

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ศึกษาจากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากตัวอย่างจำนวน 300 ราย ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ภูมิภาค เพศ อายุ ประเภทของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ระยะเวลาที่พักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย จำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การรู้จักสนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ก่อนการเลือกใช้บริการ ประเภทของสื่อที่ทำให้รู้จักสนามมวย ช่วงเวลาที่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย และวันที่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1-12

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 13-19

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 20-26

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 27-33

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 34-40

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 41-44

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ทวีปยุโรป	209	69.67
ทวีปอเมริกา	59	19.67
ทวีปโอเชียเนีย	28	9.33
ทวีปเอเชีย	3	1.00
ทวีปแอฟริกา	1	0.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 69.67 รองลงมาคือภูมิลำเนาอยู่ในทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 19.67 และทวีปโอเชียเนีย คิดเป็นร้อยละ 9.33

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	171	57.00
หญิง	129	43.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 26 ปี	143	47.66
26-35 ปี	113	37.67
สูงกว่า 35 ปี	44	14.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 26 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.66 รองลงมามีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.67 และมีอายุสูงกว่า 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.67

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ

ประเภทสถานที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	87	29.00
เกสต์เฮาส์	195	65.00
บ้านพักอาศัย	18	6.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสถานที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาใช้บริการประเภทโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.00 และประเภทบ้านพักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	255	85.00
ครั้งที่ 2	26	8.67
มากกว่า 2 ครั้ง	19	6.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็น
ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาเป็นครั้งที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 8.67 และเคยมาแล้วมากกว่า
2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.33

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่พักอยู่
ในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่พักอยู่ในจังหวัด เชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	13	4.33
2 คืน	32	10.67
3 คืน	76	25.33
4 คืน	31	10.33
5 คืน	41	13.67
1 สัปดาห์	60	20.00
มากกว่า 1 สัปดาห์	47	15.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาที่พักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 คืน จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.33 รองลงมาใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และใช้ระยะเวลามากกว่า 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.67

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

จำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	226	75.33
มากกว่า 1 ครั้ง	74	24.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 75.33 และมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.67

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	266	88.67
มากกว่า 1 ครั้ง	34	11.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 88.67 และมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.33

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักสนามมวยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ก่อนการเลือกใช้บริการ

การรู้จักสนามมวยก่อนการเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สนามมวยท่าแพ	65	21.67
สนามมวย ซิวี่ซี ลอยเคราะห์	19	6.33
สนามมวยเดชานุเคราะห์ ค่ายกาวิละ	70	23.33
ไม่รู้จักสนามมวยทั้ง 3 แห่ง	177	59.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ก่อนการเลือกใช้บริการไม่รู้จักสนามมวยทั้ง 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมารู้จักสนามมวยเดชานุเคราะห์ ค่ายกาวิละ คิดเป็นร้อยละ 23.33 และสนามมวยท่าแพ คิดเป็นร้อยละ 21.67

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสื่อที่ทำให้รู้จักสนามมวย

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
แผ่นพับหรือใบปลิว	112	37.33
เพื่อนหรือคนรู้จัก	48	16.00
พนักงานสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	86	28.67
รถกระจายเสียง	12	4.00
ป้ายโฆษณา	23	7.67
คนขายตั๋วหน้าสนามมวย	26	8.67
สถาบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ)	7	2.33
ตัวแทนให้ข้อมูลการท่องเที่ยว	19	6.33
อื่นๆ	36	12.00

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่นๆ ได้แก่ ผ่านหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน ผ่านคำขอมวย จำนวน 10 คน ด้วยความบังเอิญ จำนวน 5 คน ผ่านสนามมวยอื่นๆ จำนวน 3 คน ผ่านแท็กซี่ จำนวน 2 คน และผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสนามมวยผ่านสื่อประเภทแผ่นพับหรือใบปลิวจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาผ่านพนักงานสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 28.67 และผ่านเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ช่วงเวลาที่ต้องการเข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาใดก็ได้	29	9.67
9.00 - 12.00 น.	9	3.00
13.00 - 16.00 น.	2	0.67
17.00 - 20.00 น.	68	22.67
21.00 - 24.00 น.	233	77.67

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในช่วงเวลา 21.00 - 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 77.67 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 17.00 - 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.67 และช่วงเวลาใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 9.67

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

วันที่ต้องการเข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
วันใดก็ได้	221	73.67
วันจันทร์	5	1.67
วันอังคาร	5	1.67
วันพุธ	6	2.00
วันพฤหัสบดี	23	7.67

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

วันที่ต้องการเข้าชม	จำนวน	ร้อยละ
วันศุกร์	53	17.67
วันเสาร์	40	13.33
วันอาทิตย์	8	2.67

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยในวันใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 73.67 รองลงมาต้องการเข้าชมในวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 17.67 และวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 13.33

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มีบาร์ให้บริการ	17 (5.67)	18 (6.00)	74 (24.67)	115 (38.33)	76 (25.33)	3.72 (มาก)	1
รายการแสดงน่าสนใจ	13 (4.33)	20 (6.67)	88 (29.33)	119 (39.67)	60 (20.00)	3.64 (มาก)	2
มีจำนวนคู่มือหลายคู่มือต่อรายการ	5 (1.67)	23 (7.67)	122 (40.67)	128 (42.67)	22 (7.33)	3.46 (ปานกลาง)	3
ความหลากหลายของคู่มือต่อครั้งของการเข้าชม (นักมวยชาย หญิงต่างชาติ ฯลฯ)	11 (3.67)	38 (12.67)	116 (38.67)	102 (34.00)	33 (11.00)	3.36 (ปานกลาง)	4

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มีการบรรยายภาษาอังกฤษ	42 (14.00)	47 (15.67)	103 (34.33)	86 (28.67)	22 (7.33)	3.00 (ปานกลาง)	5
ความมีชื่อเสียงของสนามมวย	37 (12.33)	55 (18.33)	118 (39.33)	62 (20.67)	28 (9.33)	2.96 (ปานกลาง)	6
มีร้านอาหารให้บริการ	51 (17.00)	77 (25.67)	110 (36.67)	43 (14.33)	19 (6.33)	2.67 (ปานกลาง)	7
อนุญาตให้มีการพนัน	100 (33.33)	56 (18.67)	73 (24.33)	52 (17.33)	19 (6.33)	2.45 (น้อย)	8
มีการแสดง Cabaret	116 (38.67)	68 (22.67)	68 (22.67)	31 (10.33)	17 (5.67)	2.22 (น้อย)	9
การเข้าชมรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	111 (37.00)	70 (23.33)	85 (28.33)	25 (8.33)	9 (3.00)	2.17 (น้อย)	10
มีการจำหน่ายสินค้าที่สามารถเป็นของที่ระลึกหรือเก็บสะสมได้	145 (48.33)	82 (27.33)	56 (18.67)	13 (4.33)	4 (1.33)	1.83 (น้อย)	11

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ มีบาร์ให้บริการ และรายการแสดงน่าสนใจ

ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ มีจำนวนคู่ชกหลายคู่ต่อรายการ ความหลากหลายของคู่ชกต่อครั้งของการเข้าชม (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ) มีการบรรยายภาษาอังกฤษ ความมีชื่อเสียงของสนามมวย และมีร้านอาหารให้บริการ

ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสำคัญในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ อนุญาตให้มีการพนัน มีการแสดง Cabaret การเข้าชมรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว และมีการจำหน่ายสินค้าที่สามารถเป็นของที่ระลึกหรือเก็บสะสมได้

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	10 (3.33)	20 (6.67)	80 (26.67)	134 (44.67)	56 (18.67)	3.69 (มาก)	1
ระดับราคาเครื่องดื่มน้ำเท่ากับร้านค้าทั่วไป	19 (6.33)	17 (5.67)	94 (31.33)	111 (37.00)	59 (19.67)	3.58 (มาก)	2
ราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น	18 (6.00)	41 (13.67)	117 (39.00)	85 (28.33)	39 (13.00)	3.29 (ปานกลาง)	3
ระดับราคาอาหารเท่ากับร้านค้าทั่วไป	35 (11.67)	35 (11.67)	120 (40.00)	83 (27.67)	27 (9.00)	3.11 (ปานกลาง)	4
สามารถต่อรองราคาตามจำนวนผู้เข้าชมได้	63 (21.00)	63 (21.00)	96 (32.00)	55 (18.33)	23 (7.67)	2.71 (ปานกลาง)	5
สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้	103 (34.33)	73 (24.33)	79 (26.33)	29 (9.67)	16 (5.33)	2.27 (น้อย)	6

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านราคาในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ และระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป

ส่วนปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น ระดับราคาอาหารเท่ากับร้านค้าทั่วไป และสามารถต่อรองราคาตามจำนวนผู้เข้าชมได้

ส่วนปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
การเดินทางมาสนามมวยไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	14 (4.67)	8.00 (2.67)	85 (28.33)	142 (47.33)	51 (17.00)	3.69 (มาก)	1
จำนวนของช่องทางจำหน่ายตัว	19 (6.33)	32 (10.67)	109 (36.33)	107 (35.67)	33 (11.00)	3.34 (ปานกลาง)	2
สามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต	39 (13.00)	30 (10.00)	96 (32.00)	102 (34.00)	33 (11.00)	3.20 (ปานกลาง)	3
สามารถซื้อตัวผ่านทางโทรศัพท์	50 (16.67)	38 (12.67)	103 (34.33)	87 (29.00)	22 (7.33)	2.98 (ปานกลาง)	4
สามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พัก ที่เลือกใช้บริการ	74 (24.67)	57 (19.00)	101 (33.67)	51 (17.00)	17 (5.67)	2.60 (ปานกลาง)	5
สามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว	88 (29.33)	83 (27.67)	92 (30.67)	32 (10.67)	5 (1.67)	2.28 (น้อย)	6

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ จำนวนของช่องทางจำหน่ายตัว สามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถซื้อตัวผ่านทางโทรศัพท์ และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ

ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ สามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มีการลดราคา	27 (9.00)	33 (11.00)	102 (34.00)	80 (26.67)	58 (19.33)	3.36 (ปานกลาง)	1
มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว	23 (7.67)	35 (11.67)	114 (38.00)	105 (35.00)	23 (7.67)	3.23 (ปานกลาง)	2
ได้รับการแนะนำจากพนักงาน ของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	30 (10.00)	35 (11.67)	107 (35.67)	92 (30.67)	36 (12.00)	3.23 (ปานกลาง)	2
มีพนักงานขายตัวให้ข้อมูล หน้าสนามมวย	31 (10.33)	40 (13.33)	123 (41.00)	85 (28.33)	21 (7.00)	3.08 (ปานกลาง)	3
มีการติดแผ่นป้ายโฆษณา	25 (8.33)	56 (18.67)	119 (39.67)	82 (27.33)	18 (6.00)	3.04 (ปานกลาง)	4
ได้รับการแนะนำจากพนักงานของ สถานบันเทิง(บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ)	38 (12.67)	44 (14.67)	116 (38.67)	80 (26.67)	22 (7.33)	3.01 (ปานกลาง)	5
ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ ของบริษัทนำเที่ยว	45 (15.00)	50 (16.67)	104 (34.67)	78 (26.00)	23 (7.67)	2.95 (ปานกลาง)	6
มีการแจกของที่ระลึก	82 (27.33)	70 (23.33)	81 (27.00)	49 (16.33)	18 (6.00)	2.50 (ปานกลาง)	7
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่าน อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมลล์	82 (27.33)	80 (26.67)	93 (31.00)	34 (11.33)	11 (3.67)	2.37 (น้อย)	8
มีการโฆษณาโดยรถกระจายเสียง	89 (29.67)	99 (33.00)	67 (22.33)	34 (11.33)	11 (3.67)	2.26 (น้อย)	9

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ มีการลดราคา มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ มีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย มีการติดแผ่นป้ายโฆษณา ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ) ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว และมีการแจกของที่ระลึก

ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมลล์ และมีการโฆษณาโดยรถกระจายเสียง

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี	6 (2.00)	13 (4.33)	61 (20.33)	134 (44.67)	86 (28.67)	3.94 (มาก)	1
พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	10 (3.33)	13 (4.33)	65 (21.67)	130 (43.33)	82 (27.33)	3.87 (มาก)	2
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	6 (2.00)	17 (5.67)	67 (22.33)	131 (43.67)	79 (26.33)	3.87 (มาก)	2
พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	11 (3.67)	10 (3.33)	82 (27.33)	114 (38.00)	83 (27.67)	3.83 (มาก)	3
พนักงานสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดี	11 (3.67)	36 (12.00)	87 (29.00)	115 (38.33)	51 (17.00)	3.53 (มาก)	4
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับรายการและสถานที่ที่สามารถตอบคำถามได้	16 (5.33)	31 (10.33)	91 (30.33)	107 (35.67)	55 (18.33)	3.51 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	16 (5.33)	28 (9.33)	102 (34.00)	108 (36.00)	46 (15.33)	3.47 (ปานกลาง)	6
เครื่องแต่งกายของพนักงานสะอาด	34 (11.33)	50 (16.67)	101 (33.67)	77 (25.67)	38 (12.67)	3.12 (ปานกลาง)	7

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากรในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม พนักงานสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดี และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับรายการ และสถานที่ สามารถตอบคำถามได้

ส่วนปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และเครื่องแต่งกายของพนักงานสะอาด

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง	10 (3.33)	7 (2.33)	32 (10.67)	115 (38.33)	136 (45.33)	4.20 (มาก)	1
ความสะอาดของห้องน้ำ	17 (5.67)	14 (4.67)	93 (31.00)	87 (29.00)	89 (29.67)	3.72 (มาก)	2
จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ	15 (5.00)	13 (4.33)	79 (26.33)	135 (45.00)	58 (19.33)	3.69 (มาก)	3
จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ	14 (4.67)	21 (7.00)	97 (32.33)	108 (36.00)	60 (20.00)	3.60 (มาก)	4
ระบบแสงที่ดี	11 (3.67)	19 (6.33)	108 (36.00)	132 (44.00)	30 (10.00)	3.50 (มาก)	5
ความสบายของที่นั่ง	14 (4.67)	34 (11.33)	100 (33.33)	112 (37.33)	40 (13.33)	3.43 (ปานกลาง)	6
ความสะอาดของสนามมวย	20 (6.67)	30 (10.00)	110 (36.67)	108 (36.00)	32 (10.67)	3.34 (ปานกลาง)	7
ระบบเสียงที่ดี	22 (7.33)	41 (13.67)	103 (34.33)	103 (34.33)	31 (10.33)	3.27 (ปานกลาง)	8
ความดึงดูดใจของสนามมวย	23 (7.67)	49 (16.33)	130 (43.33)	75 (25.00)	23 (7.67)	3.09 (ปานกลาง)	9
ขนาดของสนามมวย	24 (8.00)	44 (14.67)	142 (47.33)	69 (23.00)	21 (7.00)	3.06 (ปานกลาง)	10

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง ความสะอาดของห้องน้ำ จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ และระบบแสงที่ดี

ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ความสบายของที่นั่ง ความสะอาดของสนามมวย ระบบเสียงที่ดี ความดึงดูดใจของสนามมวย และขนาดของสนามมวย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	18 (6.00)	22 (7.33)	86 (28.67)	112 (37.33)	62 (20.67)	3.59 (มาก)	1
ความรวดเร็วในกระบวนการ จัดหาที่นั่ง	27 (9.00)	46 (15.33)	88 (29.33)	103 (34.33)	36 (12.00)	3.30 (ปานกลาง)	2
ความรวดเร็วในกระบวนการ จำหน่ายตั๋ว	27 (9.00)	39.00 (13.00)	105 (35.00)	98 (32.67)	31 (10.33)	3.22 (ปานกลาง)	3
ความรวดเร็วในกระบวนการ เช็کتั๋ว	30 (10.00)	43 (14.33)	94 (31.33)	97 (32.33)	36 (12.00)	3.22 (ปานกลาง)	3

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการในระดับมาก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ คือ ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง ความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว และความรวดเร็วในกระบวนการเช็کتั๋ว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการ
เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาด
บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. รายการแสดงน่าสนใจ	3.71	มาก	3.56	มาก
2. มีการบรรยายภาษาอังกฤษ	2.84	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง
3. ความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยว (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ)	3.29	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
4. มีจำนวนกลุ่มหลายคู่ต่อรายการ	3.57	มาก	3.32	ปานกลาง
5. อนุญาตให้มีการพนัน	2.65	ปานกลาง	2.17	น้อย
6. มีการแสดง Cabaret	2.20	น้อย	2.23	น้อย
7. มีร้านอาหารให้บริการ	2.67	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง
8. มีบาร์ให้บริการ	3.80	มาก	3.60	มาก
9. มีการจำหน่ายสินค้าที่สามารถเป็นที่ระลึกหรือเก็บสะสมได้	1.79	น้อย	1.88	น้อย
10. ความมีชื่อเสียงของสนามมวย	2.96	ปานกลาง	2.97	ปานกลาง
11. การเข้าชมรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	2.16	น้อย	2.18	น้อย

จากตารางที่ 20 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.71, มาก) และมีจำนวนกลุ่มหลายคู่ต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.57, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.56, มาก) และความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยว (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.45, ปานกลาง)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น	3.26	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
2. ระดับราคาอาหารเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.10	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
3. ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.59	มาก	3.57	มาก
4. ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	3.63	มาก	3.77	มาก
5. สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้	2.28	น้อย	2.26	น้อย
6. สามารถต่อรองราคาตามจำนวนผู้เข้าชมได้	2.73	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.63, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.59, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.26, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.77, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.57, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.32, ปานกลาง)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.61	มาก	3.81	มาก
2. จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว	3.41	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
3. สามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต	2.61	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง
4. สามารถซื้อตัวผ่านทางโทรศัพท์	2.20	น้อย	2.38	น้อย
5. สามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	3.11	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
6. สามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว	2.98	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.61, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.41, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.11, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.81, มาก) สามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.32, ปานกลาง) และจำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.26, ปานกลาง)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย	3.04	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
2. มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว	3.20	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
3. มีการติดแผ่นป้ายโฆษณา	2.98	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง
4. มีการโฆษณาโดยรถกระจายเสียง	2.27	น้อย	2.26	น้อย
5. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์หรืออีเมล	2.39	น้อย	2.36	น้อย
6. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	3.14	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง
7. ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว	2.97	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
8. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ)	2.96	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
9. มีการลดราคา	3.37	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
10. มีการแจกของที่ระลึก	2.48	น้อย	2.53	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.37, ปานกลาง) มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.20, ปานกลาง) และได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.14, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.36, ปานกลาง) ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.35, ปานกลาง) และมีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.27, ปานกลาง)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับรายการและสถานที่สามารถตอบคำถามได้	3.46	ปานกลาง	3.58	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.48	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
3. พนักงานสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดี	3.49	ปานกลาง	3.58	มาก
4. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.84	มาก	3.91	มาก
5. เครื่องแต่งกายของพนักงานสะอาด	3.11	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง
6. พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี	3.98	มาก	3.96	มาก
7. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.85	มาก	3.88	มาก
8. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	3.80	มาก	3.86	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.98, มาก) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85, มาก) และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.84, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.96, มาก) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91, มาก) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.88, มาก)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ขนาดของสนามมวย	3.05	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
2. ความดึงดูดใจของสนามมวย	3.04	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
3. ความสะอาดของสนามมวย	3.33	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
4. จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ	3.73	มาก	3.64	มาก
5. มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง	4.24	มาก	4.15	มาก
6. ความสบายของที่นั่ง	3.37	ปานกลาง	3.52	มาก
7. ระบบเสียงที่ดี	3.15	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
8. ระบบแสงที่ดี	3.44	ปานกลาง	3.59	มาก
9. จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ	3.53	มาก	3.68	มาก
10. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.64	มาก	3.83	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.24, มาก) จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73, มาก) และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.64, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.15, มาก) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.83, มาก) และจำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68, มาก)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว	3.16	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในกระบวนการเช็กตั๋ว	3.16	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง
3. ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง	3.20	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
4. ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.54	มาก	3.66	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.54, มาก) ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.20, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋วและความรวดเร็วในกระบวนการเช็กตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.16, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.66, มาก) ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.43, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.30, ปานกลาง)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการ
เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาด
บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. รายการแสดงน่าสนใจ	3.64	มาก	3.71	มาก	3.48	ปานกลาง
2. มีการบรรยายภาษาอังกฤษ	3.10	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง
3. ความหลากหลายของกลุ่มซื้อครั้งของการ เข้าชม (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ)	3.34	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
4. มีจำนวนกลุ่มหลายคู่ต่อรายการ	3.43	ปานกลาง	3.50	มาก	3.48	ปานกลาง
5. อนุญาตให้มีการพนัน	2.53	ปานกลาง	2.39	น้อย	2.32	น้อย
6. มีการแสดง Cabaret	2.28	น้อย	2.19	น้อย	2.07	น้อย
7. มีร้านอาหารให้บริการ	2.83	ปานกลาง	2.48	น้อย	2.68	ปานกลาง
8. มีบาร์ให้บริการ	3.81	มาก	3.57	มาก	3.80	มาก
9. มีการจำหน่ายสินค้าที่สามารถเป็นของ ที่ระลึกหรือเก็บสะสมได้	1.80	น้อย	1.91	น้อย	1.70	น้อย
10. ความมีชื่อเสียงของสนามมวย	2.78	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง
11. การเข้าชมรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยว ของบริษัทนำเที่ยว	2.15	น้อย	2.15	น้อย	2.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี
ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ
มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64, มาก) และมีจำนวนคู่
ชกหลายคู่ต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.43, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
และบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.71, มาก)
มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57, มาก) และมีจำนวนคู่ชกหลายคู่ต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.50, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ และมีจำนวนคู่ชกหลายคู่ต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.48, ปานกลาง) และความหลากหลายของคู่ชกต่อครั้งของการเข้าชม (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.32, ปานกลาง)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น	3.42	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง
2. ระดับราคาอาหารเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.20	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง
3. ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.70	มาก	3.52	มาก	3.34	ปานกลาง
4. ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	3.76	มาก	3.61	มาก	3.64	มาก
5. สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้	2.20	น้อย	2.27	น้อย	2.55	ปานกลาง
6. สามารถต่อรองราคาตามจำนวนผู้เข้าชมได้	2.84	ปานกลาง	2.63	ปานกลาง	2.48	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.76, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.70, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.61, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.52, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.24, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.64, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.34, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.98, ปานกลาง)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าช้ชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.79	มาก	3.60	มาก	3.61	มาก
2. จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว	3.34	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง
3. สามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต	2.48	น้อย	2.72	ปานกลาง	2.70	ปานกลาง
4. สามารถซื้อตัวผ่านทางโทรศัพท์	2.22	น้อย	2.28	น้อย	2.45	น้อย
5. สามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	3.29	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง
6. สามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว	3.01	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.79, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.34, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.29, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.60, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.32, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.61, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.41, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการและสามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.07, ปานกลาง)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย	3.15	ปานกลาง	2.93	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
2. มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว	3.19	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง
3. มีการติดแผ่นป้ายโฆษณา	3.04	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
4. มีการโฆษณาโดยรถกระจายเสียง	2.15	น้อย	2.24	น้อย	2.68	ปานกลาง
5. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมล	2.28	น้อย	2.38	น้อย	2.66	ปานกลาง
6. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	3.27	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
7. ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว	2.95	ปานกลาง	2.86	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
8. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ)	2.99	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง
9. มีการลดราคา	3.61	มาก	3.16	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
10. มีการแจกของที่ระลึก	2.61	ปานกลาง	2.36	น้อย	2.52	ปานกลาง

จากตารางที่ 30 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.61, มาก) ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.27, ปานกลาง) และมีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.19, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.22, ปานกลาง) มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.16, ปานกลาง) และได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.15, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.41, มาก) ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการและได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.30, ปานกลาง) และมีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย (ค่าเฉลี่ย 3.27, ปานกลาง)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับรายการและสถานที่สามารถตอบคำถามได้	3.57	มาก	3.42	ปานกลาง	3.59	มาก
2. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.52	มาก	3.33	ปานกลาง	3.66	มาก
3. พนักงานสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดี	3.59	มาก	3.50	มาก	3.41	ปานกลาง
4. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.91	มาก	3.81	มาก	3.91	มาก
5. เครื่องแต่งกายของพนักงานสะอาด	3.12	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
6. พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี	3.97	มาก	3.87	มาก	4.00	มาก
7. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.88	มาก	3.84	มาก	3.89	มาก
8. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	3.94	มาก	3.74	มาก	3.68	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.97, มาก) พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.94, มาก) และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.87, มาก) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84, มาก) และพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.81, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 4.00, มาก) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91, มาก) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89, มาก)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ขนาดของสนามมวย	3.04	ปานกลาง	2.99	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง
2. ความดึงดูดใจของสนามมวย	3.01	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง	3.34	ปานกลาง
3. ความสะอาดของสนามมวย	3.31	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง
4. จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ	3.76	มาก	3.60	มาก	3.70	มาก
5. มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง	4.24	มาก	4.21	มาก	4.02	มาก
6. ความสบายของที่นั่ง	3.50	มาก	3.37	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
7. ระบบเสียงที่ดี	3.34	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง	3.25	ปานกลาง
8. ระบบแสงที่ดี	3.55	มาก	3.44	ปานกลาง	3.52	มาก
9. จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ	3.63	มาก	3.56	มาก	3.59	มาก
10. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.72	มาก	3.74	มาก	3.68	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.24, มาก) จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.76, มาก) และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.72, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.21, มาก) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.74, มาก) และจำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.60, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.02, มาก) จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70, มาก) และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.68, มาก)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 26 ปี		26-35 ปี		สูงกว่า 35 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว	3.29	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในกระบวนการเช็ดตั๋ว	3.29	ปานกลาง	3.07	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง
3. ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง	3.35	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง
4. ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.69	มาก	3.48	ปานกลาง	3.57	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่าด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.69, มาก) ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋วและความรวดเร็วในกระบวนการเช็ดตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.29, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.48, ปานกลาง) ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.22, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.09, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.57, มาก) ความรวดเร็วในกระบวนการเช็ดตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.39, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋วและความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.36, ปานกลาง)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. รายการแสดงน่าสนใจ	3.65	มาก	3.64	มาก
2. มีการบรรยายภาษาอังกฤษ	3.03	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
3. ความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าของการเข้าชม (นักมวยชาย หญิง ต่างชาติ ฯลฯ)	3.33	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
4. มีจำนวนกลุ่มลูกค้าต่อรายการ	3.44	ปานกลาง	3.53	มาก
5. อนุญาตให้มีการพนัน	2.39	น้อย	2.61	ปานกลาง
6. มีการแสดง Cabaret	2.23	น้อย	2.19	น้อย
7. มีร้านอาหารให้บริการ	2.69	ปานกลาง	2.61	ปานกลาง
8. มีบาร์ให้บริการ	3.74	มาก	3.65	มาก
9. มีการจำหน่ายสินค้าที่สามารถเป็นที่ระลึกหรือเก็บสะสมได้	1.85	น้อย	1.76	น้อย
10. ความมีชื่อเสียงของสนามมวย	2.88	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
11. การเข้าชมรวมอยู่ในรายการท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว	2.20	น้อย	2.08	น้อย

จากตารางที่ 34 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.74, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.65, มาก) และมีจำนวนกลุ่มลูกค้าต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.44, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65, มาก) รายการแสดงน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64, มาก) และมีจำนวนกลุ่มลูกค้าต่อรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.53, มาก)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านราคาที่มีผลต่อการเข้าช้ช้การแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าช้ช้การแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านราคา	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น	3.25	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง
2. ระดับราคาอาหารเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.11	ปานกลาง	3.11	ปานกลาง
3. ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.60	มาก	3.51	มาก
4. ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ	3.63	มาก	3.86	มาก
5. สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้	2.30	น้อย	2.19	น้อย
6. สามารถต่อรองราคาตามจำนวนผู้เข้าชมได้	2.72	ปานกลาง	2.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 35 พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าช้ช้การแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.63, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.60, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.25, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าช้ช้การแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.86, มาก) ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.51, มาก) และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.41, ปานกลาง)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.74	มาก	3.54	มาก
2. จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว	3.40	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง
3. สามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต	2.63	ปานกลาง	2.51	ปานกลาง
4. สามารถซื้อตัวผ่านทางโทรศัพท์	2.28	ปานกลาง	2.26	ปานกลาง
5. สามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ	3.32	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง
6. สามารถซื้อตัวผ่านบริษัทนำเที่ยว	3.06	ปานกลาง	2.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 36 พบว่าด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.74, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.40, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.32, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.54, มาก) จำนวนของช่องทางการจำหน่ายตัว (ค่าเฉลี่ย 3.18, ปานกลาง) และสามารถซื้อตัวผ่านสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.82, ปานกลาง)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเข้าชมนการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมนการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย	3.08	ปานกลาง	3.08	ปานกลาง
2. มีการแจกแผ่นพับหรือโบปลิว	3.28	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง
3. มีการติดแผ่นป้ายโฆษณา	3.07	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง
4. มีการโฆษณาโดยรถกระจายเสียง	2.23	น้อย	2.36	น้อย
5. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรืออีเมล	2.38	น้อย	2.35	น้อย
6. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พัก ที่เลือกใช้บริการ	3.31	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
7. ได้รับการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ ของบริษัทนำเที่ยว	2.99	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง
8. ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานบันเทิง (บาร์ ร้านอาหาร ฯลฯ)	3.05	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง
9. มีการลดราคา	3.39	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
10. มีการแจกของที่ระลึก	2.55	ปานกลาง	2.35	น้อย

จากตารางที่ 37 พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมนการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.39, ปานกลาง) ได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.31, ปานกลาง) และมีการแจกแผ่นพับหรือโบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.28, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมนการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.27, ปานกลาง) มีการแจกแผ่นพับหรือโบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.09, ปานกลาง) และมีพนักงานขายตัวให้ข้อมูลหน้าสนามมวย (ค่าเฉลี่ย 3.08, ปานกลาง)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านบุคลากร	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับรายการและสถานที่สามารถตอบคำถามได้	3.58	มาก	3.30	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	3.50	มาก	3.35	ปานกลาง
3. พนักงานสื่อสารด้านภาษาอังกฤษได้ดี	3.59	มาก	3.35	ปานกลาง
4. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	3.90	มาก	3.77	มาก
5. เครื่องแต่งกายของพนักงานสะอาด	3.22	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง
6. พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี	3.96	มาก	3.88	มาก
7. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.89	มาก	3.80	มาก
8. พนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม	3.84	มาก	3.78	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่าด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.96, มาก) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.90, มาก) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี (ค่าเฉลี่ย 3.88, มาก) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80, มาก) และพนักงานปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.78, มาก)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชม การแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ขนาดของสนามมวย	3.12	ปานกลาง	2.89	ปานกลาง
2. ความดึงดูดใจของสนามมวย	3.12	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
3. ความสะอาดของสนามมวย	3.40	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง
4. จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ	3.71	มาก	3.64	มาก
5. มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง	4.18	มาก	4.26	มาก
6. ความสบายของที่นั่ง	3.48	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
7. ระบบเสียงที่ดี	3.30	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง
8. ระบบแสงที่ดี	3.55	มาก	3.35	ปานกลาง
9. จำนวนห้องน้ำที่เพียงพอ	3.66	มาก	3.41	ปานกลาง
10. ความสะอาดของห้องน้ำ	3.78	มาก	3.55	มาก

จากตารางที่ 39 พบว่าด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.18, มาก) ความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.78, มาก) และจำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71, มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มุมมองการมองเห็นที่ดีจากการจัดที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.26, มาก) จำนวนที่นั่งที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.64, มาก) และความสะอาดของห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.55, มาก)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ครั้งแรก		มากกว่า 1 ครั้ง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว	3.29	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในกระบวนการเช็ดตัว	3.31	ปานกลาง	2.95	ปานกลาง
3. ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง	3.40	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
4. ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.65	มาก	3.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 40 พบว่าด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.65, มาก) ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.40, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการเช็ดตัว (ค่าเฉลี่ย 3.31, ปานกลาง)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยมากกว่า 1 ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.41, ปานกลาง) ความรวดเร็วในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว (ค่าเฉลี่ย 3.03, ปานกลาง) และความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 3.00, ปานกลาง)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขัน
กีฬามวยไทย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และควรมีกระดาดทึบและสบู่ล้างมือให้บริการ	10	11.49
ควรปรับปรุงระบบเสียง	7	8.05
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก	6	6.90
ควรมีการลดราคาตั๋วเข้าชมสำหรับผู้ที่มาใช้บริการบ่อยครั้ง ควรปรับปรุงเรื่องการรบกวนของเสียงเพลงจากบาร์ในสนามมวย	5	5.75
ควรรักษามาตรฐานด้านเวลาในทุกกระบวนการ	4	4.60
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านการตัดสิน	4	4.60
ควรมีการเพิ่มทางเลือกด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4	4.60
ควรปรับปรุงรายการเพื่อดึงดูดให้มีชาวไทยเข้าร่วมชมเพิ่มขึ้น	4	4.60
ควรเพิ่มการอธิบายด้วยตัวหนังสือภาษาอังกฤษ ด้านกฎและกติกา ประวัตินักมวย ความสำคัญของคู่ชก เช่น ชิงแชมป์ ป้องกันแชมป์ คู่เอก เป็นต้น	3	3.45
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านรายการแสดงควรเป็นการแข่งขันจริง	3	3.45
ควรเพิ่มรายการที่สร้างความบันเทิงก่อนหรือระหว่างรายการชก	3	3.45
ควรกำหนดราคาเครื่องดื่มไม่ให้สูงกว่าราคาตลาดมากเกินไป	3	3.45
ควรมีการนำเสนอข้อมูลและการบรรยายทั้งรายการเป็นภาษาอังกฤษ	3	3.45
ควรปรับปรุงเรื่องการกำหนดราคาเข้าชมให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดที่นั่งต่อด้านมุมมอง การมองเห็น ด้านความสบายของที่นั่ง เป็นต้น	3	3.45
พนักงานควรดูแลไม่ให้มีการบังคับซื้อเบียร์จากบาร์เบียร์ และการรบกวนจากบุคคลเพศที่สาม	3	3.45
ควรมีการให้บริการแบบห้องแอร์	2	2.30
ควรมีพนักงานหญิงชูป้ายแจ้งจำนวนชกที่	2	2.30
ควรปรับปรุงการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ของแผ่นพับหรือโบปลิวไม่ให้เกินจริง เช่น มีการนำ รูปนักมวยที่ไม่ได้ชกในรายการมาแสดง	2	2.30
ควรปรับปรุงการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ของอินเทอร์เน็ตให้สามารถเข้าถึงข้อมูล ของกีฬามวยไทยและสนามมวย โดยเฉพาะจาก google	2	2.30

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรรักษาความสะอาดและคงความเป็นไทยของสนามมวย เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจของสนามมวย	2	2.30
ไม่ควรเน้นโฆษณาว่ามีต่างชาติชก เพราะอยากดูคนไทยชก	1	1.15
ไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องซื้อตั๋วผ่านบริษัทนำเที่ยว	1	1.15
ควรเพิ่มการโฆษณาหน้าสนามมวยก่อนทำการแสดง	1	1.15
การได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ	1	1.15
ควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านราคา เนื่องจากมีราคาสูงกว่าสนามมวยที่กรุงเทพฯ มาก	1	1.15
ควรให้ความสำคัญด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้บรรยายและพนักงานที่ให้บริการ	1	1.15
ควรแยกพื้นที่สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่	1	1.15

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ 78 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำและควรมีกระดานทิวชูและสบู่อ่างมือให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 11.49 รองลงมาให้ข้อเสนอแนะเรื่อง ควรปรับปรุงระบบเสียง คิดเป็นร้อยละ 8.05 และควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก คิดเป็นร้อยละ 6.90

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยท่าแพ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และควรมีกระดาดทิชชูและสบู่ล้างมือให้บริการ	5	22.73
ควรมีการเพิ่มทางเลือกด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3	13.64
ควรปรับปรุงระบบเสียง	2	9.09
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก	2	9.09
ควรมีพนักงานหญิงชูป้ายแจ้งจำนวนชกที่	2	9.09
ควรปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแผ่นพับหรือโบปลิวไม่ให้เกินจริง เช่น มีการนำรูปนักมวยที่ไม่ได้ชกในรายการมาแสดง	2	9.09
ควรรักษาความสะอาดและคงความเป็นไทยของสนามมวย เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจของสนามมวย	2	9.09
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านการตัดสิน	1	4.55
ควรมีการให้บริการแบบห้องแอร์	1	4.55
ควรให้ความสำคัญด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้บรรยายและพนักงานที่ให้บริการ	1	4.55
ควรแยกพื้นที่สูบบุหรี่และห้ามสูบบุหรี่	1	4.55

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ 18 ราย

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ณ สนามมวยท่าแพส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำและควรมีกระดาดทิชชูและสบู่ล้างมือให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาให้ข้อเสนอแนะเรื่อง ควรมีการเพิ่มทางเลือกด้านอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 13.64 และควรปรับปรุงระบบเสียง ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก ควรมีพนักงานหญิงชูป้ายแจ้งจำนวนชกที่ ควรปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแผ่นพับหรือโบปลิวไม่ให้เกินจริง เช่น มีการนำรูปนักมวยที่ไม่ได้ชกในรายการมาแสดง และควรรักษาความสะอาดและคงความเป็นไทยของสนามมวยเพื่อเพิ่มความดึงดูดใจของสนามมวย คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวย ซีอีซี ลอยเคราะห์

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรปรับปรุงเรื่องการรบกวนของเสียงเพลงจากบาร์ในสนามมวย	5	15.15
ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และควรมีกระดาดทึบและสบู่ล้างมือให้บริการ	4	12.12
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านรายการแสดงควรเป็นการแข่งขันจริง	3	9.09
ควรเพิ่มรายการที่สร้างความบันเทิงก่อนหรือระหว่างรายการชก	3	9.09
พนักงานควรดูแลไม่ให้มีการบังคับซื้อเบียร์จากบาร์เบียร์ และการรบกวนจากบุคคลเพศที่สาม	3	9.09
ควรปรับปรุงระบบเสียง	2	6.06
ควรปรับปรุงรายการเพื่อดึงดูดให้มีชาวไทยเข้าร่วมชมเพิ่มขึ้น	2	6.06
ควรกำหนดราคาเครื่องดื่มไม่ให้สูงกว่าราคาตลาดมากเกินไป	2	6.06
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก	1	3.03
ควรรักษามาตรฐานด้านเวลาในทุกกระบวนการ	1	3.03
ควรเพิ่มการอธิบายด้วยตัวหนังสือภาษาอังกฤษ ด้านกฎและกติกา ประวัตินักมวย ความสำคัญของคู่ชก เช่น ชิงแชมป์ ป้องกันแชมป์ คู่เอก เป็นต้น	1	3.03
ควรปรับปรุงเรื่องการกำหนดราคาเข้าชมให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดที่นั่งต่อด้านมุมมอง การมองเห็น ด้านความสบายของที่นั่ง เป็นต้น	1	3.03
ควรปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของอินเทอร์เน็ตให้สามารถเข้าถึงข้อมูลของกีฬามวยไทยและสนามมวย โดยเฉพาะจาก google	1	3.03
ไม่ควรเน้นโฆษณาว่ามีต่างชาติชก เพราะอยากดูคนไทยชก	1	3.03
ไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องซื้อตั๋วผ่านบริษัทนำเที่ยว	1	3.03
ควรเพิ่มการโฆษณาหน้าสนามมวยก่อนทำการแสดง	1	3.03
การได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่เลือกใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ	1	3.03

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ 28 ราย

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ณ สนามมวย ซีอีซี ลอยเคราะห์ส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงเรื่องการรบกวนของเสียงเพลงจากบาร์ในสนามมวย คิดเป็นร้อยละ 15.15 รองลงมาให้ข้อเสนอแนะเรื่อง ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และควรมีกระดาศทิชชูและสบู่ล้างมือให้บริการคิดเป็นร้อยละ 12.12 และควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านรายการแสดงควรเป็นการแข่งขันจริง ควรเพิ่มรายการที่สร้างความบันเทิงก่อนหรือระหว่างรายการชก และพนักงานควรดูแลไม่ให้มีการบังคับซื้อเบียร์จากบาร์เบียร์ และการรบกวนจากบุคคลเพศที่สาม คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ณ สนามมวยเคชานูเคราะห์ ค่ายกาวิลละ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการลดราคาตั๋วเข้าชมสำหรับผู้ที่มาใช้บริการบ่อยครั้ง	5	15.63
ควรปรับปรุงระบบเสียง	3	9.38
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก	3	9.38
ควรรักษามาตรฐานด้านเวลาในทุกกระบวนการ	3	9.38
ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านการตัดสิน	3	9.38
ควรมีการนำเสนอข้อมูลและการบรรยายทั้งรายการเป็นภาษาอังกฤษ	3	9.38
ควรปรับปรุงรายการเพื่อดึงดูดให้มีชาวไทยเข้าร่วมชมเพิ่มขึ้น	2	6.25
ควรเพิ่มการอธิบายด้วยตัวหนังสือภาษาอังกฤษ ด้านกฎและกติกา ประวัตินักมวย ความสำคัญของคู่ชก เช่น ชิงแชมป์ ป้องกันแชมป์ คู่เอก เป็นต้น	2	6.25
ควรปรับปรุงเรื่องการกำหนดราคาเข้าชมให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดที่นั่งต่อด้านมุมมอง การมองเห็น ด้านความสบายของที่นั่ง เป็นต้น	2	6.25
ควรปรับปรุงด้านความสะอาดของห้องน้ำ และควรมีกระดาศทิชชูและสบู่ล้างมือให้บริการ	1	3.13
ควรมีการเพิ่มทางเลือกด้านอาหารและเครื่องดื่ม	1	3.13
ควรกำหนดราคาเครื่องดื่มไม่ให้สูงกว่าราคาตลาดมากเกินไป	1	3.13
ควรมีการให้บริการแบบห้องแอร์	1	3.13
ควรปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของอินเทอร์เน็ตให้สามารถเข้าถึงข้อมูลของกีฬามวยไทยและสนามมวย โดยเฉพาะจาก google	1	3.13
ควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านราคา เนื่องจากมีราคาสูงกว่าสนามมวยที่กรุงเทพฯมาก	1	3.13

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ 32 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ณ สนามมวยเดชานุเคราะห์ ค่ายกาวิละ ส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการลดราคาตั๋วเข้าชมสำหรับผู้ที่มาใช้บริการบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.63 รองลงมาให้ข้อเสนอแนะเรื่อง ควรปรับปรุงระบบเสียง ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านอายุของนักมวย ไม่ควรนำนักมวยที่เด็กเกินไปขึ้นชก ควรรักษามาตรฐานด้านเวลาในทุกกระบวนการ ควรรักษามาตรฐานของสนามมวยด้านการตัดสิน และควรมีการนำเสนอข้อมูลและการบรรยายทั้งรายการเป็นภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 9.38 และควรปรับปรุงรายการเพื่อดึงดูดให้มีชาวไทยเข้าร่วมชมเพิ่มขึ้น ควรเพิ่มการอธิบายด้วยตัวหนังสือภาษาอังกฤษ ด้านกฎและกติกา ประวัตินักมวย ความสำคัญของคู่ชก เช่น ชิงแชมป์ ป้องกันแชมป์ คู่เอก เป็นต้น ควรปรับปรุงเรื่องการกำหนดราคาเข้าชมให้สอดคล้องกับกระบวนการจัดที่นั่งต่อด้านมุมมอง การมองเห็น ด้านความสบายของที่นั่ง เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 6.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved