีข้อสงสัยที่อ่านแล้วไม่เข้าใจหรือไม่ชัดเจน โปรดสอบถามเพิ่มเติมกับผู้วิจัยได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยจะอธิบายจนกว่าจะเข้าใจอย่างชัดเจน

1. วิจัยนี้จัดทำเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. รายละเอียดของผู้เข้าร่วมการวิจัยและคุณสมบัติ

● กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมมวยไทยที่เป็นชาวไทย ที่เข้าชมมวยไทยในสนามมวยศึกมวยไทย 7 สี มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้ จำนวน 440 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ชมที่เป็นชาวไทย ตอบแบบสอบถามซึ่งเคยเข้าชมมวยไทยช่อง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง และทำการแจกแบบสอบถามจนครบ 440 คน เป็นระยะเวลา 2 เดือน ในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2563

● เกณฑ์การคัดเลือก

1. เป็นคนสัญชาติไทย
2. อายุ 20 ปีขึ้นไป และเคยเข้าชมมวยไทยช่อง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

● เกณฑ์การคัดออก

1. ไม่เป็นคนสัญชาติไทย
2. อายุต่ำกว่า 20 ปี
3. ไม่เคยเข้าชมมวยไทยช่อง 7 สี มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง
4. ไม่สามารถอ่านและเขียนภาษาไทยได้
5. ผู้ที่ไม่มีความสมัครใจในการเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

4. การเข้าร่วมงานวิจัยมีการดำเนินการกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยอย่างไร

- ผู้วิจัยจะเป็นผู้อธิบายให้ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย รวมทั้งเหตุผลที่เชิญเข้าร่วมวิจัยครั้งนี้
- ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล คือ การเก็บรวบรวมข้อมูล เชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลโดยการมอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายวิธีการตอบรวมถึงอธิบายศัพท์ต่างๆ ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จ ผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามกลับทันที ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน ระหว่างธันวาคม 2562 - มกราคม 2563 โดยจะใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 8 สัปดาห์ โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน จำนวนทั้งหมด 37 ข้อ



เลขที่โครงการวิจัย..... 264 1/62
 วันที่รับรอง..... 28 มี.ค. 2563
 วันหมดอายุ..... 27 มี.ค. 2564

AF 04-07

ระยะเวลาที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามประมาณ 5-10 นาที เมื่อเสร็จสิ้นการวิจัยแล้วข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยจะถูกทำลาย เพื่อเป็นการป้องกันข้อมูลของผู้เข้าร่วมการวิจัย

- การเข้าร่วมในการวิจัยของท่านจะเป็นไปด้วยความสมัครใจ และสามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผลและไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในการวิจัยนี้จะไม่ผลกระทบบใด ๆ ซึ่งผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรที่มีความยินยอมและเต็มใจในการทำแบบสอบถามเท่านั้น

5. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยจะเก็บเป็นความลับ หากมีการเสนอผลการวิจัยจะเสนอเป็นภาพรวม ข้อมูลใดที่สามารถระบุถึงตัวผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยได้จะไม่ปรากฏในรายงาน

6. เมื่อเสร็จสิ้นการวิจัยแล้ว ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมดจะถูกทำลาย เพื่อเป็นการป้องกันข้อมูลของผู้เข้าร่วมการวิจัย

7. ความเสี่ยง/อันตราย และความไม่สะดวกต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเข้าร่วมงานวิจัย

- ในการวิจัยครั้งนี้ จะมีความเสี่ยงในระดับต่ำ หากท่านอาจรู้สึกอึดอัด หรืออาจรู้สึกไม่สบายใจอยู่บ้างกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

- ในการวิจัยครั้งนี้ จะไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงและอันตราย ต่อร่างกาย จิตใจ สังคม เศรษฐกิจ และความเชื่อของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

8. ประโยชน์ในการเข้าร่วมการวิจัยและของงานวิจัย

- ผลที่ได้จากงานวิจัยทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงของความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย และเพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับผู้ทำธุรกิจสนามมวยไทยหรือโปรโมเตอร์มวยไทย สามารถนำผลไปใช้ในการพัฒนาการจัดการธุรกิจเกี่ยวกับสนามมวย นอกจากนี้สถาบันการศึกษาที่สอนด้านการบริหารจัดการกีฬา สามารถใช้เป็นกรณีศึกษาและแนวทางในการจัดการเรียนการสอน ด้านการบริหารจัดการกีฬาประเภทมวยไทยได้ แต่การเข้าร่วมงานวิจัยจะไม่เป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้เข้าร่วมงานวิจัย

9. ภายหลังจากผู้เข้าร่วมการวิจัยได้ทำการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะมีมอบของที่ระลึกที่เป็นพวกกุญแจ จำนวนคนละ 1 ชิ้น ให้แก่ผู้เข้าร่วมการวิจัยที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

10. การเข้าร่วมการวิจัยเป็นโดยสมัครใจ สามารถปฏิเสธที่จะเข้าร่วมหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ทุกขณะ โดยไม่ต้องให้เหตุผล ไม่สูญเสียประโยชน์ที่พึงได้รับ และไม่ผลกระทบบใด ๆ ต่อผู้เข้าร่วมวิจัย

11. หากมีข้อสงสัย โปรดสอบถามเพิ่มเติมจากผู้วิจัยได้ตลอดเวลา และหากผู้วิจัยมีข้อมูลเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์หรือโทษเกี่ยวกับการวิจัย ผู้วิจัยจะแจ้งให้ท่านทราบอย่างรวดเร็ว

12. หากได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามข้อมูลดังกล่าวสามารถร้องเรียนได้ที่ คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 254 อาคารจามจุรี 1 ชั้น 2 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 โทรศัพท์/โทรสาร 0-2218-3202, 0-2218-3049 E-mail: eccu@chula.ac.th



เลขที่โครงการวิจัย..... 264.1/62
วันที่รับรอง..... 28 มี.ค. 2562
วันที่..... 27 มี.ค. 2564
วันหมดอายุ.....

ภาคผนวก ง
เครื่องมือในการวิจัยวิจัย

53

ภาคผนวก ก
เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย
The Satisfaction of Thai Spectators towards the Components of Muay Thai
Competition Management

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและในช่องที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 - 29 ปี

30 - 39 ปี

40 - 49 ปี

50 - 59 ปี

60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพทางครอบครัว

โสด

สมรส

หย่าร้าง

อื่นๆ.....

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับประถมศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา

ระดับปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่นๆ.....

5. อาชีพ

นิสิต / นักศึกษา

ข้าราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานบริษัทเอกชน

นักกีฬาอาชีพ

รับจ้างทั่วไป

อื่นๆ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท

10,000 - 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

30,001 บาทขึ้นไป



เลขที่โครงการวิจัย 264-1/62

วันที่รับผล 28 มี.ค. 2563

รับผลโดย 27 มี.ค. 2564

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปด้านอื่น ๆ ของท่านในการเข้าชมมวยไทย

1. ท่านเคยเข้าชมมวยไทยในสนามก่อนหน้านี้กี่ครั้งหรือไม่ (ใน 3 เดือนที่ผ่านมาไม่รวมครั้งนี้)

1. เคยมา 1 – 2 ครั้ง 2. เคยมา 3 – 4 ครั้ง
 3. เคยมามากกว่า 4 ครั้ง

2. วัตถุประสงค์หลักของการเข้าชมมวยไทยในสนามมวยในครั้งนี้คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. พักผ่อนหย่อนใจ
 2. เพื่อความสนุกสนาน น่าตื่นเต้น
 3. การประกบคู่ชกมวยน่าสนใจ
 4. ติดตามนักมวยที่ท่านชื่นชอบ
 5. เพื่อดูศิลปะการต่อสู้และวัฒนธรรมของมวยไทย
 6. เพื่อท่องเที่ยวเชิงกีฬา
 7. สนามมวยแห่งนี้เป็นทางผ่านไปทำกิจกรรมอื่นๆ
 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้กับใครหรือไม่

1. มาคนเดียว 2. มากับเพื่อน
 3. มากับแฟน 4. มากับครอบครัว/ญาติ
 5. กลุ่มทัวร์ 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. โดยส่วนใหญ่ ท่านเดินทางไปเข้าชมมวยไทยในสนามมวยแห่งนี้ได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. รถยนต์ส่วนตัว 2. รถประจำทาง (รถเมล์)
 3. รถไฟฟ้า (BTS/MRT) 4. รถมอเตอร์ไซด์
 5. เดิน 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ระยะเวลาในการเดินทางมาชมมวยไทยในสนามมวยโดยเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง จะต้องใช้เวลานานเท่าไร

1. ไม่เกิน 1 ชั่วโมง
 2. มากกว่า 1 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 2 ชั่วโมง
 3. มากกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง
 4. มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป

6. จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า/บริการ (ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม) ในสนามมวยทั้งหมด
อย่างไร (โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน)

1. ต่ำกว่า 100 บาท 2. 101 – 500 บาท
 3. 501 – 1,000 บาท 4. 1,000 บาทขึ้นไป



เลขที่โครงการวิจัย 264-1/68
วันที่รับผล 28 มี.ค. 2563
วันที่ตอบ 27 มี.ค. 2564

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทยของผู้ชมชาวไทย

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจ / ระดับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด

องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย เวทีมวย 7 สี	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านการดำเนินงานในการจัดการแข่งขัน					
1.1 สนามมวยมีการจัดการแข่งขันที่ดึงดูดให้มาชมการแข่งขันภายในสนาม					
1.2 สนามมวยมีโปรแกรมการแข่งขันและประกบคู่ชกมวยที่ใกล้เคียงกันและน่าตื่นเต้น					
1.3 สนามมวยมีรูปแบบการจัดการแข่งขันที่ได้มาตรฐาน เป็นไปตามกฎกติกาของมวยไทย					
1.4 สนามมวยจัดจำนวนคู่ชกมวยเหมาะสม					
1.5 สนามมวยดำเนินการแข่งขันได้ต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน ตามลำดับคู่มวย					
1.6 สนามมวยมีการจัดการแสดงที่สะท้อนวัฒนธรรม หรือกิจกรรมสร้างความบันเทิง การเคารพครูผู้ฝึกสอน และการใช้ท่าแม่ไม้มวยไทยในการแข่งขัน					
1.7 สนามมวยจัดระบบการนำเสนอข้อมูลขณะการแข่งขันอย่างเหมาะสม					
1.8 สนามมวยมีการแสดงข้อมูลการแข่งขันได้อย่างทันเวลาและเหมาะสม					
1.9 สนามมวยมีการแจกของรางวัล และการสนับสนุนการขายอื่นๆที่น่าสนใจ					
1.10 สนามมวยมีการแจ้งข้อมูลและนำเสนอข้อมูลของสนามมวยและคู่ชกไปยังผู้ชม ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งกระดาษ กระดาษประกาศ หรือ โฆษณาสีเดีย เฟสบุค ไลน์ หรือ เว็บไซต์					
2. การจัดการด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย					
2.1 สนามมวยมีการจัดและสร้างบรรยากาศในการแข่งขัน เช่น การบรรเลงเครื่องดนตรี (ปี่-กลอง) ระบบเครื่องเสียงดังเพียงพอทั่วถึง และระบบแสงและสีมีความเหมาะสมสามารถดึงดูดใจ					

เลขที่โครงการวิจัย 264-1/62

วันที่รับรอง 28 มี.ค. 2563

วันหมดอายุ 27 มี.ค. 2564



องค์ประกอบการจัดการแข่งขันมวยไทย เวทีมวย 7 สี	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2 สนามมวยจัดพื้นที่รับชม เก้าอี้นั่งชม พื้นที่เวที พื้นที่ขายของไว้อย่างเพียงพอและเหมาะสม					
2.3 สนามมวยมีการจัดทำป้ายสัญลักษณ์ ชัดเจน เช่น ทางไปห้องน้ำ ทางหนีไฟ ทางออก					
2.4 บริเวณรอบ ๆ สนามมวยมีตู้กดเงิน (ATM) หรือร้านสะดวกซื้อที่อำนวยความสะดวก					
2.5 สนามมวยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึง เช่น มีทางเลือกในการเดินทางที่หลากหลาย					
3. ด้านการจัดบุคลากรในการดำเนินงาน					
3.1 มีจำนวนเจ้าหน้าที่จัดการภายในสนามเพียงพอ					
3.2 เจ้าหน้าที่แต่ละคนสามารถทำงานของตนเองได้อย่างเหมาะสม					
3.3 เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติหน้าที่มีการให้บริการและอัธยาศัยที่ดี					
3.4 มีเจ้าหน้าที่หลากหลายหน้าที่ทั้งการบริการในสนาม แพทย์สนาม และบุคลากรทางการแพทย์ เจ้าหน้าที่ทำความสะอาด และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
3.5 เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติหน้าที่ได้ให้บริการกับผู้ชมอย่างเท่าเทียมกัน					
3.6 เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลล่วงหน้าได้อย่างถูกต้อง เช่น รายละเอียดคู่ชก ระยะเวลา					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม.....



ขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างสูง

อ.ส.ท.โครงการวิจัย 24-1/62
 วันที่รับลง 28 มี.ค. 2563
 วันหมดอายุ 27 มี.ค. 2564

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายสุวิทย์ เลิศธนากุลวัฒน์
วัน เดือน ปี เกิด	2 กรกฎาคม 2512
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปี 2560 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง และกำลังศึกษาต่อในระดับปริญญาโท แผนกการจัดการการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	83 ถนนมหารนคร แขวงมหาพฤฒาราม เขตบางรัก จ.กรุงเทพฯ 10500



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY