



ความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ
กีฬามวยไทยอาชีพ: กรณีศึกษาการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ
รายการ แม็กซ์มวยไทย

ภาคย์ พันธุมะบำรุง*

คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นำไปสู่การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่แตกต่างจากที่ผ่านมา บทความวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ และเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความตรงเท่ากับ 0.745 และค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.914 เก็บข้อมูลจากผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย จำนวน 400 คน ณ สนามแข่งขัน แม็กซ์มวยไทย ระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนธันวาคม 2563 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ F-test เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ชมการแข่งขันที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.38$) โดยด้านการรับรู้คุณภาพที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านผลลัพธ์ ($\bar{X}=4.43$) 2) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}=4.40$) 3) ด้านปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.39$) และ 4) ด้านการแข่งขัน ($\bar{X}=4.30$) นอกจากนี้ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีประสบการณ์แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านปฏิสัมพันธ์ ($t=2.877$) และด้านผลลัพธ์ ($t=4.429$) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการสนามแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพสามารถพิจารณานำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปตัดสินใจเพื่อให้บริการผู้ชมการแข่งขันอย่างเฉพาะเจาะจงตามกลุ่มผู้ชม

คำสำคัญ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์; การรับรู้คุณภาพการบริการ; กีฬามวยไทยอาชีพ

*ผู้ประพันธ์บรรณกิจ: นายภาคย์ พันธุมะบำรุง คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Email: P.paak18@gmail.com



THE DIFFERENCE IN SPECTATORS' DEMOGRAPHICS AFFECTING PERCEIVED SERVICE QUALITY OF PROFESSIONAL MUAY THAI: THE CASE STUDY OF MAX MUAY THAI PROFESSIONAL COMPETITION

Paak Phantumabamrung*

Faculty of Allied Health Science, Thammasat University

Abstract

Due to the spread of coronavirus disease resulted in perceived service quality of professional Muay Thai spectators differently from previous. This article aimed to study perceived service quality of professional Muay Thai and compare perceived service quality classified by gender, age, income, education level and experience. The questionnaire has validity value at 0.745 and reliability value at 0.914. Data were collected from 400 Max Muay Thai's spectators at the Max Muay Thai stadium between August and December 2020. Inferential statistic consisting t-test and F-test were used to compare perceived service quality of professional Muay Thai spectators with different groups.

The research results were found that the overall of perceived service quality of professional Muay Thai was at the highest level ($\bar{x}=4.38$). The factors having the highest mean were 1) outcome quality ($\bar{x}=4.43$), 2) physical evidence quality ($\bar{x}=4.40$), 3) interaction quality ($\bar{x}=4.39$) and 4) event quality ($\bar{x}=4.30$) respectively. Moreover, professional Muay Thai spectators with different experience perceived interaction quality ($t=2.877$) and outcome quality ($t=4.429$) differently with the statistical significance at .05. On the other hand, professional Muay Thai spectators with different gender, age, income and education level perceived service quality indifferently with the statistical significance at .05. Therefore, entrepreneurs or professional Muay Thai stadium managers can consider the results for providing service to spectators with different groups specifically.

Keywords: Demographic, Perceived Service Quality, Professional Muay Thai

*Corresponding Author: Paak Phantumabamrung Faculty of Allied Health Science, Thammasat University
Email: P.paak18@gmail.com



บทนำ

มวยไทยเป็นศิลปวัฒนธรรมประจำชาติไทยที่สืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันมวยไทยไม่ใช่เพียงศิลปะการต่อสู้เพียงอย่างเดียว แต่มวยไทยถูกพัฒนาเป็นกีฬาอาชีพเพื่อใช้ในการส่งเสริมมูลค่าเศรษฐกิจจากการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีกด้วย จึงเกิดธุรกิจที่ดำเนินการเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมกีฬามวยไทยอาชีพอย่างมาก อาทิ สนามกีฬามวยไทยอาชีพ ผู้จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ ค่ายมวยไทยอาชีพ และร้านจำหน่ายสินค้าอุปกรณ์กีฬามวยไทยอาชีพ เป็นต้น (Patcharamon Rucksapoldech & Anupong Taesillapasathit, 2016) โดยการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย เป็นการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีการเผยแพร่ผ่านทางโทรทัศน์มาเป็นเวลานาน และสามารถดึงดูดผู้ชมการแข่งขันทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันในสนามแข่งขันได้เป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ นำไปสู่การปรับรูปแบบการให้บริการผู้เข้าชมการแข่งขันภายใต้การใช้มาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

การให้บริการภายใต้การใช้มาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อาจส่งผลต่อการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการของผู้ชมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้ชมการแข่งขันจะรับรู้และประเมินระดับการบริการที่ได้รับจากผู้จัดการแข่งขันในทุกๆ กระบวนการ ดังนั้นระดับการบริการที่ถูกประเมินจากการรับรู้ของผู้ชมการแข่งขันนั้นเปรียบเสมือนตัวชี้วัดความสำเร็จในการให้บริการของการแข่งขัน (Zabkar, Brencic, & Dmitrovic, 2010) แต่อย่างไรก็ตามการศึกษารับรู้คุณภาพการบริการของการแข่งขันกีฬานั้น จะมีคุณภาพการบริการในแต่ละด้านที่แตกต่างจากการให้บริการในรูปแบบอื่นๆ โดย Jin, Lee, & Lee (2012) พัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการของการแข่งขันกีฬา ซึ่งด้านการแข่งขันเป็นการให้บริการหลักที่ผู้ชมซื้อบัตรเพื่อเข้าชมการแข่งขัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่านักกีฬา แสง สี เสียง การดำเนินการแข่งขัน และการเข้าถึงข้อมูลของการแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้จัดการแข่งขันให้บริการแก่ผู้เข้าชมการแข่งขัน ดังนั้นคุณภาพด้านการแข่งขันจะมีความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของการแข่งขันเป็นอย่างมาก (Ko & Pastore, 2005; Byon, Zhang, & Baker, 2013)

นอกจากนี้การรับรู้คุณภาพการบริการของการแข่งขันมักจะมาจากการประเมินจากการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นส่วนของความถูกต้องของข้อมูล ความรวดเร็วในการตอบสนอง หรือความสุภาพในการให้บริการ ซึ่งผู้ชมการแข่งขันคนอื่นๆ สามารถส่งผลกระทบต่อระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของการแข่งขันกีฬาได้เช่นเดียวกัน (Brady & Conin, 2001) รวมถึงการให้บริการของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ผู้จัดการแข่งขันจัดหาเพื่อให้บริการผู้ชมการแข่งขันแทนเจ้าหน้าที่ โดยการให้บริการของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจะอยู่ในแต่ละกระบวนการตั้งแต่ก่อนเข้าชม ระหว่างเข้าชม และหลังเข้าชมการแข่งขัน ซึ่งผู้จัดการแข่งขันกีฬาควรให้ความสำคัญกับขนาด จำนวน และการวางตำแหน่งให้ครอบคลุมกับพื้นที่ภายในและรอบบริเวณสนามแข่งขัน (Theodorakis, Kaplanidou, & Karabaxoglou, 2015 และ Chen et al., 2021) อีกทั้งผู้ชมการแข่งขันจะมีมาตรการประเมินด้านผลลัพธ์



จากการรับรู้ทั้งระหว่างและหลังจากกระบวนการบริการที่แตกต่างกัน ในบริบทของการวิจัยที่ศึกษาคุณภาพการบริการของการแข่งขัน ด้านผลลัพธ์จะเป็นสิ่งที่ผู้ชมการแข่งขันคาดหวังซึ่งอาจเป็นความรู้สึก ความคุ้มค่า หรือความประทับใจ (Huang, Liu, Chuang, & Huang, 2018)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งของผู้ชมการแข่งขันกีฬาที่ส่งผลให้เกิดเหตุการณ์ประหม่น การรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกัน โดยในบริบทของการวิจัยที่ศึกษาด้านการตลาดมักพบว่า ความหลากหลายของลักษณะทางประชากรศาสตร์แสดงให้เห็นถึงกลุ่มที่มีทัศนคติแตกต่างกัน ในทางตรงกันข้ามลักษณะด้านประชากรศาสตร์สามารถนำมากำหนดกลุ่มบุคคลที่มีภูมิหลังเหมือนกันที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น กลุ่มเพศชายและหญิง กลุ่มวัยรุ่นและวัยสูงอายุ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำและสูง และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำและสูง มักจะมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคต่างกัน (Peter & Olson, 1999) จึงทำให้การให้บริการในระดับคุณภาพสูงของผู้จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจึงเป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ชมการแข่งขันที่มีด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ในทุกๆ กลุ่ม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจะต้องประยุกต์การให้บริการผู้เข้าชมการแข่งขันรูปแบบใหม่ภายใต้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อที่จะสร้างการรับรู้คุณภาพการบริการในระดับสูงนำไปสู่ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย
- 2) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การเข้าชมการแข่งขัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% (Kanlaya Vanichbuncha, 2005) ดังนั้นประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทยชาวไทย จำนวน 400 คน ณ สนามแข่งขัน แม็กซ์มวยไทย ระหว่างเดือนสิงหาคม 2563 ถึง เดือนธันวาคม 2563

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านการแข่งขัน จำนวน 4 ข้อคำถาม 2) ด้านปฏิสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อคำถาม 3) ด้านผลลัพธ์ จำนวน 5



ข้อคำถาม และ 4) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 4 ข้อคำถาม โดยประยุกต์มาจากแบบสอบถามของ Jin et al. (2012) นอกจากนี้แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบหาค่าความตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการกีฬาจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่าความสอดคล้องรายข้อ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.745 รวมถึงตรวจสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) กับผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.914

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย ณ สนามแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย ที่ใช้มาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระหว่างเดือนสิงหาคม 2563 ถึงเดือนธันวาคม 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS Version 28.0 ในการวิเคราะห์แบบสอบถามโดยข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยนำมาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistic) โดยนำมาทดสอบค่า “ที” (t-test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ด้วยการทดสอบค่า “เอฟ” (F-test) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 45 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.23 รองลงมาอยู่ในช่วง 46 - 60 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 3) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาอยู่ในช่วง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 4) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และ 5) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์เคยเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 ซึ่งผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ (n=400)

เพศ	ความถี่	ร้อยละ	รวม
ชาย	246	61.50	400
หญิง	154	38.50	
อายุ	ความถี่	ร้อยละ	รวม
18 – 30 ปี	81	20.25	400
31 – 45 ปี	177	44.25	
46 – 60 ปี	119	29.75	
61 ปีขึ้นไป	23	5.75	
รายได้	ความถี่	ร้อยละ	รวม
น้อยกว่า 15,000 บาท	80	20.00	400
15,001 – 30,000 บาท	224	56.00	
30,001 – 45,000 บาท	84	21.00	
มากกว่า 45,001 บาท	12	3.00	
ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ	รวม
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	49	12.25	400
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	103	25.75	
ระดับอนุปริญญา/ปวส	60	15.00	
ปริญญาตรี	168	42.00	
ปริญญาตรีขึ้นไป	20	5.00	
ประสบการณ์	ความถี่	ร้อยละ	รวม
เคยเข้าชมการแข่งขันก่อนวันที่เก็บข้อมูล	329	82.25	400
ไม่เคยเข้าชมการแข่งขันก่อนวันที่เก็บข้อมูล	71	17.75	

ผลการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยด้านการรับรู้คุณภาพที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ 1) ด้านผลลัพธ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 โดยตัวแปรย่อย ได้แก่ ท่านรู้สึกเพลิดเพลินในการชมความสามารถและทักษะของผู้เข้าแข่งขัน และท่านรู้สึกปลอดภัยในการชมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.46 2) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 โดยตัวแปรย่อย ได้แก่ มีจุดคัดกรอง COVID-19 และจุดบริการเจลแอลกอฮอล์เพียงพอและพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ



4.60 3) ด้านปฏิสัมพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยตัวแปรย่อย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.40 และ 4) ด้านการแข่งขันอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 โดยตัวแปรย่อย ได้แก่ นักกีฬามวยไทยมีทักษะและความสามารถ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.39 ซึ่งผลการศึกษาระบุผลการศึกษาดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ (n=400)

ปัจจัย	ตัวแปรย่อย	\bar{x}	S.D.
คุณภาพด้านการแข่งขัน	นักกีฬามวยไทยมีทักษะและความสามารถ	4.39	.677
	มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลการแข่งขัน	4.36	.711
	การแข่งขันเป็นไปตามกำหนดการ	4.35	.646
	นักกีฬามวยไทยมีชื่อเสียง	4.11	.721
ปัจจัย	ตัวแปรย่อย	\bar{x}	S.D.
คุณภาพด้านปฏิสัมพันธ์	เจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว	4.40	.715
	เจ้าหน้าที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและชัดเจน	4.40	.701
	ผู้ชมท่านอื่นๆ ใส่หน้ากากอนามัยตลอดการแข่งขัน	4.39	.681
	ผู้ชมท่านอื่นๆ เว้นระยะห่างซึ่งกันและกันตามมาตรการป้องกัน	4.39	.741
	ท่านมีความสุขกับส่งเสียงเชียร์ในการแข่งขันร่วมกับผู้ชมท่านอื่นๆ	4.38	.700
ปัจจัย	ตัวแปรย่อย	\bar{x}	S.D.
คุณภาพด้านผลลัพธ์	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินต่อการชมทักษะและความสามารถของนักกีฬามวยไทย	4.46	.636
	ท่านรู้สึกปลอดภัยในการชมการแข่งขัน	4.46	.667
	ท่านใช้เวลาอย่างคุ้มค่าในการชมการแข่งขัน	4.45	.674
	ท่านรู้สึกสะดวกสบายในการชมการแข่งขัน	4.40	.697
	ท่านรู้สึกประทับใจกับการชมการแข่งขันกับผู้ชมท่านอื่นๆ	4.36	.747
ปัจจัย	ตัวแปรย่อย	\bar{x}	S.D.
คุณภาพแวดล้อมทางกายภาพ	มีจุดคัดกรอง COVID-19 และเจลแอลกอฮอล์มีที่บริเวณสนามแข่งขัน	4.63	.602
	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านค้า ทางเข้าสนาม และพื้นที่รับรอง มีจำนวนเพียงพอต่อผู้ชมการแข่งขัน	4.39	.710
	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านค้า ทางเข้าสนาม และพื้นที่รับรอง มีขนาดพื้นที่เหมาะสมต่อผู้ชมการแข่งขัน	4.38	.679
	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านค้า ทางเข้าสนาม และพื้นที่รับรอง มีความสะอาดและพร้อมใช้งาน	4.24	.683



ผลการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจำแนกตามประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยด้านปฏิสัมพันธ์ มีค่า $t=2.877$ และด้านผลลัพธ์ มีค่า $t=4.429$ แต่ในทางตรงกันข้ามผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการบริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการศึกษาดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพของผู้เข้าชมการแข่งขันจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (n=400)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ด้านผลลัพธ์		ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		ด้านปฏิสัมพันธ์		ด้านการแข่งขัน	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. เพศ								
ชาย	4.43	.555	4.40	.568	4.37	.580	4.30	.543
หญิง	4.40	.589	4.41	.589	4.40	.570	4.29	.472
Test statistic	t = .637		t = -.039		t = -.496		t = .120	
2. อายุ								
18 – 30 ปี	4.42	.577	4.42	.502	4.45	.598	4.34	.520
31 – 45 ปี	4.44	.600	4.43	.569	4.38	.563	4.32	.520
46 – 60 ปี	4.37	.515	4.35	.514	4.32	.593	4.22	.514
61 ปีขึ้นไป	4.47	.571	4.42	.614	4.53	.487	4.34	.083
Test statistic	F = .427		F = .670		F = 1.316		F = 1.092	
3. รายได้								
น้อยกว่า 15,000	4.33	.654	4.45	.532	4.30	.678	4.28	.552
15,001 – 30,000	4.43	.528	4.44	.524	4.36	.543	4.28	.482
30,001 – 45,000	4.49	.565	4.28	.572	4.52	.538	4.36	.538
มากกว่า 45,001	4.46	.678	4.39	.652	4.53	.586	4.25	.746
Test statistic	F = 1.231		F = 1.986		F = 2.512		F = .506	
4. ประสบการณ์								
เคยเข้าชม	4.48	.547	4.42	.537	4.42	.571	4.31	.514
ไม่เคยเข้าชม	4.16	.593	4.31	.558	4.21	.570	4.23	.527
Test statistic	t = 4.429*		t = 1.587		t = 2.877*		t = 1.141	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพของผู้เข้าชมการแข่งขันจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (n=400) (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ด้านผลลัพธ์		ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ		ด้านปฏิสัมพันธ์		ด้านการแข่งขัน	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
5. ระดับการศึกษา								
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	4.40	.564	4.43	.580	4.26	.661	4.23	.556
มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.	4.39	.536	4.40	.545	4.37	.536	4.28	.463
ระดับอนุปริญญา/ปวส.	4.31	.609	4.40	.621	4.29	.563	4.29	.560
ปริญญาตรี	4.48	.579	4.40	.486	4.45	.583	4.32	.518
สูงกว่าปริญญาตรี	4.52	.500	4.38	.671	4.51	.474	4.30	.559
Test statistic	F = .047		F = 1.227		F = 1.785		F = .288	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านผลลัพธ์แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ชมที่เคยเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจะมีประสบการณ์การได้รับการบริการแต่ละกระบวนการตั้งแต่ก่อนเข้าชม ระหว่างเข้าชม และหลังเข้าชมการแข่งขัน ดังนั้นกลุ่มผู้ชมเหล่านี้จะรับรู้คุณภาพบริการและนำไปสู่ระดับความคาดหวังในการบริการครั้งต่อไป ซึ่งหากการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพสามารถให้บริการในแต่ละด้านได้อย่างมีคุณภาพในระดับเดิมหรือมากกว่า จะทำให้เกิดการรับรู้คุณภาพการบริการในระดับสูง ในทางตรงกันข้ามหากเป็นผู้ชมที่ไม่เคยเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ อาจมีระดับความคาดหวังในการรับรู้คุณภาพบริการที่แตกต่างจากกลุ่มผู้ชมที่มีประสบการณ์เดิม โดยอาจได้รับปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวัง อาทิ การเผยแพร่ข้อมูลจากสื่อต่างๆ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fischer & Frewer (2009) และ Verbeke, Dietz, & Verwaal (2011) ที่พบว่า ความคุ้นเคยหรือประสบการณ์มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจของผู้บริโภคและยังส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เช่นกัน โดยประสบการณ์เดิมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ชมการแข่งขันจะคำนึงถึงประโยชน์จากการบริการที่ได้รับกับสิ่งที่ตนเองเสียสละเพื่อแลกกับการบริการเหล่านั้น อาทิ เงิน เวลา โอกาส เป็นต้น เพื่อที่จะประเมินเป็นระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งหากมีการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการสูงจะเป็น



ประโยชน์ต่อผู้ให้บริการเพราะอาจนำไปสู่ความพึงพอใจ ทศนคติเชิงบวก การแนะนำผู้อื่น และความซื่อสัตย์ของผู้ชมการแข่งขัน (Riel, Mortanges, & Streukens, 2005; Leckie, Nyadzayo, & Johnson, 2017)

นอกจากนี้จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการด้านปฏิสัมพันธ์แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ชมที่ไม่เคยเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพอาจจะไม่ทราบถึงข้อมูลในการเข้าชมการแข่งขันอย่างครบถ้วน จึงนำไปสู่ความต้องการในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งโดยปกติแล้วถึงแม้ว่าการแข่งขันมวยไทยอาชีพจะจัดหาเจ้าหน้าที่ในการให้บริการผู้เข้าชมการแข่งขัน แต่เนื่องจากจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันที่มีจำนวนมากนั้น อาจทำให้สัดส่วนเจ้าหน้าที่ต่อผู้เข้าชมการแข่งขันไม่เหมาะสมกัน ซึ่งสามารถนำไปสู่การให้บริการที่อาจล่าช้าได้ ในทางตรงกันข้ามผู้ชมที่เคยเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจะมีประสบการณ์การได้รับการบริการแต่ละกระบวนการมาก่อนหน้าแล้ว จึงทำให้อาจไม่เกิดความต้องการในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ehrenberg (2003) ที่พบว่า ประสบการณ์จากการรับบริการในอดีต รวมถึงข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ จะส่งผลต่อการลดความต้องการในการรับบริการจากเจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ในช่วงการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพภายใต้การใช้มาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้น อาจทำให้การรับรู้ระดับคุณภาพการบริการด้านปฏิสัมพันธ์ได้รับอิทธิพลจากผู้เข้าชมการแข่งขันคนอื่นๆ ซึ่งอาจไม่ได้ปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันอย่างเคร่งครัด อาทิ การใส่หน้ากากอนามัย และการเว้นระยะห่าง เป็นต้น อาจทำให้ผู้ชมการแข่งขันที่ไม่มีประสบการณ์เดิมสัมผัสกับประสบการณ์จริงแตกต่างจากสิ่งที่คาดหวัง

แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่าง แสดงให้เห็นว่าการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ รายการ แม็กซ์มวยไทย ให้การบริการในระดับคุณภาพสูงและสามารถตอบสนองผู้เข้าชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในทุกๆ กลุ่ม แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการในทุกๆ ด้านมีความสำคัญต่อการรับรู้ระดับคุณภาพการบริการของผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ โดยเฉพาะคุณภาพการบริการด้านการแข่งขันที่เปรียบเสมือนสินค้าหลักในการให้บริการของการแข่งขัน การที่การแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพจัดหาผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ส่งเสริมคุณค่าให้กับการแข่งขัน อาทิ นักกีฬาที่มีทักษะและความสามารถ หรือความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลการแข่งขัน จะเป็นการส่งเสริมระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้ชมการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotler (1997) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้บริภคินั้นสามารถมาจากผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการประเมินคุณภาพจากผลิตภัณฑ์หลัก ในทำนองเดียวกันคุณภาพการบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า การแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพสามารถจัดหาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อาทิ ที่จอดรถ และห้องน้ำ เป็นต้น ในการให้การบริการแก่ผู้ชมการแข่งขันควบคู่กับการให้การบริการ



โดยเจ้าหน้าที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nurcahyo, Fitriyani, & Hudda (2017), Saha & Theingi (2009), Chen et al. (2021) และ Xiao, Ren, Zhang & Ketlhoafetse (2020) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจและจะนำไปสู่ความภักดีของผู้บริโภค โดยการให้บริการภายใต้การใช้นโยบายป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้น การแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพควรคำนึงถึงการจัดหาจุดคัดกรอง COVID-19 และจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุด และผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้นองค์กรที่จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพควรดำเนินการดังนี้

1) ควรจัดหานักกีฬามวยไทยอาชีพที่มีชื่อเสียง มีทักษะ และมีความสามารถมาเข้าร่วมการแข่งขัน รวมถึงประกบคู่การแข่งขันระหว่างนักกีฬาที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลักของการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพ อีกทั้งควรคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลการแข่งขัน และการดำเนินการแข่งขันตามกำหนดการหรือข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า

2) ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านความเร็วในการตอบสนอง และความถูกต้องในการให้บริการ รวมถึงควรสร้างความตระหนักให้กับผู้เข้าชมการแข่งขันในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

3) ควรจัดหาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในการให้บริการแก่ผู้ชมการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญต่อขนาด จำนวน ความสะอาด และความพร้อมใช้งาน รวมถึงการวางตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ ให้ครอบคลุมทั้งสนามแข่งขัน

นอกจากนี้จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน จะมีการรับรู้คุณภาพการบริการในด้านผลลัพธ์และปฏิสัมพันธ์แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการสนามแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพสามารถพิจารณานำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปตัดสินใจเพื่อให้บริการผู้ชมการแข่งขันอย่างเฉพาะเจาะจงตามกลุ่มผู้ชม



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบความแตกต่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นดังนี้

1) ควรเพิ่มกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกับการศึกษาคุณภาพการบริการกีฬามวยไทยอาชีพในประเทศไทย และควรศึกษาผู้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทยอาชีพชาวต่างชาติ

2) ควรศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่นำไปสู่ปัจจัยอื่นๆ อาทิ ความพึงพอใจ โดยนำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล หรือนำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ

References

- Brady, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of marketing*, 65(3), 34 - 49.
- Byon, K., Zhang J., & Baker T. (2013). Impact of core and peripheral service quality on consumption behavior of professional team sport spectators as mediated by perceived value. *European Sport Management Quarterly*, 13(2), 1 - 30.
- Chen, X., Yim, B. H., Tuo, Z., Zhou, L., Liu, T., & Zhang, J. J. (2021). “One event, one city”: Promoting the loyalty of marathon runners to a host city by improving event service quality. *Sustainability*, 13(7), 3795 - 3808
- Ehrenberg, A. (2003). Repetitive advertising and the consumer. *Journal of Advertising Research*, 40(6), 39 - 48.
- Fischer, A., & Frewer, L. (2009). Consumer familiarity with foods and the perception of risks and benefits. *Food Quality and Preference*, 20(8), 576 - 585.
- Huang, C. H., Liu, W. T., Chuang, C. L., & Huang, Y. H. (2018). The service quality and community attribute effect impacts on satisfaction for marathon event. *International Journal of Economics and Business Administration*, 4(3), 105 - 109.
- Jin, N. P., Lee, H., & Lee, S. (2012). Event quality, perceived value, destination image, and behavioral intention of sports events: The case of the IAAF World Championship, Daegu, 2011. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(8), 1 - 16.



- Kanlaya Vanichbuncha. (2005). *Statistics for research*. Bangkok: Department of Statistics, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84 - 97.
- Leckie, C., Nyadzayo, M., & Johnson, L. (2017). Promoting brand engagement behaviors and loyalty through perceived service value and innovativeness. *Journal of Services Marketing*, 32(2), 70 - 82.
- Nurchahyo, R., Fitriyani, A., & Hudda, I. N. (2017). The influence of facility and service quality towards customer satisfaction and its impact on customer loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta. *Binus Business Review*, 8(1), 23 - 29.
- Patcharamon Rucksapoldech & Anupong Taesillapasathit (2016). A Muay Thai business management model in Thailand, *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(1), 1255 - 1269.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (1999). *Consumer behavior and marketing strategy*. Boston: McGraw-Hill.
- Riel, A., Mortanges, C., & Streukens, S. (2005). Marketing antecedents of industrial brand equity: An empirical investigation in specialty chemicals. *Industrial Marketing Management*, 34(8), 841 - 847.
- Saha, G., & Theingi, T. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Journal of Service Theory and Practice*, 19(3), 350 - 372.
- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87 - 107.
- Verbeke, W., Dietz, B., & Verwaal, E. (2011). Drivers of sales performance: A contemporary meta-analysis. Have salespeople become knowledge brokers? *Journal of the Academy of marketing Science*, 39(3), 407 - 428.



- Xiao, Y., Ren, X., Zhang, P., & Ketlhoafetse, A. (2019). The effect of service quality on foreign participants' satisfaction and behavioral intention with the 2016 Shanghai International Marathon. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(1), 91 - 105
- Zabkar, V., Brencic, M. M. & Dmitrovic, T. (2010). Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioral intention at the destination level. *Tourism Management*, 31(4), 537 - 546.
-

Received: December 31, 2022

Revised: January 10, 2023

Accepted: February 17, 2023