

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ตเทย์เลอร์ สวิฟต์
ดิเอราส์ทัวร์ ในประเทศสิงคโปร์

Factors influencing the decision to attend the Taylor Swift
The Eras Tour in Singapore

วรพต ไทยอารี

Woraphot Thai-aree

รัชนิพัทธ์ เมธาอักษรเกียรติ

Rachanniphat Medhaakkharakiat

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า

Manassinee Boonmeesrisa-nga

ระชานนท์ ทวีผล

Rachanon Taweephol

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: Thaiaree_w@su.ac.th



Received: 13 May 2024; Revised: 29 August 2024; Accepted: 30 August 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตและระดับการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต และ (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ กลุ่มผู้ชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่า สถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมพัทธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุผล การศึกษาพบว่า (1) ค่าระดับปัจจัย ด้านศิลปินมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านองค์ประกอบการแสดง ด้านสถานที่จัดงาน และด้านการกำหนดราคา (2) ตัวแปรอิสระ ด้านสถานที่จัดงาน ด้านการกำหนดราคา และด้านองค์ประกอบการแสดง ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต

คำสำคัญ: เทเลอร์ สวิฟต์, คอนเสิร์ต, การตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this research article aimed to: 1) study the factors influencing the organization of the Taylor Swift The Eras Tour concert and the level of decision-making to attend the concert in Singapore, and 2) study the factors affecting the decision-making to attend the Taylor Swift The Eras Tour concert in Singapore. The sample group consisted of individuals who attended the Taylor Swift The Eras Tour concert in Singapore. A sample group of 400 individuals. Data analysis involved statistical measures such as percentages, means, standard deviations, correlation coefficients, and multiple regression analysis. The study found that (1) the factor with the highest average influence on the decision to attend the concert was the artist, followed by the performance elements, venue, and pricing, and (2) independent variables such as venue, pricing, and performance elements influenced the decision.

Keywords: Taylor Swift, Concert, Decision-making

บทนำ

ธุรกิจคอนเสิร์ตเป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมบันเทิงที่เติบโตในระดับสากล มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมอีเวนต์ด้านดนตรี ประมาณ 1.17 ล้านล้านบาท ในปีพ.ศ. 2566 ที่ผ่านมาและในอีก 4 ปีข้างหน้ามีการพยากรณ์ถึงการเติบโตและสร้างมูลค่ามากถึง 1.26 ล้านล้านบาท (ศรัณย์ นิลศิลา, 2566) จาก การดำเนินธุรกิจที่เรียกว่า การทัวร์คอนเสิร์ตหรือการแสดงคอนเสิร์ตไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ไม่เพียงแต่มอบ ความสุขที่ให้แก่ผู้ชมเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มธุรกิจที่สามารถดึงดูดผู้คนให้มาเข้าชมด้วยหลากหลายปัจจัย ซึ่งต้อง ประกอบไปด้วยกลุ่มศิลปินและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งประเทศไทยเล็งเห็นโอกาสที่จะเพิ่ม รายได้จากเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าว เนื่องด้วยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการจัดงาน ประชุมและนิทรรศการให้มีมูลค่าสูง (High Value-Added Destination) สำหรับการดำเนินงานในปีพ.ศ. 2567 เป็นจุดเริ่มต้นของเป้าหมาย Springboard of Asia's Growth นั้น จะผลักดันการเติบโตของ อุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่าน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ (1) งานเทศกาลนานาชาติ (Festival) โดยใช้ “ต้นทุน” ทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่เป็นอำนาจละมุน หรือ Soft Power เป็นตัวสร้างมูลค่าแบบ 360 องศา เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีอัตลักษณ์ มีคุณค่า และเป็นจุดขายใหม่ ผ่านความร่วมมือจากทุกภาคส่วน มี มาตรการในระยะเร่งด่วน (Quick Win) สำหรับการท่าตลาดเชิงรุกในต่างประเทศ เน้นสร้างเครือข่ายผ่านการ ทำ Roadshow One-on-One Meeting ควบคู่กับการเปิดเวทีรับฟังความท้าทายต่าง ๆ เพื่อมุ่งสู่การสร้าง เครือข่ายและเพิ่มโอกาสในเวทีโลก (2) การแสดงสินค้านานาชาติ ที่เสืบจึงได้เตรียมแนวทางในการสร้างความ ได้เปรียบด้านแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ มีการสร้างเครื่องมือวิเคราะห์การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในตลาดที่ การแข่งขันยังไม่สูงนัก (Blue Ocean) พร้อมสร้างโอกาสทางธุรกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (3) ตลาดไมซ์ใน ประเทศ มีนักเดินทางไมซ์ในประเทศ จำนวน 16.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 95 ของนักเดินทางไมซ์โดยรวมทั้ง ในและต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 50,000 ล้านบาท และยังเป็นพื้นฐานสำคัญในการเสริมสร้างความ แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ช่วยลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่ยากต่อการควบคุม ทำให้เกิดการ หมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่เสืบจึงได้เตรียมความพร้อมการพัฒนาและยกระดับพื้นที่เป้าหมาย

(Destination Readiness) และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Authentic Experience) เชื่อมโยงเมืองไมซ์ทั้ง 10 แห่ง พร้อมเปิดตัวแคมเปญ ยกทีมประชุม รุมรักเมืองไทย เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนในภาพรวม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2566)

ในขณะที่การแสดงคอนเสิร์ตยังคงเป็นธุรกิจที่มอบให้ความบันเทิงและนันทนาการแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเพศ อายุ หรืออาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญอย่างมากแพร่หลาย สามารถรับชมได้คนเดียว หรือกลุ่มเพื่อน หรือแม้กระทั่งสมาชิกในครอบครัว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ในขณะที่การทัวร์คอนเสิร์ตของกลุ่มศิลปินนำจับตามองและเป็นที่ยอมรับอย่างเทเลอร์ สวิฟต์ อาทิ ดิเอราส์ทัวร์ (The Eras Tour) โดย เทย์เลอร์ สวิฟต์ (Taylor Swift) เป็นคอนเสิร์ตทัวร์ลำดับที่ 6 ของศิลปิน Taylor Swift ที่นำเสนอแนวคิดและธีมของคอนเสิร์ต "ยุคสมัย" ทั้งหมด The Eras Tour มีการคัดเลือกผลงานมาจากอัลบั้มทั้งหมดของ Taylor Swift นับว่าการแสดงคอนเสิร์ตที่ใช้สนามกีฬาขนาดใหญ่เป็นครั้งที่สองถัดจากการแสดงคอนเสิร์ต ในปี ค.ศ. 2018 (Rosenbloom, 2023) นอกจากนี้ การแสดงคอนเสิร์ต The Eras Tour เริ่มขึ้นครั้งแรกในวันที่ 17 มีนาคม ค.ศ. 2023 ในเกลินเดล รัฐแอริโซนา ประเทศสหรัฐอเมริกา และสิ้นสุดในวันที่ 8 ธันวาคม ค.ศ. 2024 ในแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ตลอดการแสดงคอนเสิร์ตสร้างมูลค่าทั้งสิ้น 2 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ไทยรัฐออนไลน์, 2566) อีกทั้งการแสดงคอนเสิร์ตยังมีการเพิ่มรอบในทวีปเอเชีย 2 ประเทศเท่านั้น ประกอบด้วย ประเทศญี่ปุ่น ในวันที่ 7 ถึง 10 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2024 จำนวน 4 รอบการแสดง และ ประเทศสิงคโปร์ ในวันที่ 2 ถึง 9 มีนาคม ค.ศ. 2024 จำนวน 6 รอบการแสดง และมีการจำหน่ายบัตรเข้าชมการแสดงหมดในทุก ๆ รอบ อาจกล่าวได้ว่าคอนเสิร์ต The Eras Tour นั้นเป็นคอนเสิร์ตที่ประสบความสำเร็จภายใต้การเปลี่ยนแปลงค่านิยมของกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลายในทุกมิติ (Lim, 2024)

ถึงแม้ว่าแนวโน้มของการจัดคอนเสิร์ตระดับสากลนั้นยังต้องอาศัยสถานที่หรือจุดหมายปลายทางสำหรับใช้เป็นเจ้าภาพในการจัดงานที่มีความพร้อม ในขณะเดียวกันประเทศที่รับเป็นเจ้าภาพนั้นจะต้องมีความน่าดึงดูดใจ มีบรรยากาศที่น่าตื่นตาตื่นใจ เพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ชมจากทั่วโลก (Gold & Gold, 2020) สอดคล้องกับงานวิจัย Dassah (2023) พบว่า งานเทศกาลหรืออีเวนต์นั้นได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนเป็นเจ้าภาพจัดงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกปี และยังมีส่วนช่วยกระจายรายได้ไปยังธุรกิจบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม จากผลวิจัยดังกล่าวเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าการที่ประเทศสิงคโปร์มีการจัดงานคอนเสิร์ตเทย์เลอร์ สวิฟต์ ดิเอราส์ทัวร์ (Taylor Swift The Eras Tour) ได้นั้น เกิดจากการสนับสนุนจากทั้งชุมชนและภาครัฐ ซึ่งเป็นการตอบรับอย่างดีและยังคงมีความพร้อมจากประสบการณ์การจัดงานคอนเสิร์ตระดับสากลและรองรับนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาค (McGuirk, 2024)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ตเทย์เลอร์ สวิฟต์ ดิเอราส์ทัวร์ ในประเทศสิงคโปร์” เพื่อพิจารณาถึงประเด็นที่ผู้จัดงานคอนเสิร์ตประสบความสำเร็จในการจัดงานที่ได้รับกระแสตอบรับ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ผู้จัดงานได้นำเอาไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินธุรกิจคอนเสิร์ตให้เกิดการรับรู้ถึงปัจจัยที่ผู้ชมเลือกเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตระดับโลกตลอดจนผลการศึกษายังเป็นแนวทางการสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงด้านการจัดการแสดงดนตรีสดในประเทศไทยให้เกิดความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางการจัดคอนเสิร์ตระดับสากลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตและระดับการตัดสินใจชมคอนเสิร์ตเข้าชมคอนเสิร์ตคอนเสิร์ตเทย์เลอร์ สวิฟต์ ดิเอราส์ทัวร์ ในประเทศสิงคโปร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ตเทย์เลอร์ สวิฟต์ ดิเอราส์ทัวร์ ในประเทศสิงคโปร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดประชากร คือ กลุ่มผู้คนที่เข้าร่วมคอนเสิร์ต Taylor Swift The eras tour ในประเทศสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 7 ถึง 8 มีนาคม พ.ศ.2567 มีจำนวนทั้งสิ้น 110,000 คน จากอัตราผู้ชม 2 วันรวมกันตามความจุ 55,000 คนในแต่ละรอบการแสดง (พีพีทีวีออนไลน์, 2566) ทางผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1973) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399 คน ผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มขึ้นอีก 1 คน รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผ่านการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน รวมทั้งสิ้น 41 ข้อ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และกลุ่มประเทศต้นทาง แบบการตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตประกอบด้วย (1) ด้านการกำหนดราคา (XPr) (2) ด้านสถานที่จัดงานคอนเสิร์ต (XPl) (3) ด้านศิลปิน (XAr) และ (4) ด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าร่วมรับชมคอนเสิร์ต ซึ่งคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมประยุกต์ทาง สถิติแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ประกอบด้วย (1) ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (2) ค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการถดถอยของพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) ใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน (Stepwise) (ระชานนท์ ทวีผล, 2565)

4. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา (Content Validity) มีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม พบว่า ข้อคำถามแต่ละข้อมีค่าความเที่ยงตรงอยู่ที่ 0.61-0.88 สามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ในกลุ่มผู้ชมชาวไทยที่เคยชมคอนเสิร์ต Taylor Swift ระหว่างปี ค.ศ. 2021-2023 ในต่างประเทศ เป็นอาสาสมัครที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามและการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากการ

วิเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า โดยรวมอยู่ที่ 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้งานได้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในภาคสนามด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างในระหว่างวันที่ 2 - 9 มีนาคม พ.ศ. 2567 จำนวน 8 คน ซึ่งเป็นช่วงที่มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต Taylor Swift The eras tour ที่ประเทศสิงคโปร์ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดที่สมบูรณ์แล้วลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในลำดับต่อไป

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตและระดับการตัดสินใจชมคอนเสิร์ตเข้าชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 จำนวน 322 คน อยู่ในช่วงอายุอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 80.50 จำนวน 398 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 99.50 จำนวน 386 คน สถานะโสด คิดเป็นร้อยละ 96.50 จำนวน 293 คน ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 73.25 จำนวน 148 คน มีรายได้ต่อเดือน 25,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37 และจำนวน 395 คน เดินทางมาจากกลุ่มประเทศใน SEA คิดเป็นร้อยละ 98.75 สำหรับค่าระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตและค่าระดับการตัดสินใจเข้าร่วมรับชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The eras tour ในประเทศสิงคโปร์ มีรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต และค่าระดับการตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านการกำหนดราคา (XPr)	4.92	0.18	มากที่สุด
ปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านสถานที่จัดงาน (XPl)	4.97	0.12	มากที่สุด
ปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านศิลปิน (XAr)	4.99	0.10	มากที่สุด
ปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe)	4.98	0.15	มากที่สุด
การตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ต (Y)	4.52	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านศิลปิน (XAr) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.99$, S.D. = 0.10) รองลงมาคือ ด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$, S.D. = 0.15) ด้านสถานที่จัดงาน (XPl) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.97$, S.D. = 0.12) ด้านการกำหนดราคา (XPr) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$, S.D. = 0.18) สำหรับค่าระดับการตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ต (Y) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.24) ลำดับต่อมาผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของค่าระดับปัจจัย ทั้ง 4 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ต ด้วยสถิติสัมพันธ์ของเพียร์สันมีรายละเอียดตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สันจำแนกตามตัวแปร

ตัวแปร	XPr	XPL	XAr	XPe	Y	VIF
XPr	1.00	0.63**	0.68**	.67**	0.11*	1.91
XPL		1.00	0.82**	.83**	0.17**	3.35
XAr			1.00	.99**	0.13**	3.30
XPe				1.00	0.16**	3.83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 2 พบว่า แสดงค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรด้านการกำหนดราคา มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด ($r = 0.17$, $\text{sign} = 0.01$) รองลงมา คือ ด้านองค์ประกอบการแสดง ($r = 0.16$, $\text{sign} = 0.01$) แต่ในทางตรงกันข้ามพบว่า ด้านการกำหนดราคา มีค่าสหสัมพันธ์ต่ำสุด ($r = 0.11$, $\text{sign} = 0.05$) รองลงมา คือ ด้านศิลปิน ($r = 0.13$, $\text{sign} = 0.01$) ตามลำดับ ทั้งนี้ การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างทุกตัวแปร มีค่าสะท้อนการมีอิทธิพลร่วมของตัวแปรทำนาย (VIF: Variance Inflation Factor) น้อยกว่า 10 โดยค่าความสอดคล้องกับการตรวจสอบเงื่อนไขทางสถิติของค่า VIF ที่น้อยกว่า 10 (Nahler, 2009) แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว สามารถนำไปสู่การทดสอบความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลได้ตามเงื่อนไขของสมการพหุเชิงถดถอย

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของปัจจัยการจัดงานอีเวนต์คอนเสิร์ตทั้งหมด 4 ด้าน กับตัวแปรการตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ตด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีการคัดเลือกตัวแปรอิสระแบบขั้นตอน สามารถนำเสนอตัวแปรมีรายละเอียดตามตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

ตัวแปร	B	S.D.	Beta	t	Sig.
(Constant)	3.07	0.46		6.02	0.00
ด้านสถานที่จัดงาน (XPL)	0.42	0.17	0.21	2.51	0.01
ด้านการกำหนดราคา (XPr)	0.55	0.08	0.22	2.47	0.00
ด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe)	0.42	0.14	0.27	2.97	0.00

Adjusted $R^2 = .12$; Durbin-Watson = 0.13; สมการถดถอยพหุคูณ : $\hat{Y} = 3.07 + 0.21(XPL) + (0.22) (XPr) + 0.27 (XPe)$ [$Y =$ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจรับชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์]

จากตารางที่ 3 พบว่า การทดสอบค่าระดับปัจจัยด้านสถานที่จัดงาน (XPL) ด้านกำหนดราคา (XPr) และ ด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe) สามารถพยากรณ์การตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 12 (Adjusted $R^2 = 0.12$) โดยตัวพยากรณ์ที่สำคัญที่สุดคือ ด้านองค์ประกอบการแสดง รองลงมา คือ ด้านการกำหนดด้านราคา และด้านสถานที่จัดงาน มีค่าเบต้าเท่ากับ 0.27 0.22 และ 0.21 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้าน

องค์ประกอบการแสดง ด้านการกำหนดราคา และด้านสถานที่จัดงาน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ค่าระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ต ด้านศิลปินมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจมีสาเหตุมาจากศิลปิน Taylor Swift เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยมอย่างตอบเนื่องในทุกภูมิภาคที่มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ในขณะที่เวียงเปรียบเสมือนกับ Taylor Swift เป็นเครื่องหมายทางการค้าที่ผู้คนจำนวนมากต่างรู้จักยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับสากล รวมทั้งยังเป็นศิลปินหญิงเดี่ยวชาวอเมริกันที่มีความสามารถในการขับร้อง การแต่งเพลง และทักษะการแสดงขั้นสูง สามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ชมที่เข้าร่วมงานและสร้างความสนุกสนานตลอดการแสดง อีกทั้งปัจจัยด้านศิลปินยังช่วยสนับสนุนให้องค์ประกอบการแสดงสอดคล้องกับธีมงานคอนเสิร์ตอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การเลือกศิลปินที่มีชื่อเสียงยังคงเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่ทางผู้จัดงานจะต้องคัดเลือกจากการจัดลำดับหรือบุคคลที่กำลังเป็นกระแสนิยมและมีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นจำนวน ตลอดจนการประเมินโอกาสในการประสานงานเพื่อขอช่วงเวลาสำหรับการจัดแสดง และข้อจำกัดบางอย่างที่อาจส่งผลกระทบต่อการแสดงของศิลปินเมื่อมีการจัดทัวร์คอนเสิร์ตในแต่ละภูมิภาค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีทิพ บุญแยม (2562) พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่มีความประสงค์รับชมคอนเสิร์ตจากศิลปินชาวตะวันตกเป็นหลัก โดยเฉพาะตัวศิลปินยังคงเป็นปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบกับการสร้างสรรครูปแบบการแสดงคอนเสิร์ตควรให้ความสำคัญกับรสนิยมของกลุ่มผู้ชมที่ตัดสินใจซื้อบัตรคอนเสิร์ตเนื่องจากศิลปินที่ตนชื่นชอบเดินทางมาแสดง และศิลปินที่มีเสน่ห์ต่อการแสดงยังช่วยให้การแสดงดนตรีเป็นที่หน้าติดตามหากมีการจัดงานในภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไป

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การพิสูจน์สมมติฐานการวิจัยจากตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ด้าน เหลือเพียง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน (XPI) ด้านการกำหนดราคา (XPr) และด้านองค์ประกอบการแสดง (XPe) ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์ สามารถอภิปรายผลรายด้านดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานที่จัดงานส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต ผลการวิจัยพบว่า สถานที่จัดงานคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ณ สนามกีฬาแห่งชาติสิงคโปร์ (National Stadium Singapore) สามารถจุผู้ชมได้มากถึง 55,000 ที่นั่ง มีการออกแบบฟังก์ชันที่ครบครัน ไม่ว่าจะหลังคาสนามเปิดและปิดได้ ระบบทำความเย็นในสนาม เนื่องจากประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศเขตร้อนชื้น จึงต้องมีระบบทำความเย็นเป็นข้อดีที่ช่วยให้อากาศถ่ายเทได้ดี รวมทั้งยังเป็นสถานที่ที่สะดวกในการเข้าถึงโดยวิธีการเดินทางต่าง ๆ อาทิ รถไฟฟ้าใต้ดิน รถบัสโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ และรถยนต์ส่วนตัว ยิ่งเพิ่มโอกาสให้ผู้ที่ต้องการที่จะตัดสินใจเข้าชมคอนเสิร์ตนั้นมากยิ่งขึ้น ไม่ต้องกังวลปัญหาจราจรที่ติดขัด ในขณะที่เดียวกันสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินที่ใกล้สถานที่จัดแสดงยังสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินต์จุฑา ลาภวาณิชยศกุล (2564) พบว่า การตัดสินใจเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีการพิจารณาจากทำเลที่บ่งบอกถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ ภูเขา ป่าไม้ แม่น้ำที่สมบูรณ์ บรรยากาศของเมือง เป็นต้น จึงไม่จำเป็นต้องไม่เร่งรีบ (Slow Life) และเต็มไปด้วยวัฒนธรรม ทำให้เกิดความผ่อนคลายความเครียดตลอดจนความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวนำมาประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srivastava (2023) พบว่า สถานที่ที่เหมาะสมที่จะสร้างประสบการณ์

ที่น่าจดจำ ขณะที่การเลือกสถานที่ที่มีหลายปัจจัยที่ต้องพิจารณา หนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ตำแหน่งของสถานที่ ควรเป็นสถานที่ที่สะดวกและง่ายต่อการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน การจัดรูปแบบและความจุของสถานที่ในการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วม ดังนั้นปัจจัยด้านสถานที่จัดงาน จึงส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

2. ปัจจัยด้านการกำหนดราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดราคาบัตรรับชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour นั้นมีหลากหลายราคาจำนวนตามแต่ละโซนที่นั่งที่แตกต่างกันออกไป เริ่มต้น 108 จนถึง 1,228 ดอลลาร์สิงคโปร์ อีกทั้งยังมีบัตรประเภท VIP ที่มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น Fast Track เข้าคอนเสิร์ต ของที่ระลึก เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่ต้องการรับชมคอนเสิร์ตมีตัวเลือกตามความต้องการในขณะเดียวกันการกำหนดราคาของแต่ละโซนที่นั่งและสิทธิพิเศษนั้นได้ถูกกำหนดจากบริษัทของศิลปินให้เหมาะกับทุกประเทศด้วยราคาเดียวกัน ผู้ที่ต้องการเข้าร่วมชมนั้นสามารถตัดสินใจจากการเงื่อนไขราคาบัตรคอนเสิร์ตอย่างถี่ถ้วนก่อนการตัดสินใจซื้อได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มัสยาพลู สวัสดิ์ (2566) พบว่า ด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจการซื้อสินค้าแต่ละประเภทตามกำลังในการซื้อ เนื่องจากการกำหนดราคาให้เป็นมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้านั้น ย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับราคารวมทั้งการแสดงป้ายราคาระบุชัดเจนยังช่วยให้ผู้บริโภคประเมินการตัดสินใจซื้อได้ล่วงหน้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Putri (2022) พบว่า ราคามีความสำคัญต่อตัวแปรตามที่เป็นการตัดสินใจในการซื้อออนไลน์ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของราคายังช่วยเพิ่มการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งราคาที่ผ่านมาการอ่านรีวิวของผู้บริโภคคนอื่น ๆ ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบราคาของสินค้าอย่างตรงไปตรงมาตามช่องทางต่าง ๆ ดังนั้นปัจจัย ด้านการกำหนดราคา จึงส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

3. ปัจจัยด้านองค์ประกอบการแสดง ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานคอนเสิร์ต ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จในงานอีเวนต์คอนเสิร์ตจะต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์อื่น ๆ ในการแสดงควบคู่กับความสามารถของศิลปิน โดยเฉพาะการประเมินโครงสร้างและรูปแบบของเวทีที่ จะต้องมีการแบ่งพื้นที่ให้มีความเชื่อมต่อกันด้วย ไม่ว่าจะเป็นเวทีหลักนั้นจะมีหน้าจอนขนาดใหญ่ลักษณะโค้ง เวทีกลางที่มีรูปแบบเป็นรูปรี และเวทีสุดท้ายมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมที่พร้อมทั้งทางลาดที่สร้างเป็นรูปที่ (T) อยู่บริเวณกลางพื้น การเลือกใช้แสงและสีแต่งเวทีด้วยภาพเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ผ่านการนำเสนอแนวคิดและธีมของคอนเสิร์ต "ยุคสมัย" ทั้งหมด ตลอดจนการออกแบบบรรยากาศความใกล้-ไกลของเวทีแต่ละประเภท มีการคัดเลือกผลงานมาจากอัลบั้มทั้งหมดของ Taylor Swift เป็นจำนวน 44 เพลง ตลอดการแสดง 3 ชั่วโมงที่ได้รับความนิยม รวมถึงการมีล่ามภาษามือเพื่อให้กลุ่มผู้ชมที่สูญเสียการได้ยินสามารถเข้าใจตลอดการแสดง ทั้งหมดล้วนช่วยสนับสนุนให้การแสดงคอนเสิร์ตนั้นสมบูรณ์ที่สุดทำให้ผู้เข้าร่วมชมนั้นคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่เสียไป ยิ่งไปกว่านั้นการรับชมคอนเสิร์ตจากรายชื่อเพลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกณัฐ อยู่คงศักดิ์ (2567) พบว่า การตัดสินใจซื้อบัตรคอนเสิร์ตของผู้บริโภคต้องคำนึงถึงเรื่องของความเพลิดเพลินที่มีอยู่ในคอนเสิร์ต โปรดักชัน และการจัดแสดงบนเวทีที่เป็นปัจจัยหลัก ที่ช่วยเพิ่มปริมาณการซื้อบัตรคอนเสิร์ตอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mulder and Hitters (2021) พบว่า องค์ประกอบศิลปะของการจัดแสดงคอนเสิร์ต ลักษณะของดนตรีที่แตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของงานเทศกาลเป็นแรงจูงใจมากที่สุด ร่วมกับการประเมินแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับเพลงยังคงมีความสำคัญมากกว่าเช่นกันอีกด้วย ดังนั้นปัจจัยด้านองค์ประกอบการแสดง จึงส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมคอนเสิร์ต Taylor Swift The Eras Tour ในประเทศสิงคโปร์ นำไปสู่ข้อค้นพบผ่านมุมมองและความเห็นถึงของด้านของผู้ชมในฐานะผู้บริโภคที่เลือกรับชมคอนเสิร์ตในครั้งนี้ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวปัจจัยด้านศิลปินอย่างเดียว แต่ต้องมีปัจจัยด้านสถานที่จัดงาน ราคา และองค์ประกอบการแสดงเข้ามาเป็นปัจจัยหลักที่นำมาวิเคราะห์เพื่อการดำเนินการงานอีเวนต์คอนเสิร์ตขนาดใหญ่ระดับนานาชาติให้ประสบความสำเร็จ หน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนในประเทศปลายทางที่ต้องการจัดงานลักษณะดังกล่าวสามารถนำปัจจัยเหล่านี้ไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบท รวมทั้งการค้นหาลูกสนับสนุนงาน (Sponsor) เพื่อผนึกกำลังการจัดงานอีเวนต์อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สรุป

1. ระดับปัจจัยการจัดงานคอนเสิร์ตและระดับการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต ทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงความนิยมของศิลปินช่วยให้กลุ่มผู้เข้าชมในฐานะผู้บริโภคไม่ลังเลที่จะเข้าร่วมงาน ประกอบกับทางผู้จัดงานยังสามารถควบคุมต้นทุนการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายบัตรเข้าชมคอนเสิร์ตได้ตามที่กำหนด หรืออาจใช้เพียงช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ผู้สนใจในตัวศิลปินอยู่แล้วจะช่วยกันเกิดเผยแพร่ข้อมูลการจัดงานต่อกันระหว่างบัญชีผู้ใช้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชมคอนเสิร์ต สะท้อนผ่านการจัดงานคอนเสิร์ต ในประเทศสิงคโปร์ กรณีของ Taylor Swift The Eras Tour โดยเฉพาะการกำหนดสถานที่จัดงานคอนเสิร์ต ณ สนามกีฬาแห่งชาติสิงคโปร์ (National Stadium Singapore) นับว่าเป็นสถานที่ที่ครบครันไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการเดินทางสะดวกรวดเร็ว ความสามารถในการจุจำนวนคน ระบบการถ่ายเทอากาศที่มีระบบทำความเย็นภายในพื้นที่ให้ถ่ายเทอากาศได้ดี จึงเป็นข้อได้เปรียบของสถานที่ที่จัดงานแห่งนี้ ในเรื่องของการเดินทางที่สะดวกยังป้องกันการจราจรที่หนาแน่นได้ รวมถึงด้านองค์ประกอบการแสดงและการกำหนดราคาในคอนเสิร์ตนี้ที่สอดคล้องกับแผนผังของเวทีที่มีถึงสามแห่งทั่วสนามกีฬาหลากหลายพื้นที่ ทำให้ผู้ชมนั้นสามารถตัดสินใจและเลือกโซนที่ตนเองต้องการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ 25,000-30,000 บาทต่อเดือน และเดินทางมาจากกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการจัดคอนเสิร์ตครั้งต่อไป ผู้จัดงานคอนเสิร์ตสามารถเลือกผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิงที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่จัดงาน พร้อมกับการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอื่น ๆ ภายในเมือง และกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้หญิงเพิ่มเติม อาทิ การทำสปาเพื่อสุขภาพ การเลือกซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือย่านการค้า เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางกับผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดงานควรพิจารณาความหลากหลายของราคาบัตรเข้าชมตามแต่ละโซนที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงกำหนดบัตรประเภท VIP ที่มีสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็น Fast Track เข้าคอนเสิร์ตและของที่ระลึกที่จะได้รับ อีกทั้งยังสามารถนำแนวคิดหรือธีมมาประยุกต์ใช้กับศิลปินที่มีฐานแฟนคลับผู้ชมจำนวนมาก หรืออาจเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงในกลุ่มภูมิภาคของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งการพิจารณาถึง

ความสามารถและสมรรถนะของร่างกายระหว่างการแสดง การกำหนดช่วงพักของศิลปินระหว่างการแสดง และทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ของศิลปินกับกลุ่มผู้ชมให้เหมาะสมกับบริบทและธีมของงานคอนเสิร์ต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปผู้ที่สนใจควรเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เข้าร่วมงานโดยตรงเพื่อให้เกิดการค้นพบสาเหตุของการตัดสินใจภายใต้เงื่อนไขอื่น ๆ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมคอนเสิร์ตมีความหลากหลายของข้อมูลประชากรไม่ว่าจะเป็นอายุ เชื้อชาติ และค่าครองชีพ อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายในการจัดคอนเสิร์ตครั้งต่อไป

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้ที่สนใจสามารถขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มผู้ชมคอนเสิร์ตในรูปแบบ Online และ Virtual เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อและความเชื่อมั่นในการใช้อินเทอร์เน็ตรูปแบบใหม่แห่งอนาคตที่กำลังที่กำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก เนื่องจากการรับชมรับฟังดนตรีเป็นคำนิยมและวัฒนธรรมการบริโภคเพื่อความบันเทิงที่มีการปรับให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทุกยุคสมัย

เอกสารอ้างอิง

- จินต์จุฑา ลาภวานิชย์สกุล. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดน่านของนักท่องเที่ยวสตรีไฮโดว์ทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ตรีทิพ บุญแย้ม. (2562). รูปแบบทางการตลาดและแนวโน้มธุรกิจการจัดแสดงดนตรีสดประเภทดนตรีสมัยนิยมในประเทศไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. 8(1), 174-193.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566). คอนเสิร์ต 40,000 ล้าน ของ เทย์เลอร์ สวิฟต์. สืบค้น 11 มีนาคม 2567. จาก พีพีทีวีออนไลน์. (2566). แม่ก็คือแม่! บัตรคอนเสิร์ตสิงคโปร์ “เทย์เลอร์ สวิฟต์” หมดเกลี้ยงทุกรอบ. เรียกใช้เมื่อ 5 เมษายน 2567. จาก <https://www.pptvhd36.com/news/ข่าวบันเทิง/200536>.
- มัศยาพล สุวส์ดี. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเคมีเกษตรของเกษตรกรในอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2565). มาตรฐานความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติบริเวณย่านการค้าเยาวราช. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 17(62), 52-60.
- ศรัณย์ นิลศิลา. (2566). Music Concert Economy: ทัวร์คอนเสิร์ต สร้างมูลค่าขนาดไหนในปี 2023. เรียกใช้เมื่อ 11 มีนาคม 2566 จาก <https://www.agenda.co.th/lifestyle/fun/music-concert-economy-2023/>.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2566). ทีเส็บเปิดทิศทางขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ปี 67 ดึงทุนวัฒนธรรมและนวัตกรรมเพิ่มคุณค่า ไมซ์ผ่าน 3 กลุ่มธุรกิจหลัก. เรียกใช้เมื่อ 26 มีนาคม 2567 จาก <https://www.bussinesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1563-67-3>.
- เอกณัฐ อยู่คงศักดิ์. (2567). พฤติกรรมตัดสินใจซื้อและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบัตรคอนเสิร์ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหิดล.

- Dassah, S. S. (2023). Event planning: Crafting the perfect Chale Wote Street Art Festival atmosphere; How event planners are making a memorable event. Master's thesis, UiT The Arctic University of Norway.
- Gold, J. R., & Gold, M. M. (2020). Festival cities: Culture, planning and urban life. New York: Routledge.
- Lim, K. (2024). Singapore businesses 'jump on bandwagon' as Taylor Swift mania hits crescendo ahead of Eras shows. Retrieved 11 March 2024 from <https://www.scmp.com/week-asia/economics/article/3253541/singapore-businesses-jump-bandwobandwagon-taylor-swift-mania-hits-crescendo-ahead-eras-shows>.
- McGuirk, R. (2024). Singapore's PM Defends Taylor Swift Exclusivity Arrangement. Retrieved 27 March 2024 from <https://thediplomat.com/2024/03/singapores-pm-defends-taylor-swift-exclusivity-arrangement/>.
- Mulder, M., & Hitters, E. (2021). Visiting pop concerts and festivals: measuring the value of an integrated live music motivation scale. *Cultural trends*, 30(4), 355-375.
- Nahler, G. (2009). *Dictionary of Pharmaceutical Medicine*. Vienna: Springer.
- Putri, A. B., et al. (2022). The Effect of Online Consumer Review and Prices On Online Purchase Decisions. *Pinisi Discretion review*, 6(1), 131-140.
- Rosenbloom, A. (2023). Taylor Swift travels through time during opening night of the 'Eras Tour'. Retrieved 11 March 2024 from <https://edition.cnn.com/2023/03/18/entertainment/taylor-swift-eras-tour-debut/index.html>.
- Srivastava, A., et al. (2023). Exploring The Factors Influencing Venue Selection in India. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 5(4), 1849-1854.
- Yamane, T. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*. 3rd ed.. New York: Harper and Row Publications.