

dusit thani college

# JOURNAL

วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี

**TURN YOUR PASSION  
INTO PROFESSION**



# dusit thani college

# JOURNAL

ISSN: 1906 - 070X (Print)

ISSN: 2697 - 5742 (Online)

---

Vol.15 No.3 September - December 2021 ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2564

---

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลการศึกษาวิจัยทางด้านอุตสาหกรรมบริการ การจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร การท่องเที่ยว การโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจสุขภาพ สปา และความงาม การจัดการนิทรรศการและการประชุม บริหารธุรกิจ วิทยาการจัดการ และการศึกษา ของนักวิชาการทั้งภายในและภายนอกวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดความรู้ทางวิชาการแก่สังคมทั่วไป โดยสนับสนุนให้อาจารย์ประจำผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาต่าง ๆ เสนอผลงานวิชาการ

## นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

1. บทความวิจัยและบทความวิชาการทุกเรื่องที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน/บทความ
2. บทความ ข้อความ ภาพประกอบและตารางประกอบที่ลงตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป และไม่มีส่วนรับผิดชอบใด ๆ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
3. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ เผยแพร่ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารฉบับอื่น หากตรวจสอบพบว่ามี การตีพิมพ์ซ้ำซ้อน ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
4. บทความใดที่ผู้อ่านเห็นว่าได้มีการลอกเลียนหรือแอบอ้างโดยปราศจากการอ้างอิง หรือทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นผลงานของผู้เขียน กรุณาแจ้งให้กองบรรณาธิการวารสารทราบจะเป็นพระคุณยิ่ง

## กำหนดพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

## ที่ปรึกษา

นางสาวพรวาท เกอร์เบเนส

อธิการบดี

## บรรณาธิการ

ดร.ศิริพงษ์ รักใหม่

รักษาการรองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา

## กองบรรณาธิการ

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ปราณี กุลละวณิชย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์กิตติคุณประคอง ต้นเสถียร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี สังข์ศรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ฉันทนา วิริยเวชกุล

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ดร.โชติกา ภาชีผล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี นนทศักดิ์

มหาวิทยาลัยสยาม

รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณดี สุทธิรินากร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย รัตนวงษ์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย อุตสาหจิต

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อีสัยกุล

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์ นิยมญาติ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.สวัสดิ์ ประทุมราช

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์จรินทร์ เจริญศรีวัฒนกุล

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวิกา ตั้งประภา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี จันทรเพ็ง

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชุดา กิจธรรม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภนิสา ทดลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์

มหาวิทยาลัยรังสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิวัฒน์ วงศ์อรุณ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน

ดร.อรรถเวทย์ พฤกษ์สถาพร	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและกิจการคณาจารย์
ดร.ประวีณา คาไซ	รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา
นางสาวเยาวภรณ์ เลิศกุลทานนท์	อาจารย์และกรรมการบริหารหลักสูตรนวัตกรรมการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ดร.วิลาสินี ยนต์วิทย์	คณบดีหลักสูตรไทย
นางสายพิน เดชเรือง	รองคณบดีหลักสูตรไทย
นางสาวมานิกา ศรีวรรณวิทย์	ผู้อำนวยการศูนย์การจัดการครัวและศิลปะการประกอบอาหาร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรกร มยุรี	ผู้อำนวยการการวางแผนและพัฒนาคณาจารย์
ดร.พิศาล สร้อยอุห์ร่า	ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมกิจการครัวไทย
นายศักดิ์ กาญจนวนาวลัย	ผู้อำนวยการวิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถิตย์พงษ์ มั่นหล้า	อาจารย์และผู้จัดการอาวุโสแผนกวิจัยและโครงการ
ดร.อาทิตย์ชัยณีย์ เจริญรัตน์	ผู้จัดการแผนกพัฒนาตำราและวารสาร
Assistant Professor Akhilesh Trivedi, Ph.D.	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชากลยุทธ์และการเป็นผู้ประกอบการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นักรบ นาคสุวรรณ	อาจารย์ประจำหน่วยให้คำปรึกษาและโครงการต่างๆ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิจิ แดงอ่อน	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
นายพรชัย จวงสา	เจ้าหน้าที่กราฟิก

### ติดต่อกองบรรณาธิการ Assistant Professor

แผนกพัฒนาตำราและวารสาร วิทยาลัยดุสิตธานี

1 ซอยแก่นทอง แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์ : 0 2361 7811-3 ต่อ 424

โทรสาร 0 2361 7806 เว็บไซต์ <http://www.dtc.ac.th> E-mail: [journal@dtc.ac.th](mailto:journal@dtc.ac.th)

### พิมพ์ที่โรงพิมพ์

บริษัท เอเชีย ดิจิตอล การพิมพ์ จำกัด 21/19-20 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร

กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์ 0 2579 7900-1 0 2579 1155 โทรสาร 0 2579 7906

E-mail: [asia.dp@gmail.com](mailto:asia.dp@gmail.com)

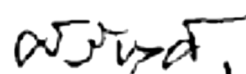
### ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชยา เกลยทรัพย์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ศาสตราจารย์ ดร.อรอนงค์ นัยวิกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา ธรรมรักษา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ จันทภัย	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา คุณารักษ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.เทื้อน ทองแก้ว	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุญโยภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรุ่งศักดิ์ อัดพุด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ ไชยโส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ แกมเกตุ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.วันดี ไทยพานิช	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช สุชีวะ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสรธัญ วงษ์อยู่น้อย	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.สำออง สืบสมาน	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.อรพินทร์ ชูชม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ทองฟู ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ทณู เตียวรัตนกุล	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ยุพาวรรณ วรณวานิชย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์วัลย์ หุตะโกวิท	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รองศาสตราจารย์อนุกุล พลศิริ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา ภัทราวินวัฒน์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เดชพาหพงษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ดร.จินตนัย ไพรสมนต์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

## บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม 2564) ยังคงคุณภาพของเนื้อหาสาระทางวิชาการ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่ลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ตรงสาขา เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ ตามกระบวนการจัดทำวารสารทางวิชาการอย่างเข้มงวด กองบรรณาธิการวารสารมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพสูงขึ้นจนถึงระดับนานาชาติในอนาคต ซึ่งที่ผ่านมาวารสารวิทยาลัยดุสิตธานีได้รับการยอมรับจากคณาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการ ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เป็นจำนวนมาก สำหรับวารสารฉบับนี้ มีบทความตีพิมพ์ จำนวน 20 บทความ เป็นบทความวิจัย จำนวน 19 บทความ และบทความวิชาการ จำนวน 1 บทความ

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านที่ส่งบทความมาให้พิจารณาตีพิมพ์และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการและขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก เสนอบทความเข้ารับการพิจารณากลั่นกรองตีพิมพ์ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะและอาจนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป โดยท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับ ได้ที่กองบรรณาธิการวารสารวิทยาลัยดุสิตธานี (ตั้งรายละเอียดท้ายเล่ม) และหากมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการยินดีรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะนั้นด้วยความขอบคุณยิ่ง



ดร.ศิริพงษ์ รักใหม่  
บรรณาธิการ



## สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
การศึกษารูปแบบการให้บริการนวดเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในชุมชนศูนย์บริการสาธารณสุข 8 บุญรอด รุ่งเรือง เขตบางนา กรุงเทพมหานคร จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์	1
ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาผู้หญิงในการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขัน วิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรี พณิชา จิระสัญญาณสกุล	18
อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล กลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ และผู้มีอิทธิพล ทางการตลาดต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟในกรุงเทพมหานคร ชญานันท์ สุขผล และ วาทีต อินทุลักษณะ	34
แนวทางการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองเขตภาคกลางตอนล่าง ชัยฤทธิ์ ทองรอด	55
การศึกษาความต้องการเชิงลึกของผู้บริโภคร้านสเต็กแฮร์สเพื่อการออกแบบประสบการณ์ลูกค้า ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ธรรศ ต้นเสถียร และ รังสรรค์ เกียรติภานนท์	70
อิทธิพลของทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความตั้งใจบริโภคขนมไทย ในกาพย์เห่เรือชมเครื่องคาวหวานของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร สิริภัทร วงศ์สินศิริกุล และ วิลาสินี ยนต์วิภัย	88
ปัจจัยการท่องเที่ยววิถีวิถีชีวิตที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย ของชาวไทยไกลบ้านระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 ธารทิพย์ ทากิ	102
การผลิตเปลือกแก้วมังกรแผ่นรสบัว ชนิรัตน์ ผึ้งบรรหาร การันต์ ผึ้งบรรหาร และ ธเนศ เรืองเดช	116



## ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาผู้หญิงในการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรี

### Factors Affecting Behavior of Female Sport Tourists Participating in the Marathon in Chonburi Province

◆ พณิชา จิระสัจญญานสกุล

อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Panicha Jirasanyansakul

Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok :

Chakrabongse Bhuvanarth Campus. E-mail: panicha\_ji@rmutto.ac.th

*Received: June 1, 2021; Revised: July 30, 2021; Accepted: October 7, 2021*

---

#### Abstract

The aim of this research study is two-fold: 1) investigating female sport tourists' behavior, and 2) exploring the factors affecting behavior of female sport tourists participating in the marathon in Chonburi province. The quantitative method was employed, and data were collected via questionnaires which the value of reliability was .908. The samples of this study were 400 female sport tourists attending the marathon events in Chonburi province. Descriptive statistics were used to describe tourists' behavior. Additionally, the data were analyzed by the use of Exploratory Factor Analysis (EFA) to extract the factors.

The results showed that female sport tourists experienced participating in the marathon 1-3 times with 3-5 people of their families, relatives, or acquaintances. They were staying 2-3 days and their expenses were approximately 3,001-5,000 baht.

Importantly, the results revealed that there were four primarily factors affecting female sport tourists' behavior: 1) Infrastructure and facilities, 2) Competition and service standard, 3) Environmental management of the area, and 4) Marathon image. The factor loading values were 17.838, 17.719, 12.152, and 1.432 respectively. The four-factor structure accounted for 59.142% of the whole variance. This study has shed light on how to support sports events tourism development among female sport tourists.

**Keywords:** Sport Tourism, Sport tourists, Behavior, Marathon, Chonburi province

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงในการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นโดยมีค่าความเชื่อถือได้ .908 จากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงที่เดินทางเข้าร่วมรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณาค่าจำนวนและร้อยละ และ สถิติเพื่อวิเคราะห์ค่าองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ในการกำหนดปัจจัย

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงมีพฤติกรรมการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางร่วมรายการแข่งขันมาราธอนในจังหวัดชลบุรี 1-3 ครั้ง โดยมีรูปแบบการเดินทาง มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก จำนวน 3-5 คน ในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 2-3 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อคน 3,001-5,000บาท

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงชาวไทยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านมาตรฐานการแข่งขันและการบริการ ด้านการจัดการสภาพแวดล้อมในพื้นที่ และด้านภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน (ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ 17.838, 17.719, 12.152 และ 1.432 ตามลำดับ) โดยทั้ง 4 ปัจจัยมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบรวมร้อยละ 59.142

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรม รายการแข่งขันวิ่งมาราธอน จังหวัดชลบุรี

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก โดย Weed (2008) กล่าวถึงเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า คือการสร้างผลกำไรตอบแทนทั้งทางด้านเศรษฐกิจหรือสังคมจากความนิยมในท้องถิ่น โดยที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการที่พัก อาหาร การบริการกิจกรรมและสนับสนุนภาคธุรกิจการบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีกิจกรรมกีฬาหรือมีรายการแข่งขัน ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุว่า ปี 2563 ธุรกิจจัดงานวิ่งในประเทศไทยจะสร้างเม็ดเงินหมุนเวียนราว 1,700 ล้านบาท จากจำนวนนักวิ่ง 4-6 ล้านคน โดยมีจำนวนงานวิ่งทั้งปีไม่ต่ำกว่า 1,800 รายการ ซึ่งจะมีนักวิ่งที่จะเข้าร่วมจำนวน 4-6 ล้านคน ที่เป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ทั้งนี้ จากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมการเติบโตของกลุ่มบุคคลที่เป็นประชากรหญิงเป็นกลุ่มที่มีจำนวนอิทธิพลต่อจำนวนของประชากรโลก ซึ่งรวมถึงการเข้าร่วมแข่งขันเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวหญิงที่มีแนวโน้มพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงคือ การลดข้อจำกัดในการเล่นกีฬาหรือมีกิจกรรมร่วมกับกีฬา ประกอบกับการศึกษาของ Sutummai, W. & Ronawet, M. (2017) ที่พบว่ากลุ่มนัก

วิ่งมาราธอนได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป มีกลุ่มนักวิ่งรุ่นใหม่มากมายที่ใช้พื้นที่บนสื่อออนไลน์ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์หรือเว็บบอร์ด และประเภทอินสตาแกรมมากกว่าเพศชาย และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนนักวิ่งที่เข้าสู่สนามวิ่งมาราธอนในประเทศไทย

ดังนั้น จากความสำคัญของการวิ่งมาราธอนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มพลังของสตรีและเทคโนโลยีอันทันสมัย จึงเป็นที่มาของการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงชาวไทย กรณีศึกษาการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรี เนื่องจากจังหวัดชลบุรีมีนโยบายในการก้าวสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ชัดเจน ประกอบกับมีรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนในระดับนานาชาติ 2 รายการใหญ่ ทั้งพัทยาและบางแสนมาราธอน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการจัดรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่มีประสิทธิภาพและส่งผลต่อภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยต่อไป

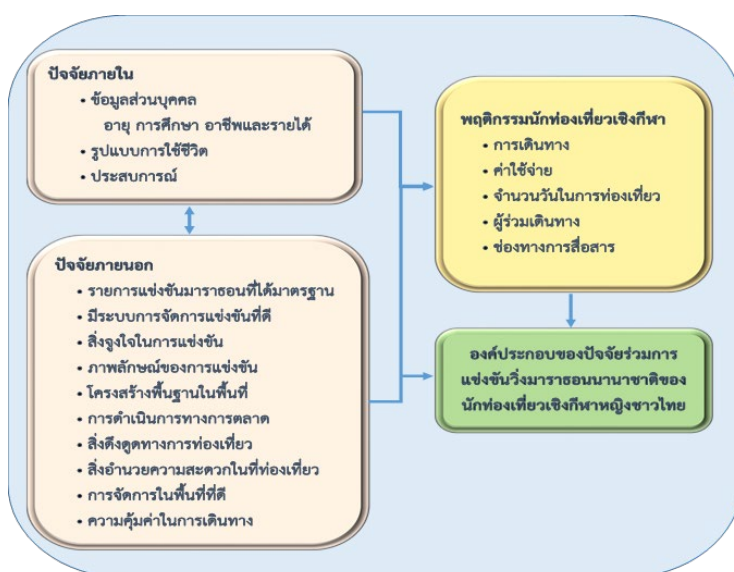
### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงชาวไทยในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงชาวไทยในจังหวัดชลบุรี

### ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน 2019-2020 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2561-มกราคม 2562

### กรอบแนวคิดการวิจัย



## นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง นักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางมาเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอนในจังหวัดชลบุรี

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง พฤติกรรมการเดินทางมาเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนรายการบางแสนมาราธอน ในจังหวัดชลบุรี

## การทบทวนวรรณกรรม

### การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สิ่งดึงดูดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการจัดรายการแข่งขันที่เป็นสิ่งเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ กับกีฬาได้อย่างชัดเจนที่สุดโดยเฉพาะในระดับการจัดการแข่งขันระดับชาติหรือนานาชาติ รวมถึงการมีกิจกรรมนันทนาการที่เกิดขึ้นจากการผจญภัยซึ่งเป็นการร่วมกิจกรรมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ ที่จัดว่าเป็นกิจกรรมกีฬาเช่นกัน การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพจึงเป็นกิจกรรมหลักที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมกีฬา ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นการรวมกันของกิจกรรมการจัดการแข่งขัน กิจกรรมที่เป็นนันทนาการ และกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมยามว่าง กีฬากับการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์พยายามใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิต และเพื่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย โดยที่การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในเชิงของการใช้เวลาว่างเพื่อเดินทางและมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ และส่วนหนึ่งมีเป้าหมายเพื่อเดินทางเพื่อทำกิจกรรมกีฬา

ดังนั้นความสัมพันธ์ขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสัมพันธ์ระหว่างกีฬากับการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในการทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสุขและผ่อนคลาย หรือกิจกรรมนันทนาการที่ต้องมีกิจกรรมในช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากการทำงาน

### พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Roche Spake and Joseph (2013) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นการเดินทางเพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา เพื่อการดู/ชมกีฬาและเพื่อเยี่ยมชมในสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬา ซึ่งเป้าหมายของการเดินทางที่มากเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่ของชุมชนที่พักอาศัยเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา หรือเพื่อชมกิจกรรมกีฬา หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา เช่นกัน

ดังนั้นความหลากหลายของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงอยู่ภายใต้หัวข้อนักท่องเที่ยว 3 ลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางและตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดังนี้

1) นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อนันทนาการ เป็นการเดินทางที่เน้นการใช้กิจกรรมกีฬานันทนาการ ในขณะที่เดินทางไปและ/หรืออยู่ในสถานที่ที่ต่างจากสิ่งแวดล้อมปกติ โดยกลุ่มนักกีฬามวลชนเพื่อสุขภาพเน้นวันหยุดและกลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาสที่เน้นเวลาว่างและนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นที่เป็นผู้ชมและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่เดินทางเพื่อผ่อนคลายและพักผ่อน

2) นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการแข่งขัน เป็นกลุ่มที่เป็นนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบมาเพื่อเล่นกีฬาโดยตรงที่เดินทางเพื่อเล่นกีฬาในรายการแข่งขัน

3) นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบทางอ้อม เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกีฬาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจเป็นอันดับแรก เกิดจากความมีชื่อเสียงของกีฬา นักกีฬาหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือความรู้สึกผูกพันกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Roche, Spake and Joseph, 2013) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อเยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬาต่าง ๆ และยังรวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายในการใช้พื้นที่หรือสนามกีฬาเป็นหลัก

### รายการแข่งขันวิ่งมาราธอน

ปัจจุบันคนไทยทั่วประเทศเริ่มมีพฤติกรรมในการใส่ใจกับการรักษาสุขภาพมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกกำลังกายด้วยการวิ่งที่เริ่มเติบโตขึ้น เป็นการวิ่งทั้งในที่สาธารณะหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่เห็นได้โดยทั่วไป นอกจากนี้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมและจัดการแข่งขันวิ่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีประชาชนเข้าร่วมการแข่งขันมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง

การแข่งขันวิ่งรายการต่าง ๆ ในประเทศไทยสามารถดึงดูดประชาชนในพื้นที่ให้เข้ามามีส่วนร่วมการแข่งขัน รวมถึงนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยจากต่างถิ่นและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่างชาติให้เดินทางมาร่วมการแข่งขัน ด้วยเหตุผลที่เป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างมากในเมืองไทยซึ่งยังสอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโลกหลายประการ คือ การวิ่งเป็นกีฬาประเภทที่เล่นคนเดียว อีกทั้งรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนหลายรายการนักกีฬาจะได้วิ่งไปในเส้นทางที่รอบล้อมไปด้วยธรรมชาติหรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวโน้มของการเข้าใกล้ธรรมชาติมากขึ้นด้วย

การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาการท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) มีนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเล่นกีฬาและกลุ่มที่เป็นผู้ชมงานแข่งขัน ทั้งบรรยากาศการแข่งขันรวมถึงสถานที่แข่งขันที่น่าตื่นตาตื่นใจจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาในบริเวณที่มีการจัดงาน ก่อให้เกิดสีสันและสร้างรายได้แก่ชุมชนและธุรกิจท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี การจัดการแข่งขันรายการวิ่งมาราธอนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดการแข่งขันวิ่งที่สนามแข่งขันจะมีบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่น่าสนใจได้เป็นอย่างดี เห็นได้จากรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่มีชื่อเสียงในระดับโลก เช่น รายการแข่งขันบอสตันมาราธอน (The Boston Marathon) ซึ่งในสถิติในการจัดการแข่งขันครั้งที่ 120 มีผู้เข้าร่วมมากถึง 27,491 คน เป็นต้น

ในประเทศไทยมีรายการแข่งขันมาราธอนที่มีการรับรองมาตรฐานเส้นทางวิ่งโดย AIMS อยู่หลายรายการซึ่งมีแนวโน้มที่จะสามารถพัฒนาไปสู่สนามแข่งขันที่มีชื่อเสียงในระดับโลกได้ อย่างจังหวัดชลบุรี ที่มีสนามการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่เป็นที่รู้จักของนักวิ่งทั่วโลกในนามของรายการบางแสน ซึ่งจากการที่สนามแข่งขันรายการบางแสน 21 ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับโลก World Athletics Silver Label Road Race แล้วยังมีสนามแข่งขันรายการบางแสน 42 ที่ได้ยื่นขอมาตรฐาน World Athletics Bronze Label Road

Race แล้ว และยังคงมีความพยายามผลักดันให้สนามของรายการแข่งขันบางแสน 10 ให้ก้าวไปสู่สนามระดับโลกเช่นกัน ดังนั้นสนามแข่งขันรายการบางแสนมาราธอนจึงเป็นสนามแข่งขันมาราธอนทั้ง 3 ระยะ (มาราธอน ฮาร์ฟมาราธอนและมินิมาราธอน) ที่นักวิ่งทั่วโลกต่างต้องการมาร่วมแข่งขันไม่แพ้รายการอื่น ๆ ในโลก รวมถึงนักวิ่งหญิงชาวไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

#### การสื่อสารในยุค 4.0 สำหรับนักวิ่งมาราธอน

ในอดีตนักวิ่งมาราธอนภายในประเทศไทยมีการรวมตัวกันจากสถานที่ที่วิ่งอยู่เป็นประจำ แต่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยี สื่อออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารของกลุ่มนักวิ่งมากขึ้น โดยกลุ่มนักวิ่งมาราธอนได้มีการเปลี่ยนไปตามกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป โดยผ่านช่องทางเฟซบุ๊กกรุ๊ป (Facebook Group) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan page) ซึ่งถือว่าเป็นสื่อหลักที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มนักวิ่ง ซึ่งในปัจจุบันมีกลุ่มนักวิ่งรุ่นใหม่มากมายที่ใช้พื้นที่บนสื่อออนไลน์ โดยมีกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดที่มีจำนวนสมาชิกมากถึง 25,933 คน (Sutummai, W. & Ronawet, M. 2017) และมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนนักวิ่งที่เข้าสู่สนามแข่งขันของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนในประเทศไทย

จากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักวิ่งที่ทำให้ปัจจัยสำคัญของการจัดการแข่งขันที่ประสบความสำเร็จได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อสาธารณะและกระจายไปยังกลุ่มนักวิ่งเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ดังนั้นความสำเร็จของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนจึงมีบทบาทของเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเข้าถึง ทั้งการประเมินเพื่อตัดสินใจเข้าร่วมและในการบริหารและจัดการแข่งขันให้เกิดความประทับใจแก่นักวิ่งทั่วไป ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จนอกเหนือจากปัจจัยด้าน รายการแข่งขันวิ่งที่มีชื่อเสียง มีมาตรฐานของการจัดการแข่งขันที่ดีและบรรยากาศของสนามแข่งขันที่ประกอบไปด้วยสิ่งแปลกใหม่หรือสวยงามซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการจัดการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักวิ่งในการเข้าร่วมแข่งขัน โดย Achawanantakul, S. (2017) ชี้ว่าสื่อในศตวรรษที่ 21 นอกจากจะต้องเผชิญกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจตรง ๆ จากรายได้ที่ลดลงเมื่อค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่มีแนวโน้มไปสู่ระบบออนไลน์มากขึ้นแล้ว ยังต้องเผชิญกับความท้าทายอีกสองด้านที่สำคัญ คือ การแข่งขันและของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

#### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวงานวิ่ง

รูปแบบการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยรูปแบบใหม่นักท่องเที่ยวงานวิ่งมีการมีประสบการณ์มากขึ้น มีความยืดหยุ่นสูงและมีความเป็นอิสระมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวงานวิ่งต้องการที่ความแตกต่างและเป็นลักษณะเฉพาะของรายบุคคล ที่ต้องพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายในที่เป็นส่วนบุคคลด้านความพร้อมของสุขภาพและความสามารถในการทำกิจกรรมและเดินทาง และกลุ่มอายุนักท่องเที่ยวงานวิ่งเป็นเหตุผลสนับสนุนมาจากการได้สัมผัสประสบการณ์จริงที่ผ่านมา



และยังเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ของการเดินทางที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาหรือคูกีฬาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวในอนาคตจะเป็นส่วนที่กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว เป็นความต้องการในด้านสุขภาพมากกว่าการเพิ่มประสบการณ์ในการเดินทาง ประกอบกับรายได้ที่สูงขึ้นจะมีการเพิ่มขึ้นทั้งความถี่ในการเดินทางและการเพิ่มของจำนวนกิจกรรมที่หลากหลายของการเดินทาง ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบการดำเนินชีวิตที่การตัดสินใจของบุคคลที่เกิดจากทัศนคติ ความเชื่อ ความคิดเห็นและลักษณะบุคลิกภาพที่สังเกตได้จากการทำกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของบุคคล ซึ่งสะท้อนจากเวลาว่างในการทำกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางเข้าถึงพื้นที่ที่มีกิจกรรมกีฬาหรือรายการแข่งขันกีฬาเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งการเป็นผู้ชมหรือผู้เล่น หรือเพื่อเข้าถึงสิ่งดึงดูดใจหรือการพบปะเพื่อธุรกิจที่เกี่ยวกับกีฬา ซึ่งรายการแข่งขันกีฬาเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสนใจและหลงใหลเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ซึ่งการเข้าชมกีฬาในรายการจัดการแข่งขันในจุดหมายปลายทางต้องประกอบไปด้วยเกมการแข่งขันที่มีความน่าสนใจ มีสถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อม มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับคุณภาพของงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ คุณภาพของสถานกีฬา ความมีคุณค่าของรายการแข่งขันกีฬา และระดับของรายการแข่งขัน

ในส่วนของปัจจัยภายนอก นอกจากความพร้อมด้านรายการจัดการแข่งขัน การท่องเที่ยวเชิงกีฬายังต้องประกอบไปด้วย ธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น การคมนาคมขนส่ง ที่พักอาศัย สิ่งดึงดูดใจ อาหารและเครื่องดื่ม และอื่น ๆ เป็นสิ่งที่มิได้สำหรับพื้นที่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องจัดหาระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ (Seifollahpour, Heidary and Khatibzadeh, 2014) ซึ่งตัวแปรปัจจัยมาจากคุณภาพของการบริการ ความปลอดภัย ความแตกต่างทางวัฒนธรรม การคมนาคมขนส่ง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ จึงต้องอาศัยการจัดการพื้นที่ที่มีประสิทธิภาพทั้งด้านโครงสร้างและการบริการที่มีคุณภาพ

นอกจากนั้นยังมีปัจจัยที่เกิดจากการรับรู้โดยตรงจากแหล่งข้อมูลจากภายนอก หรือประสบการณ์ที่เคยรับรู้มาจากสถานที่หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความเข้มแข็งเป็นหนึ่งในเชิงบวกและฝังแน่นในใจของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนหรือที่สำคัญมากนั้นคือภาพลักษณ์ Janchotsathian, R. (2019) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดที่มีการประชาสัมพันธ์ถึงการจัดการกิจกรรมที่หลากหลายก่อให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้สนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ตรงตามช่องทางที่กลุ่มคนเหล่านั้นจะสามารถรับรู้หรือส่งต่อได้ รวมถึงราคาและความคุ้มค่ามีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างในการวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวหญิงชาวไทยที่เดินทางมาเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งถือได้ว่ามีจำนวนประชากรทั้งหมดขนาดใหญ่มาก ไม่สามารถทราบจำนวนที่

แน่นอนได้ ซึ่งได้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 quoted in Ekakul, T. 2000) และประมาณค่าสัดส่วนของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งจำนวนที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัย กำหนดที่ 400 ตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมขนาดตัวอย่างข้างต้น โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) (Achawanantakul, S. 2017) โดย

ขั้นตอน 1) เลือกพื้นที่และรายการแข่งขันกีฬาแบบเจาะจง (Purposive Sampling) 3 รายการที่จัดขึ้นในจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นรายการระดับนานาชาติ ได้แก่ รายการบางแสนมาราธอน 10 รายการบางแสนมาราธอน 21 และรายการบางแสนมาราธอน 42 ซึ่งมีมาตรฐานในการจัดการแข่งขันในระดับโลกและมีรายการแข่งขันครบทั้ง 3 ระยะ ที่แยกแต่ละรายการอย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2) กำหนดสัดส่วนตามพื้นที่ (Quota Sampling) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนขนาดของประชากรแต่ละสนามการแข่งขัน ที่ได้จากการอ้างอิงสถิติจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันวิ่งบางแสนมาราธอน 2019 (Myraceresult. 2020) ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณจากสูตร (Achawanantakul, S. 2017) ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่าง} = \frac{(\text{จำนวนผู้เข้าร่วมแข่งขันมาราธอนแต่ละสนาม} \times 400)}{\text{จำนวนประชากรผู้เข้าร่วมแข่งขันเพศหญิงทั้ง 3 สนามแข่งขัน}} \quad \text{แบ่งตามสนาม ได้ดังนี้}$$

- 1) บางแสนมาราธอน 42 มีนักวิ่งหญิง 2,037 คน  $(2,037 \times 400) / 11,884 = 69$  คน
- 2) บางแสนมาราธอน 21 มีนักวิ่งหญิง 4,396 คน  $(4,396 \times 400) / 11,884 = 148$  คน
- 3) บางแสนมาราธอน 10 มีนักวิ่งหญิง 5,451 คน  $(5,451 \times 400) / 11,884 = 183$  คน

รวมตัวอย่างการวิจัย 400 ตัวอย่าง

และขั้นตอนที่ 3 เลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มาร่วมงานในช่วงวันและเวลาในการลงทะเบียนก่อนการแข่งขันของรายการแข่งขันวิ่งทั้ง 3 รายการ จนครบตามกำหนดแต่ละสนามแข่งขัน ในช่วงของการแข่งขันวิ่งบางแสนมาราธอน 2019 ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีในจัดขึ้นในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2561-เดือนมกราคม 2562

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจในการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยได้ดำเนินการศึกษารอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และสร้างข้อคำถาม กำหนดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert มี 1-5 ระดับ (ต่ำที่สุด-สูงที่สุด) มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 3 ท่าน พร้อมประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ของแบบสอบถามซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.00 และนำไปการทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวหญิงที่เข้าร่วมการแข่งขันรายการพิทยามาราธอน 2019 จังหวัดชลบุรี จำนวน 30 ตัวอย่าง โดย



ได้นำไปหาค่าความเชื่อถือได้ โดยใช้สถิติทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method) ได้ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ .908

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และพฤติกรรมการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันเป็นแบบวัดข้อมูลมาตรฐานบัญญัติ ใช้สถิติหาค่าจำนวนและร้อยละ ส่วนระดับปัจจัยที่เป็นสิ่งกระตุ้นในการตัดสินใจและปัจจัยอื่น ๆ เป็นแบบวัดระดับปัจจัยแบบมาตราส่วนประเมินผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อสรุปรายละเอียดของตัวแปรหลายตัวในรูปของโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรและสร้างตัวแปรใหม่ และกำหนดชื่อองค์ประกอบขึ้นมาใหม่

### สรุปผลการวิจัย

1) ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ต่อเดือน ในด้านพฤติกรรมการเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน พบว่า ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางร่วมรายการแข่งขันมาราธอนในจังหวัดชลบุรี 1-3 ครั้ง โดยมีรูปแบบการเดินทาง มาพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก ร้อยละ 24.5 จำนวน 3-5 คน (ร้อยละ 47.3) ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 2-3 วัน (ร้อยละ 45.0) มีค่าใช้จ่ายต่อคน 3,001-5,000บาท (ร้อยละ 43.0) และช่องทางที่รับรู้มากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 55.3

2) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายองค์ประกอบที่สำคัญของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยประกอบไปด้วยตัวแปรต่าง ๆ ตัวแปร 26 ตัว มีผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดำเนินการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น โดยพิจารณา ค่า KMO ว่า สูงกว่า .06 หรือไม่ และได้ค่า KMO เท่ากับ .920 โดยจากการทดสอบสมมติฐาน ได้ค่า Chi-Square = 5853.382 ค่า P ที่ .000 สรุปได้ว่าข้อมูลจากการรวบรวมครั้งนี้มีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ และขั้นต่อมาคือ การสกัดองค์ประกอบโดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component) และพิจารณาค่าไอเกน (Eigen Value) ที่มีค่าสูงกว่า 1 โดยได้องค์ประกอบจำนวน 4 ตัวแปร ซึ่งสามารถแสดงดังนี้

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่พิจารณาตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

รายการ	ค่าน้ำหนักปัจจัย	ค่าไอเกนรวม	ค่าไอเกนเมื่อหมุนแกน (ร้อยละ)		
			รวม	ความแปรปรวน	สะสมความแปรปรวน
<b>องค์ประกอบที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก</b>		<b>10.236</b>	<b>4.638</b>	<b>17.838</b>	<b>17.838</b>
1) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	.744				
2) กิจกรรมพักผ่อนที่หลากหลาย และน่าสนใจ	.693				
3) สินค้าของที่ระลึกเป็นเอกลักษณ์	.690				
4) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม	.637				
5) ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง	.620				
6) โครงสร้างพื้นฐานด้านการจัดการจราจร	.565				
7) การดำเนินการตลาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูล	.550				
8) ห้องน้ำสาธารณะสะอาดและเพียงพอ	.544				
9) ที่พักใกล้สนามแข่งขันและแหล่งท่องเที่ยว	.505				
<b>องค์ประกอบที่ 2 มาตรฐานการแข่งขันและการบริการ</b>		<b>2.779</b>	<b>4.607</b>	<b>17.719</b>	<b>35.558</b>
1) รางวัลในการแข่งขันมีความโดดเด่นน่าสนใจ	.796				
2) สนามแข่งขันมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ	.759				
3) เจ้าหน้าที่คอยบริการให้ความช่วยเหลือนักศึกษาที่ดี	.697				
4) มีอุปกรณ์ หรือ BIB สำหรับนักกีฬาที่มีความทันสมัย	.680				
5) บรรยากาศในสนามแข่งขันสวยงามมีเอกลักษณ์	.678				
6) รายการแข่งขันน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก	.661				
7) จำนวนผู้ร่วมการแข่งขันกีฬาวไทยมีจำนวนมาก	.610				
<b>องค์ประกอบที่ 3 การจัดการพื้นที่และสภาพแวดล้อม</b>		<b>1.270</b>	<b>3.160</b>	<b>12.152</b>	<b>47.710</b>
1) การเดินทางมาท่องเที่ยวมีความคุ้มค่าเงิน	.696				
2) สภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี ปราศจากมลพิษ	.691				
3) ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	.656				
4) มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ	.655				
5) ที่พักมีจำนวนที่เพียงพอแก่นักกีฬาและนักท่องเที่ยว	.547				
<b>องค์ประกอบที่ 4 ภาพลักษณ์ของรายการแข่งขัน</b>		<b>1.091</b>	<b>2.972</b>	<b>11.432</b>	<b>59.142</b>
1) รายการแข่งขันได้มาตรฐานองค์กรกีฬานานาชาติ	.745				
2) เจ้าภาพจัดการแข่งขันมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับ	.596				
3) สนามแข่งขันมีมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล	.543				
4) ระบบการรับสมัคร การรายงานตัวมีประสิทธิภาพ	.496				
5) สื่อประชาสัมพันธ์ และป้ายบอกทางเส้นทางชัดเจน	.482				

ซึ่งค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 1-4 มีค่า ร้อยละ 17.838, 17.719, 12.152 และ 11.432 รวมทั้ง 4 ปัจจัย มีค่าร้อยละ 59.142 โดยองค์ประกอบทั้ง 4 ที่ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อองค์ประกอบว่า 1) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 2) มาตรฐานการแข่งขันและการบริการ 3) การจัดการพื้นที่และสภาพแวดล้อม และ 4) ภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบทั้ง 4 ของปัจจัยแต่ละด้านได้ดังนี้

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับปัจจัยทั้ง 4 ด้าน

องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเป็นปัจจัย
1) โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.78	.652	มาก
2) มาตรฐานการจัดการแข่งขันและการบริการ	3.81	.711	มาก
3) การจัดการพื้นที่และสภาพแวดล้อม	3.84	.680	มาก
4) ภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน	3.87	.672	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.566</b>	<b>มาก</b>

ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมการแข่งขันในทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากปัจจัยภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน การจัดการพื้นที่และสภาพแวดล้อม มาตรฐานการจัดการแข่งขันและการบริการ และโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

## อภิปรายผล

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ความพร้อมด้านวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมและเดินทางจึงเป็นเหตุผลสนับสนุนทั้งกลุ่มอายุนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาครั้งนี้มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี พร้อมทั้งมีสถานภาพการสมรสซึ่งแสดงออกถึงวุฒิภาวะของนักท่องเที่ยว ส่วนอาชีพและรายได้ที่อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ต่อเดือน เป็นอัตราเงินเดือนที่สูงกว่าอัตราการจ้างงานขั้นต่ำของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีทั่วไปกว่าเท่าตัว ซึ่งจัดได้ว่ามีรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Janchotsathian, R. (2019) ที่ระบุว่ารายได้ที่สูงขึ้นจะมีการเพิ่มขึ้นทั้งความถี่ในการเดินทางและการเพิ่มของจำนวนกิจกรรมที่หลากหลายในการเดินทาง

ด้านประสบการณ์ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี 1-3 ครั้ง มักจะเดินทางเป็นกลุ่มมาพร้อมกับครอบครัว ญาติหรือคนรู้จัก จำนวน 3-5 คน โดยใช้เวลาท่องเที่ยวในพื้นที่ 2-3 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อคน 3,001-5,000 บาท โดยช่องทางที่รับรู้มากที่สุดคือ เพื่อน/คนรู้จัก ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเข้าถึงพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจที่เป็นกิจกรรมกีฬาหรือรายการแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นทั้งการเป็นผู้ชมหรือผู้เล่น หรือเพื่อเข้าถึงสิ่งดึงดูดใจหรือการพบปะเพื่อธุรกิจที่เกี่ยวกับกีฬา ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการได้สัมผัส

ประสบการณ์จริงที่ผ่านมาและยังเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ของการเดินทางที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา หรือดูกีฬาที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Udomthanawong, S. (2019) ที่พบว่าอธิบาย การตลาดเชิงประสบการณ์มีอิทธิพลทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมรับรู้ถึงคุณค่าช่วยให้มีความสุขภาพที่แข็งแรง รู้ถึง สมรรถภาพร่างกาย และรู้สึกคุ้มค่ากับการมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดความพึงพอใจ และพร้อมตั้งใจที่จะมาอีกในอนาคต พร้อมทั้งจะแนะนำหรือโพสต์ภาพให้คนอื่นเห็นทางสังคมออนไลน์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดชลบุรีโดยมีองค์ประกอบได้ ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน เป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับแรกในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความเข้มแข็งเป็นหนึ่งในเชิงบวกและฝังแน่นในใจของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนหรือที่สำคัญมากคือภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ (Image) (Heidary, A. 2014) โดยสนามการแข่งขันวิ่งมาราธอนรายการบางแสนให้เป็นที่รู้จักของนักวิ่งทั่วโลก จากการได้รับการรับรองมาตรฐานระดับโลก ประกอบการให้ความสำคัญของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างจริงจัง จึงประสบความสำเร็จในฐานะเจ้าภาพที่สร้างความประทับใจให้กับนักวิ่ง ซึ่งภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ต้องใช้การตลาดที่หลากหลาย ทั้งนี้สอดคล้องกับ Janchotsathian, R. (2019) ที่พบว่าส่งเสริมการตลาดโดยที่มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้สนใจในการเข้าร่วม ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ตรงตามช่องทางที่กลุ่มคนเหล่านั้นจะสามารถรับรู้หรือส่งต่อได้ โดยใช้การสื่อสารในยุคใหม่ทั้งสื่อออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตที่มีบทบาทในการสื่อสารของนักวิ่งมากขึ้น ซึ่งกลุ่มนักวิ่งมาราธอนในปัจจุบันจึงได้มีการเปลี่ยนไปตามกระแสเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเช่นกัน โดยเฟซบุ๊กกรุ๊ป (Facebook Group) และเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fan page) และสิ่งจูงใจในการเข้าร่วมจะเป็นสิ่งที่ทำให้นักวิ่งหรือนักท่องเที่ยวจดจำภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Krohdee, D. (2012) ที่พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงความต้องการที่เป็นสิ่งจูงใจจากของที่ระลึกจากการแข่งขันสำคัญเป็นอันดับแรก จึงส่งผลให้ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และเป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหญิงตัดสินใจเดินทางมาร่วมรายการแข่งขันมาราธอนในจังหวัดชลบุรี

2) ด้านการจัดการพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เป็นปัจจัยรองลงมาด้วยเหตุผลของการพิจารณาตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยของพื้นที่และมีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีที่พักที่เพียงพอ และมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยมีความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงินในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Krohdee, D. (2012) ที่พบว่า การใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงความต้องการ นักวิ่งให้ความสำคัญกับการเดินทางที่สะดวกสบายทั้งระหว่างพื้นที่และในพื้นที่การแข่งขัน พร้อมการอำนวยความสะดวกในการจัดหาที่จอดรถที่สะดวกสบายพร้อมมีรถรับส่งนักวิ่ง ในส่วนของความสำคัญของที่พักร โดยทั้งนี้โครงสร้างที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น

ส่วนประกอบที่สำคัญในการเดินทางคือ โรงแรมกีฬา หรือ ที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เพียงพอ ซึ่งการจัดการบริการที่มีคุณภาพสูง การเดินทางที่สะดวก และสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่จะมีผลต่อความภักดีในตราสินค้าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าถึง และความปลอดภัยของสถานที่ ซึ่งเป็นผลพวงจากการจัดการในพื้นที่ที่ดีด้วยอีกปัจจัยหนึ่ง (Wu and Chang, 2014)

3) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยเหตุผลว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานที่ประกอบไปด้วย สาธารณูปโภคต่างๆ เส้นทางคมนาคม ไฟฟ้า ประปาที่ครบครัน ของ Seifollahpour, Heidary and Khatibzadeh (2015) ซึ่งทั้งนี้บางแสนได้เตรียมความพร้อมในการปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาสถานที่ให้มีความพร้อมในทุกส่วน เพื่อเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก จึงทำให้งานประสบความสำเร็จในฐานะเจ้าภาพที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวให้สมกับที่จังหวัดชลบุรีเป็นเมืองกีฬา ที่จะทำให้นักวิ่งอยากกลับมาวิ่งที่บางแสน และนอกเหนือจากรายการแข่งขันกีฬาแล้ว ยังต้องประกอบไปด้วย การคมนาคมขนส่ง ที่พักอาศัย สิ่งดึงดูดใจ อาหารและเครื่องดื่ม และอื่น ๆ คือ สิ่งที่ต้องมีไว้สำหรับพื้นที่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับ Hallmamna, Muller and Feiler (2014) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึง ซึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีปัจจัยมาจากการมีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในพื้นที่

4) มาตรฐานการแข่งขันและการบริการ เนื่องจากรายการแข่งขันกีฬาเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจและหลงใหลเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ซึ่ง Seifollahpour, Heidary and Khatibzadeh (2015) ให้เหตุผลว่าความพึงพอใจและความภักดีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีปัจจัยมาจากคุณภาพของการบริการ และยังมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งต้องอาศัยคุณภาพของงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ คุณภาพของสถานกีฬา ความมีคุณค่าของรายการแข่งขันกีฬา และระดับของรายการแข่งขัน ผลการศึกษาในประเทศไทย ของ Janchotsathian, R. (2019) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอน ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเข้าร่วมแข่งขันเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความสะดวก ประกอบกับรายการแข่งขันบางแสนมาราธอนได้รับการรับรองมาตรฐานระดับโลกซึ่งยืนยันความมีมาตรฐานของรายการแข่งขันได้เป็นอย่างดี จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนความสำคัญของปัจจัยด้านมาตรฐานการแข่งขันและการบริการต่างในการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในครั้งนี้

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ที่มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในจัดกิจกรรมการแข่งขันรายการวิ่งมาราธอนทั้งภาครัฐและเอกชนนำผลข้อมูลไปกำหนดเป็นแนวทางและวางแผนการจัดรายการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดย

1.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้ครบครัน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอต่อความต้องการ

1.2 พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการแข่งขันรายการมาราธอนและบริการให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ทั้งด้านการจัดการแข่งขัน ความปลอดภัยและการพัฒนาสู่รายการแข่งขันในระดับสากลที่สหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ (IAAF - International Association of Athletics Federations) ให้การรับรอง โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเข้าถึง ทั้งการประเมินเพื่อตัดสินใจเข้าร่วมและในการบริหารจัดการแข่งขันให้เกิดความประทับใจแก่นักวิ่งทั่วไปได้

1.3 จัดการในพื้นที่และสภาพแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการจัดสรรพื้นที่ให้เป็นระเบียบ มีป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ชัดเจน การจราจรที่ไม่แออัดรวมถึงการจัดสรรพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อลดความแออัดในพื้นที่ของการแข่งขัน

1.4 สร้างภาพลักษณ์ของรายการแข่งขันวิ่งมาราธอนให้เป็นที่จดจำพร้อมทั้งพิจารณาใช้เทคโนโลยี ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเข้าถึง

2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านท่องเที่ยวและกีฬาสามารถนำผลการวิจัยไปเสนอเพื่อปรับปรุงและพัฒนารายการและกิจกรรมการส่งเสริมท่องเที่ยวและการแข่งขันกีฬาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

3. ผู้รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในรายการต่างๆสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมจัดการอันทันสมัยเพื่อสร้างกระแสความนิยมในการวิ่งเพื่อสุขภาพสำหรับสุภาพสตรีที่ได้รับการยอมรับได้อย่างเหมาะสมอันจะนำไปสู่การเป็นประเทศ

4. ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำแนวทางไปพัฒนาธุรกิจบริการให้ดียิ่งขึ้นเพื่อความเตรียมพร้อมเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในประเทศไทยมีหลายพื้นที่ที่มีการพัฒนารายการแข่งขันวิ่งมาราธอน ควรมีการศึกษาลักษณะทางธรรมชาติของพื้นที่ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

2. ควรมีการเพิ่มปัจจัยอื่น ๆ ในการวิจัย เช่น การพิจารณาการใช้เทคโนโลยีทั้งในการจัดการแข่งขันและการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายหรือพื้นที่ที่จัดรายการแข่งขันกีฬาอื่น ๆ ต่อไป

## References

- Achawanantakul, S. (2017). *21st Century Media (2): Challenges of Competition and Behavior Consumer*. [online]. Available from: <https://thaipublica.org/2017/08/competition-and-consumer/21> August 2017
- Ekakul, T. (2000). *Research Methods in Behavioral Sciences and Social Sciences*. Ubon Ratchathani: Rajabhat Institute: Ubon Ratchathani
- Hallmann, K. Muller, S. and Feilerz, S. (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations. *Current Issues in Tourism*, 2014 17(4), 327–349.
- Heidary, A. (2014). *How is Destination Loyalty Correlated with Sport Tourism Propagation? And Overview*. Department of Pshisycal Education and Sport, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania, vol. 6(2), pages 215-221, December.
- Janchotsathian, R. (2019). *Factors Affecting Run for Life Marathon's Joining Decision Making of Amphur Muang Nakornratchasima Population*. [online]. Available from: [http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-7\\_1564997775.pdf](http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-5-7_1564997775.pdf). (inThai)
- Krohdee, D. (2012). *Factors in deciding to participate in the Standard Chartered Bangkok running competition Marathon of the participants of the race*. Master's thesis Faculty of Business Administration Kirk University. (in Thai)
- Myraceresult. 2020. Bangsaen42. [On-line]. Available from: <https://my.raceresult.com>.
- Roche, S.; Spake, Deborah F. and Joseph, M. (2013). A model of sporting event Tourism as economic development. *Sport, Business and Management: An International Journal*. 3(2), 2013, 147-157
- Seifollahpour, P.; Heidary, A. & Khatibzadeh, M. (2014). The destination loyalty role in sport tourism service quality in soccer. *American Journal of Service Science and Management* 2014; 1(4): 49-52 Published online January 10, 2015. [Online]. Available from: <http://www.openscienceonline.com/journal/ajssm>.
- Sutummai, W. & Ronawet, M. (2017). *Online Informtion Seeking and Purchsing Behavior of Marthon Runners in Thailand*. Master of Journalism, Faculty Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [Online]. Available from: <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2016/09/JCIS59053.pdf>.



- Udomthanawong, S. (2019). The influences of motivation affecting to sport tourism achievement at Phuket: A case study of event marathon. *Suthiprittht Journal*, Vol. 33, Issue 106, April - June, 2019. 236-248. (in Thai)
- Weed, M. (2008), *Olympic Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Worakitkasemsakul, S. (2011). *Research Methods in Behavioral Sciences and Social Sciences*. Udon Thani Rajabhat University: Udon Thani.
- Wu, C. & Chang, H. (2014). Winter Marine Sport Tourism Development Critical Success Factors – Case by Penghu Island Recreation Area in Taiwan. *The Journal of International Management Studies*, Volume 9 Number 1, February, 2014 issue.



Panicha Jirasanyansakul, Ph.D. (Integrated Tourism Management)  
Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of  
Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Camp.