

แรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

THE MOTIVATION AND MARKETING MIX FACTORS (7Ps) THAT AFFECT THE VIEWING AND SUPPORT OF THE LIVE BROADCAST OF THE ENGLAND PREMIER LEAGUE FOOTBALL THROUGH TRUE ID AMONG THE AUDIENCE IN THE BANGKOK AREA.

บวรวิทย์ ศิริทรัพย์สมบัติ¹ และ สุทธิภัทร อัสววิชัยโรจน์²

Borvornwit Sirisabsombat and Sutthipat Assawavichairoj

Article History

Received: 04-09-2024; Revised: 26-01-2025; Accepted: 27-03-2025

<https://doi.org/10.14456/issc.2025.6>

บทคัดย่อ

บทนำ: สโมสรฟุตบอลในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง เมื่อก้าวถึงการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในประเทศไทย ปัจจุบันบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น เป็นบริษัทรายเดียวของประเทศไทย ที่ได้รับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษทุกคู่ ทุกสนาม และในประเทศไทยมีกลุ่มคนที่ชื่นชอบเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาด การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในประเทศไทยเติบโตมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ **วัตถุประสงค์ของการวิจัย:** เพื่อศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร **ระเบียบวิธีวิจัย:** เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ราย **ผลการวิจัย:** พบว่าแรงจูงใจทั้งในด้านความชื่นชอบในตัวนักฟุตบอล สโมสรที่ชื่นชอบ การรับชมและเชียร์ฟุตบอลร่วมกับกลุ่มเพื่อน และความรู้สึกยินดีของผลการแข่งขันที่ดี มีผลต่อการรับชมและเชียร์ฯ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแฟนบอลหรือ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Master's degree, Faculty of Business management, Stamford International University

Email: borvornwit.s@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Asst., Prof., Ph.D, Faculty of Business management, Stamford International University

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เรื่องของอรรถรสจากการเข้าชมในสนาม ความสนุกสนานของการแข่งขัน

คำสำคัญ: พรีเมียร์ลีกอังกฤษ; แรงจูงใจ; ปัจจัย 7Ps; ทิวทัศน์

ABSTRACT

Introduction: English Premier League football clubs have continuously gained popularity. When it comes to live broadcasts of the English Premier League in Thailand. True Corporation is currently the only company in the country that holds the exclusive broadcasting rights for every match, at every stadium. This has led to a growing fanbase in Thailand, which in turn has contributed to the expanding market for English Premier League broadcasts in the country. **Objective:** The researcher aimed to study the motivations and the marketing mix factors (7Ps) that affect the viewing and support of live English Premier League football broadcasts through True ID among the audience in the Bangkok area. **Methods:** This research is qualitative, data were collected using in-depth interviews using a structured interview form from a sample of 20 people. **Results:** The findings revealed that motivations, such as personal preferences for football players, favorite clubs, the enjoyment of watching and cheering with friends, and the satisfaction from positive match outcomes, all influenced the viewing and supporting behavior. Additionally, the marketing mix factors (7Ps) played a significant role in the decision-making process to choose to watch and support the live broadcast of the English Premier League via True ID. Fans or participants emphasized the importance of external stimuli, such as the excitement of attending the stadium, and the entertainment value of the competition.

Keywords: English Premier League; Motivation; Marketing Mix (7Ps) Marketing Mix Factors (7Ps); TrueVisions.

1. บทนำ

พฤติกรรมกรรมการขอบดุกีฬาของแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน เช่น ในประเทศญี่ปุ่น ประชาชนส่วนใหญ่ชื่นชอบขอบดุกีฬาเบสบอล เมเจอร์ลีกของสหรัฐอเมริกา (MLB) ประเทศจีน และประเทศฟิลิปปินส์ ชื่นชอบขอบดุกีฬาเบสบอลของสหรัฐอเมริกา (NBA) สำหรับประเทศไทย หากประเมินจากกระแสความนิยมต่างๆ ในการติดตามรับชม การพูดถึงในสื่อช่องทางต่างๆ จำนวนเงินในการลงทุนเพื่อซื้อลิขสิทธิ์การถ่ายทอดสด บริษัทวิจัยมีอาซีฟและเป็นผู้ให้บริการสื่อและข้อมูลการตลาดชั้นนำของโลก Nielsen เปิดเผยถึงยอดของผู้ชมพรีเมียร์ลีกในฤดูกาลที่ผ่านมา ผลปรากฏว่า "หงส์แดง" ลิเวอร์พูล มีสถิติผู้ชมทั่วโลก สูงสุดถึง 471 ล้านคนทั่วโลก ตลอด 38 นัดรายงานประจำปีแสดงให้เห็นว่า ผู้ชมพรีเมียร์ลีกเพิ่มขึ้น 7% เมื่อเทียบกับฤดูกาลก่อน โดยมีการเติบโตที่ใหญ่ที่สุดในตลาดต่างประเทศ ได้แก่ จีน (+373 เปอร์เซ็นต์) และสหรัฐอเมริกา (+42 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งรวมถึงการทำลายสถิติผู้ชมถ่ายทอดสดในอเมริกาถึง 2.28 ล้านคน สำหรับการแข่งขันระหว่างลิเวอร์พูลกับอาร์เซนอลในเดือนธันวาคม 2023

พรีเมียร์ลีกอังกฤษ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าที่มีตราสโมสรฟุตบอลที่ชื่นชอบ สร้างความสัมพันธ์การเข้าสังคมกับกลุ่มคนที่เชียร์สโมสรฟุตบอลเดียวกัน การยอมเสียเวลาส่วนตัวกว่า 2 ชั่วโมงเพื่อรับชมการถ่ายทอดสด 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ล้วนเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาและเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดเล็กในการทำธุรกิจโดย

เกาะกระแสความนิยมนี้ เช่น บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือครองลิขสิทธิ์พรีเมียร์ลีก ต่อเนื่องอีก 3 ฤดูกาล เริ่มตั้งแต่ฤดูกาล 2022/23-2024/25 โดยการถ่ายทอดสดแต่ละนัดจะมีทีมงานนักพากย์ และนักวิจารณ์ด้านฟุตบอลร่วมวิเคราะห์ วิจัย ซึ่ง ทู คอรัปอเรชั่น เล็งเห็นช่องทางการตลาดที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการทำธุรกิจจากการได้รับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดนี้ (ทิวทัศน์, ทูมูฟเอช, ทูออนไลน์ และทูไอดี) ร้านค้าขนาดใหญ่ เช่น Supersport, Ari Football, ADIDAS ที่ได้ลิขสิทธิ์จำหน่ายเสื้อกีฬาสโมสรฟุตบอล รวมไปถึงร้านค้ารายย่อยทั่วไป ที่จำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสโมสรฟุตบอลในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ร้านอาหารต่างๆสามารถสร้างยอดขายจากอาหารและเครื่องดื่มเมื่อลูกค้าเข้ามาเพื่อรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอล ยูทูปเบอร์ ผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมซึ่งอัปโหลดหรือสร้างสรรค์วิดีโอในเว็บไซต์ยูทูป ได้รับความนิยมนิตตามจากการทำ content ที่เกี่ยวข้อง จากที่ยกตัวอย่างจะเห็นได้ว่า กระแสความนิยมชมและเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ สามารถสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ เม็ดเงินหมุนเวียนจำนวนมาก และอื่นๆ

รายงานเกี่ยวกับผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจและสังคมของฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ (Premier League Economic and social impact) จากบทความจากเว็บไซต์ premierleague.com (พ.ศ.2554) และบทความของเมธา พันธุ์วราทร (พ.ศ.2562) เปิดเผยตัวเลขว่า พรีเมียร์ลีกอังกฤษสามารถทำรายได้ให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอังกฤษ (GDP) ประมาณ 2.81 แสนล้านบาท ในขณะที่การแข่งขันฟุตบอลโดย 20 สโมสรในพรีเมียร์ลีก สามารถทำให้เกิดการจ้างงานในประเทศอังกฤษ จำนวนมากกว่า 100,000 ตำแหน่ง และนอกจากนี้พรีเมียร์ลีกยังเป็น ‘ซูเปอร์แบรนด์’ สำคัญต่อภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมอังกฤษอีกด้วย

ในปัจจุบันสโมสรฟุตบอลในพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เมื่อก้าวถึงการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในประเทศไทย บริษัททู คอรัปอเรชั่น เป็นบริษัทรายเดียวของประเทศไทย ที่ได้รับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษทุกการแข่งขัน ทั้งนี้ในประเทศไทยมีกลุ่มคนที่ชื่นชอบเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในประเทศไทยเติบโตมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากข้อความข้างต้นทำให้เห็นความสำคัญของการศึกษาแรงจูงใจ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ต่อการติดตามถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ในการพิจารณาตัดสินใจทำการตลาด หรือการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ในเชิงการตลาดแล้ว ยังทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการติดตามชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอล เพื่อประยุกต์กับการพัฒนาด้านการตลาดของลีกฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย และทราบถึงแรงจูงใจที่ส่งผลให้ติดตาม การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID เพื่อเป็นประโยชน์ในการประยุกต์สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับบริษัทต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางการทำวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจ (Motivation)

นักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับแรงจูงใจ และให้คำนิยามของแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเลือกคำนิยามของแรงจูงใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ดังต่อไปนี้

McClelland, D.C. (1987) ได้อธิบายเกี่ยวกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของแมคเคลแลนด (McClelland Theory of Motivation) ไว้ในหนังสือ Biological Aspects of Human Motivation ว่า พฤติกรรมของมนุษย์มักจะมีแรงขับเคลื่อนภายในให้ดำเนินกิจกรรมไปจนประสบความสำเร็จตามที่ตั้งใจไว้ ซึ่งแมคเคลแลนดเคยกล่าวไว้ว่า ในระดับประเทศ หากประชากรของประเทศนั้นมีแรงจูงใจสูงจะทำให้กิจกรรมใดๆ ให้สำเร็จลุล่วงได้ ก็ย่อมส่งผลให้สังคมและประเทศนั้นๆ มีโอกาสประสบความสำเร็จสูงตามไปด้วย

แรงจูงใจในทฤษฎีของแมคเคลแลนด ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ (Achievement Motivation) คือ ความปรารถนาที่จะกระทำกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยพยายามกำหนดมาตรฐานของการกระทำนั้นไว้อย่างดี และจะเกิดความสบายใจเมื่อสามารถทำตามมาตรฐานได้สำเร็จ หรือได้ผลลัพธ์ที่สูงกว่ามาตรฐาน ในทางกลับกันจะรู้สึกวิตกกังวลเมื่อพบกับความล้มเหลว

2. แรงจูงใจในความสัมพันธ์ (Affiliation Motivation) คือ ความปรารถนาให้ตัวเองเป็นที่ยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ต้องการเป็นที่นิยมชมชอบหรือต้องการให้ผู้อื่นรักใคร่ หรือชอบตัวเอง โดยแรงจูงใจลักษณะนี้จะผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น

3. แรงจูงใจในเรื่องอำนาจ (Power Motivation) คือ ความปรารถนาของบุคคลที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในสังคม ส่งผลให้บุคคลแสวงหาอำนาจ เพื่อตอบสนองความภาคภูมิใจที่ทำอะไรได้เหนือคนอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ผู้เป็นเจ้าของแนวคิด Marketing 3.0 ได้คิดค้นขึ้น 7Ps เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อใช้กับธุรกิจประเภทบริการ โดย 7Ps นี้มีพื้นฐานมาจาก ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P และเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ กิจกรรมหรือธุรกิจจำเป็นต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่มีความเหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของสินค้าและ/หรือบริการ กับราคา (Price) ของสินค้าและ/หรือบริการนั้น

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอสินค้าและ/หรือบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอสินค้าและ/หรือบริการ (Channels)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริโภคสินค้าและ/หรือบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าและ/หรือบริการ

5) ด้านบุคคล (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้บุคลากรขององค์กรสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่าง

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ซื้อสินค้าและ/หรือบริการ

ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision Making)

กระบวนการตัดสินใจเป็นการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งในการตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการดังกล่าวนั้นเป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ คือ กระบวนการในการเลือกจากทางเลือกที่มีตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป โดยผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมทั้งทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งสองกิจกรรมนี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Input) 2) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Process) คือ ขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้บุคลิกภาพ และทัศนคติ 3) กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) ก่อนผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

William W. Reeder (1971) ได้รวบรวมทฤษฎีทางสังคมวิทยาเพื่อมาอธิบายพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ โดยทั่วไปรูปแบบทางด้านจิตวิทยาสังคม (social psychology) ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมของมนุษย์นั้น นักสังคมวิทยาส่วนใหญ่จะมองในด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (social economics status) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจ แต่รีดเดอร์เชื่อว่า การตัดสินใจเลือกแสดงพฤติกรรมของบุคคลจะประกอบด้วยความเชื่อและความไม่เชื่อหลายๆ อย่างรวมกัน คือ บุคคลอาจจะแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกัน แต่เหตุผลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจอาจแตกต่างกัน

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการออกแบบโครงสร้างคำถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา พบว่า แบบสัมภาษณ์มีความครอบคลุมเนื้อหา สามารถนำคำตอบจากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์เนื้อหาได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ชมและเชียร์ การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 ราย ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ราย เป็นจุดที่มีข้อมูลเพียงพอแล้วกล่าวคือข้อมูลอิ่มตัว ถึงแม้จะทำการเก็บข้อมูลซ้ำอีก เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลหรือเก็บข้อมูลเพิ่มเติม ก็ไม่สามารถขยายผลการค้นพบผลการวิจัยเพิ่มเติมได้อีก โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากความชอบ ความเป็นแฟนคลับของแต่ละสโมสร และกลุ่มตัวอย่างติดตามการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID อย่างต่อเนื่อง และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Document) โดยศึกษาผ่านหนังสือ เอกสาร บทความ ข้อมูลจากเว็บไซต์ (Web Site) และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.1 การออกแบบการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) โดยมีกลุ่มผู้ชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID จำนวน 20 ราย ที่เป็นบุคคลที่พำนักอาศัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

4.2 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงแรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมและเชียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยวิเคราะห์ข้อมูลผ่านแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ ซึ่งเป็นสิ่งชักนำพฤติกรรมของบุคคลเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคหรือการรับชม และแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ปัจจัยด้านราคา (Price) 3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) 4. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 5. ปัจจัยด้านบุคคล (People) 6. ปัจจัยด้านขั้นตอน, กระบวนการ (Process) และ 7. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีอิทธิพลต่อการรับชมและเชียร์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ แฟนฟุตบอลที่รับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 ราย มีระยะเวลาดำเนินการสำรวจภายใน 30 วัน (วันที่ 1 พฤษภาคม 2567 – 31 พฤษภาคม 2567)

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1) การวิเคราะห์สภาพการณ์ให้บริการการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ในรูปแบบ หนังสือเอกสาร บทความ รายงานการศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ที่มีแหล่งข้อมูลอ้างอิง จำนวน 25 เรื่อง

2) การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้วิจัยได้ออกแบบโครงสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้รับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามถึงความรู้สึกและแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างไร

ส่วนที่ 2 สอบถามถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างไร

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลจากการศึกษาทั้งจากการสัมภาษณ์ และข้อมูลประเภทต่างๆ จากเอกสาร (Document) ที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลมาจำแนก แยกแยะ ทำการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และนำข้อมูลมาตีความในเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สุดท้ายนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่อไป

5. ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ราย

จากผลการวิจัยถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับแรงจูงใจจากความชื่นชอบในตัวนักฟุตบอลทักษะการเล่น สไตล์การเล่น ความชื่นชอบในตัวสโมสรที่ตนเป็นแฟนคลับอยู่ รวมถึงชอบในบรรยากาศการการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ และหากร่วมรับชมและเชียร์กับกลุ่มเพื่อนที่มีความชอบการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ก็จะมีประสบการณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจะทำให้การรับชมและเชียร์มีสีสันมากขึ้น และยังมีเรื่องให้พูดคุยเพื่อสานสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนได้มากยิ่งขึ้น การรับชมและเชียร์ทุกครั้งผู้รับชมจะมีอารมณ์ร่วมกับการแข่งขัน จะมีความรู้สึกดีใจ ภูมิใจกับทีมทุกครั้งที่มีทีมแข่งขันชนะ และจะมีความรู้สึกเสียใจที่ทีมพ่ายแพ้

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการรับชมและเชียร์ เพื่อได้รับความสนุกสนาน และได้รับอารมณ์ร่วมจากการรับชมทั้งในทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ในทางตรงผู้รับชมจะได้สัมผัสบรรยากาศภายในสนามแข่งขันผ่านการถ่ายทอดสด ได้เชียร์สโมสรที่ตนชื่นชอบ และได้เห็นทักษะ สไตล์การเล่นของนักฟุตบอลที่ตนชื่นชอบ ซึ่งผู้รับชมจะได้รับความสุข ความประทับใจ จากทุกการแข่งขัน และในทางอ้อมกลุ่มตัวอย่างมักชอบรับชมกับกลุ่มเพื่อน ก็จะได้รับประสบการณ์จากการพูดคุยในประเด็นการแข่งขัน ได้นัดพบปะเพื่อนที่มีความชอบในสิ่งเดียวกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีเครือข่ายเพื่อนที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

2. สรุปผลการวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ควบคู่กัน เนื่องจาก ผู้บริโภคมองว่า ปัจจุบันมีเพียงบริษัทที่ได้รับลิขสิทธิ์ในการถ่ายทอดสด หากบริษัทหรือผู้ให้บริการตั้งราคาขายแพ็คเกจ โทร พรีเมียร์ลีก สูงจนเกินไป อาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจ โทร พรีเมียร์ลีก ยากขึ้น ผู้ให้บริการต้องสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการที่ผู้ใช้บริการจ่ายไปมีความเหมาะสมคุ้มค่ากับความเสถียรภาพของภาพและเสียงคมชัด สัญญาณไม่สะดุด ผู้ใช้บริการก็จะรู้สึกพึงพอใจกับราคาที่จ่ายไป ปัจจุบันผู้ให้บริการสามารถส่งสัญญาณภาพและเสียงการถ่ายทอดสดให้กับผู้ชมได้อย่างมีความเสถียรภาพ แต่อาจจะมีปัญหาติดขัดบ้างเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับที่ผู้ชมยังรับได้

ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการยังคงให้ความสำคัญ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านขั้นตอนกระบวนการ (Process) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID อยู่บ้าง กล่าวคือ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้งานหรือศึกษาแพ็คเกจรายละเอียดต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกไม่ต้องเดินทางไปที่ศูนย์ให้บริการ ผู้ใช้บริการมองว่าในปัจจุบันผู้ให้บริการ หรือบริษัท โทร สามารถให้บริการในด้านนี้ได้ อยู่แล้ว เพราะมีหลากหลายช่องทางในการจำหน่าย เมื่อผู้ใช้บริการอยากทราบรายละเอียดเพิ่มเติม ก็สามารถเข้าอ่านในเว็บไซต์ได้ทันที และในส่วนของปัจจัยด้านขั้นตอน กระบวนการ (Process) ปัจจุบันผู้ให้บริการก็สามารถทำได้ มีขั้นตอนกระบวนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน แต่ในบางครั้งก็ยังติดปัญหาการให้บริการล่าช้าอยู่บ้าง

นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ในระดับน้อย คือ การส่งเสริมการขาย (Promotion) การจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกยังไม่เป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการมากนัก ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจกับรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ เพราะกิจกรรมของผู้ให้บริการยังไม่เป็นที่น่าสนใจ

ในขณะที่ตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ผู้ใช้บริการก็ไม่ได้คำนึงถึงกิจกรรมร่วมสนุกของผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านบุคคล (People) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ในระดับน้อย เนื่องจาก ปัจจุบัน ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการใช้งานภายในแอปพลิเคชัน เว็บไซต์มากกว่าที่จะไปพบกับพนักงานให้บริการ เพราะมีความสะดวก รวดเร็วกว่า ไม่ต้องเดินทาง สามารถตอบสนองความต้องการได้ ค่อนข้างจะครอบคลุม แต่ขณะเดียวกันพนักงานในศูนย์บริการ (True Shop) หรือพนักงาน Call Center ก็ยังมีความสำคัญสำหรับผู้ให้บริการ คือ พนักงานจะสามารถเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ และสร้างความประทับใจในด้านความรู้สึกลับลูกค้าได้

ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID เลย นั่นก็คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กล่าวคือ ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านนี้เลย เนื่องจาก ไม่ใช่ปัจจัยที่จะนำมาตัดสินใจเพื่อเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID เพราะมองว่าเพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ บริษัทหรือผู้ให้บริการต้องการมีพัฒนาเทคโนโลยี ความทันสมัยอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นเรื่องปกติและเป็นเรื่องให้ผู้ให้บริการจะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกอยู่แล้ว ปัจจัยนี้เลยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID

6. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

แรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการรับชมถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจจากความชื่นชอบในตัวสโมสรที่แฟนบอลมีการติดตามผลงานมาเป็นเวลานาน ความชื่นชอบในตัวนักเตะ ทักษะการเล่น สไตล์การเล่น รวมถึงความชอบในบรรยากาศการการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ นอกจากนี้แฟนบอลยังสามารถได้รับแรงจูงใจจากคนในสายสัมพันธ์ เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก หากมาร่วมรับชมและเชียร์ร่วมกับกลุ่มเพื่อนที่มีความชอบการแข่งขันฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษเช่นเดียวกัน ก็ทำให้เกิดความสนุกสนาน การรับชมและเชียร์มีสีสันมากขึ้น และถือเป็นการได้เข้าสังคม แลกเปลี่ยนสานสัมพันธ์ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งการรับชมและเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษในแต่ละครั้งการแข่งขัน แฟนบอลมีความรู้สึกมีส่วนร่วม และเป็นส่วนหนึ่งของเกมการแข่งขัน ทำให้มีความรู้สึกดีใจ ภาคภูมิใจกับทีมที่ชื่นชอบทุกครั้งี่แข่งขันชนะ และจะมีความรู้สึกผิดหวัง เสียใจที่ทีมพ่ายแพ้ ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของแมคเคลแลนด์ ที่สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมของมนุษย์มักจะมีแรงขับเคลื่อนภายในให้ดำเนินกิจกรรมไปจนประสบความสำเร็จตามที่ตั้งใจไว้

จากผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation) ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranat Thueangprasis. (2014). ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าชมและเชียร์ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของประชาชนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยผลสำรวจดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แฟนบอลหรือกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เรื่องของอรรถรสจากการเข้าชมในสนาม ความสนุกสนานของการแข่งขัน เรื่องของราคาตั๋วผ่านประตูที่มีราคาถูก ข้อมูลบนเว็บไซต์สโมสร และโปรโมชั่นต่างๆ ที่ดึงดูดใจแฟนบอล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ได้กล่าวถึงเรื่องสิ่งกระตุ้นที่มีทั้งภายในและภายนอก โดยจะให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายนอกมากที่สุด เกิดการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการก็เพราะว่า

สินค้าหรือบริการนั้น เป็นความรู้สึกอันแสดงถึงความพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งในมุมมองที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยทั้งสองเรื่องนี้มีผลการวิจัยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ความสอดคล้องของผลการสำรวจ กับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

จากการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สัญญาณการถ่ายทอดสดผ่านช่องทางโทรทัศน์ แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ True ID มีความเสถียรภาพ ภาพและเสียงคมชัด สัญญาณไม่สะดุด การพากษ์ของผู้บรรยายการแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) แต่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID เนื่องจาก ผลิตภัณฑ์นี้ผู้ให้บริการได้สร้างสรรค์ให้มีคุณภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในด้านความรู้สึก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ สามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้ชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษได้อย่างดี สามารถช่วยเพิ่มอรรถรสสร้างความสนุกสนาน สร้างสังคม และสร้างประสบการณ์ที่ดีในการรับชมให้กับผู้ชมหรือแฟนบอลได้ ในปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด ปัจจัยด้านราคา (Price) แอปพลิเคชันต่างๆที่ผู้ให้บริการนำมาจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID เป็นอย่างมาก เนื่องจาก ในปัจจุบันลูกค้าจะให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า กล่าวคือ หากลูกค้าต้องจ่ายค่าใช้บริการในราคาที่สูง ลูกค้าต้องได้รับการให้บริการ (Service) ที่ดี ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายของผู้ให้บริการที่มีความน่าสนใจ มีการจัดโปรโมชั่น จัดกิจกรรมให้ร่วมสนุก การจัดรายการวิจารณ์ก่อนเกมลีกการแข่งขันของนักวิเคราะห์ สำหรับผู้ชมบางส่วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID เพราะมีความรู้สึกทำให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ให้บริการมีการจัดช่องทางการจัดจำหน่ายแพ็คเกจ ทู พรีเมียร์ ฟุตบอล ที่สะดวก นำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าหลากหลายช่องทางและเข้าถึงได้ง่าย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ศูนย์บริการ (True Shop) อยู่ในสถานที่ทำเลที่ตั้ง (Location) สามารถพบเจอได้ง่าย อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกสบายในการใช้บริการให้กับลูกค้าได้ ปัจจัยด้านบุคคล (People) พนักงานขายในศูนย์บริการ (True Shop) หรือพนักงาน Call Center ทีมงานบริหาร มีบุคลิกภาพลักษณะที่ดี มีความพร้อมให้บริการ ได้รับการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ ปัจจัยด้านขั้นตอนและกระบวนการ (Process) ขั้นตอนหรือกระบวนการสมัครแพ็คเกจ ทู พรีเมียร์ ฟุตบอล การติดตั้งอุปกรณ์ การชำระค่าบริการ การแจ้งแก้ไขปัญหา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพ และการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

จากผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranat Thueangpravit. (2014). ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าชมและเชียร์ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีกของประชาชนในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล งานวิจัยของรณัฐ เทืองประสิทธิ์ ได้สรุปไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดในด้านปัจจัยด้านราคา (Price) หรือต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ เพื่อแลกกับสิ่งอำนวยความสะดวก การดูแลเอาใจใส่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ เป็นต้น หรือกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญเรื่องของสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เรื่องของอรรถรสจากการรับชม ความสนุกสนานของการแข่งขัน ราคาที่ต้องจ่าย ข้อมูลบนเว็บไซต์หรือผลิตภัณฑ์เนื้อหาต่างๆที่ได้รับมา และโปรโมชั่นต่างๆ ที่ดึงดูดใจแฟนบอล เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นคุณค่าและความพึงพอใจที่

กลุ่มตัวอย่างต้องการเมื่อรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอล ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้วิจัยเอง

3. ความสอดคล้องของผลการสำรวจ กับแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การรับรู้ในสินค้า (Aware) กลุ่มแฟนบอลที่รับชมและเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ มีการรับรู้การทำการตลาดของ True ID จากหลายช่องทาง เช่น Facebook Instagram Tiktok Line โฆษณาผ่านรายการโทรทัศน์ Application True ID หรือได้รับ SMS ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งทาง True ID จะมีการนำเสนอโปรโมชั่นของแต่ละเกมตามฤดูกาลที่น่าสนใจให้แฟนบอลรับทราบ

การจดจำ (Appeal) จากการรับชมโฆษณาผ่านสื่อช่องทางต่างๆ หรือการได้รับข่าวสารผ่านทาง Application ของแฟนบอลรับชมอยู่เดิม เกี่ยวกับโปรโมชั่นของแต่ละเกมรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ผ่าน True ID

การสอบถาม (Ask) ส่วนใหญ่เหล่าแฟนบอลจะมีการติดตามข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่หลายๆ คนใช้งานอยู่แล้ว ตามกิจวัตรหรือชีวิตประจำวันส่วนตัว รวมถึงยังได้รับข่าวสารจากนักวิเคราะห์การแข่งขันฟุตบอล ที่จะมีการวิเคราะห์การแข่งขันหรือการแนวการเล่นในแต่ละฤดูกาลการแข่งขัน

การซื้อสินค้า (Act) สำหรับแฟนบอลกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีการซื้อแพ็คเกจรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ผ่าน True ID อยู่แล้วนั้น จะได้รับข่าวสารจากช่องทางรับชมเดิม เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามและซื้อแพ็คเกจ หรือได้รับโปรโมชั่นพิเศษ ทำให้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นทางช่องทางของ True Shop หรือผ่านช่องทางสั่งซื้ออื่นๆ เช่น Shopee Lazada ที่จะมีการจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดของแพ็คเกจในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสนอที่ส่งต่อการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจได้มากยิ่งขึ้น

การแนะนำบอกต่อ (Advocate) สำหรับแฟนบอลกลุ่มลูกค้าเดิมส่วนใหญ่จะมีการรับชมและเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีก ผ่าน True ID อย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อมั่น และพึงพอใจในการบริการในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่อง สัญญาณการถ่ายทอดสดที่มีความคมชัด ทั้งภาพ แสง เสียง นักพากษ์ในขณะที่มีการแข่งขัน หรือการได้รับบริการจากศูนย์บริการ True Shop และมีการบอกต่อคนใกล้ชิดในสถานการณ์ที่ได้รับชมและเชียร์ฟุตบอลร่วมกันกับกลุ่มเพื่อน หรือในการรับชมฟุตบอลที่ร้านอาหารต่างๆ

จากผลการวิจัยตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมและเชียร์การถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID ของกลุ่มผู้ชมในพื้นที่กรุงเทพมหานครพบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรา สุขเสมอ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าลักซ์ซัวรี่แบรนด์ของเจนเนอเรชั่นเอ็มที่ผ่านการร่วมมือกับเกมอีสปอร์ต ศึกษาอิทธิพลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และเข้าใจแนวความคิดของกลุ่มตัวอย่างต่อการออกสินค้า ผู้วิจัยพบว่า ผลการวิจัยของทั้งสองเรื่องนี้มีความสอดคล้องกันในด้านการทำงานการตลาดรวมทั้งการขายสินค้าสามารถขยายฐานลูกค้าซึ่งกันและกันได้จริง ซึ่งเป็นไปตามผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัย

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะแก่ผู้ให้บริการจะเป็นการแสดงความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงการให้บริการ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ True ID ที่ได้รับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ

1) ผู้ให้บริการควรปรับปรุงด้านราคาแพ็คเกจ ซึ่งผู้บริโภคมองว่าราคาแพ็คเกจที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดมีราคาที่สูงเกินไป หากมีการปรับราคา จะสามารถดึงดูดกลุ่มอื่นๆ ให้สนใจ และมาซื้อแพ็คเกจฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษมากขึ้น เพื่อรับชมฟุตบอลอย่างถูกสิทธิ์ และลดปัญหาเว็บไซต์เถื่อนที่มีอยู่จำนวนมากในปัจจุบัน

2) พัฒนาด้านสัญญาณการถ่ายทอดสด ที่เกิดการขัดข้อง มีภาพและเสียงกระตุกบ้างในบางครั้ง ให้ระบบมีความเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นแรงจูงใจในการซื้อแพ็คเกจจิ้งต่อไป

3) พัฒนาในเรื่องขั้นตอน และกระบวนการ การให้บริการตรวจสอบในกรณีที่เกิดเหตุสัญญาณการถ่ายทอดสดขัดข้อง ยังมีการแก้ไขปัญหาที่ล่าช้า หรือมีการติดต่อ Call Center ยากในบางครั้ง เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ ให้ตัดสินใจซื้อแพ็คเกจจิ้ง และรับชมฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่าน True ID อย่างต่อเนื่อง

4) ผู้ให้บริการสามารถสร้างความพึงพอใจ และปรับปรุงการให้บริการให้ผู้รับชมฟุตบอลได้มีความรู้สึกอยากใช้บริการต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดโปรโมชั่น และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ และมีบริการหลังการขายให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และรู้สึกมีส่วนร่วมกิจกรรมที่ตนชื่นชอบ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มแฟนบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษที่มีการรับชมผ่านช่องทาง True ID เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาในกลุ่มแฟนบอลของลีกอื่นรองลงมา และแฟนบอลที่ไม่ได้รับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่านช่องทาง True ID ด้วย เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของแฟนบอลกลุ่มอื่นๆ และสามารถนำผลวิจัยไปปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ให้มากขึ้น

2) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้แฟนบอลตัดสินใจไม่รับชมและเชียร์ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกอังกฤษ ผ่านช่องทาง True ID เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

รายการอ้างอิง

เมธา พันธุ์วราทร. (2019, 24 มีนาคม). เรื่องเล็กๆ ที่ทำให้พรีเมียร์ลีกเป็น *The Greatest Show on*.

Earth.<https://thestandard.co/the-greatest-show-on-earth/>.

Atiwat Pakatha. (2555). *Motivation for Work Performance of Municipal Office Officers in Maha Sarakham City*. [Unpublished master's thesis]. Rajabhat Maha Sarakham University.

Anga Bangkok Co., Ltd. (2023, 17 June). *Understanding the 7P Marketing Mix: Essential knowledge for marketers*. <https://anga.co.th/marketing/what-is-7p/>

David McClelland biography. (2024, 24 June). *Books and Theory*.

<https://www.toolshero.com/toolsheroes/david-mcclelland>.

McClelland, D.C. (1987). *Biological Aspects of Human Motivation*. In: Halisch, F., Kuhl, J. (eds) *Motivation, Intention, and Volition*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-70967-8_2.

Online Marketing Strategy. (2018, 17 June). What is 7P and how does it relate to 4P?

<https://www.igitalgeek.com/blog>.

Online Marketing Knowledge. (2024, 15 June). *What is 7Ps Marketing Mix and what does it consist of?*

<https://anga.co.th/marketing/what-is-7p/>

Reeder, W. W. (1971). *Partial Theories from the 25 Years Research Program on Directive Factors in Believer and Social Action*. McGraw Hill.

Ranat Thueangprasit. (2014). *Factors Influencing the Decision to Watch and Cheer for Thai Premier League Football in Bangkok and Metropolitan Areas*. [Unpublished master's thesis]. Mahidol University.

The Digital Tips. (2024, 15 June). *What is 7P (Marketing Mix) with product analysis examples.*

<https://thedigitaltips.com/blog/marketing/7p/>.

THE STANDARD. (2024, 15 June). *The establishment of the Premier League, England's top-tier football*

Walters, C. (1978). *Adaptive management of renewable resources*. McGraw-Hill.