



การประเมินผลการจัดงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 Evaluation of The Bangsaen21 Half Marathon 2020

เสรี เพิ่มชาติ^{1,3} และ นงลักษณ์ เพิ่มชาติ²

- ¹ สาขาวิชาเทคโนโลยีไฟฟ้า คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
² สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
³ สาขาวิชาประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง และการใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขัน (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน และ (3) ประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วย กลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามประเภทการสมัครวิ่งและสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 กลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม มีจำนวน 15,191 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40-44 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ระยอง ปทุมธานี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา จันทบุรี ปราจีนบุรี ตามลำดับ ประกอบอาชีพหลักคือ พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท

พฤติกรรมในการเข้าร่วมงานวิ่ง ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักที่เข้าร่วมงานวิ่งเพื่อมาร่วมนิ่ง โดยมีแรงจูงใจที่เลือกสนามนี้คือ ความมั่นใจในคุณภาพการบริหารจัดการ และการวิ่งในสนามที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการวิ่งมาแล้ว 2 ปี และเข้าร่วมวิ่งน้อยกว่าปีละ 5 ครั้ง เดินทางมาโดยลำพัง และมาวิ่งกับกลุ่มเพื่อน 1-2 คน นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภท Facebook มากที่สุด มีจำนวนผู้ติดตามเฉลี่ย 1 : 0.59 คน โดยถือโอกาสมาท่องเที่ยวและให้กำลังใจนักวิ่งและร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว มีการพักค้างคืนที่โรงแรม จำนวน 1 คืน และมีการใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะ Facebook

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 พบว่า มีความพึงพอใจ ในด้านการจัดสภาพแวดล้อมการแข่งขันทั่วไปตามมาตรฐานสากล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัยในการจัดการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

3. ผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างในงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 พบว่า มีมูลค่าการใช้จ่ายโดยรวมของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม ประมาณ 91.65 ล้านบาท เป็นมูลค่าการใช้จ่ายของกลุ่มนักวิ่ง ประมาณ 62.60 ล้านบาท และมูลค่าการใช้จ่ายของกลุ่มผู้ติดตาม ประมาณ 27.45 ล้านบาท

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ ความพึงพอใจมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ (1) การจัดงานวิ่งที่มีมาตรฐานสูง งานคุณภาพดี มีระบบ และมีระดับ (2) บรรยากาศของสถานที่จัดงาน (3) ความมั่นใจในระบบการจัดการความปลอดภัย (4) การบริการของทีมงานที่เอาใจใส่และอำนวยความสะดวก และ (5) อาหารการกินบริการอย่างดี อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอเพื่อปรับปรุง 5 ลำดับแรก คือ (1) ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อปริมาณนักวิ่ง (2) เพิ่มเมนูอาหารและอาหารสำหรับผู้ติดตาม (3) การปล่อยตัวในเวลาที่ย่ำลง 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง (4) ที่พักหายากและมีราคาแพงขึ้น และ (5) ปริมาณคนมากเกินไปเมื่อเทียบกับของรางวัลพิเศษ (คิงคอง)



คำสำคัญ : การประเมินผลงานวิ่ง บางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง มูลค่าทางเศรษฐกิจ

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) studied the general data, running event participation behavior and usages from media during event participation (2) studied the satisfactions of the participators and (3) evaluated the economic value occurred from the money spending by the participators of Bangsaen21 Half Marathon 2020. This study was survey research. Data were collected following the opinions of the samples consisted of 400 runners and followers by stratified random sampling and simple randomness proportionally. The semi-interview questionnaires were constructed by the researchers used to collect the data directly and participant observation. In order to analyzed the data this research used frequency, percentage, mean, Standard Deviation, and content analysis.

The results shown as follows:

1. The participators of Bangsaen21 Half Marathon 2020 as runners and followers consisted of 15,191 mostly male, age between 40–44 years old, graduated in bachelor degree, live in Bangkok, Chonburi, Rayong, Phatumthani, Samutprakan, Chachoengsao, Nonthaburi, Phranakorn Sri Ayutthaya, Chantaburi, and Prajinburi consequencely, most of them are private sector/state enterprise staffs earning between 30,001–45,000 Baht per month.

The participation in running event behavior consisted of the objective to participate the running competition, the motivation to choose this event is the confidence of the quality of event management, and the field that approved by international standard. Most of them had at least 2 years experience in running and participated less than 5 times per year, traveled alone by personal cars and running with 1-2 team member, they received the information from online media mainly on Facebook. The average of follower was 1:0.59 participator which came along as to travel and support the runners, did activities with friends and family, stay overnight for one night and there was a high level of overall media utilization during the event, especially Facebook.

2. The results from the study of participators' satisfaction of Bangsaen21 Half Marathon 2020 demonstrated that the satisfaction on organizing the competition environment following international standard was in highest level, and the satisfaction on organizing environment of safety in the competition was also in highest level.

3. The results of economic value evaluation from the expenditure of the sample in Bangsaen21 Half Marathon 2020 founded that total money spending of runners and followers was approximately 91.65 million Baht, consisted of the value of runner spending roughly 62.60 million Baht and 27.45 million Baht of followers.

Other recommendations were the satisfaction of the top five, namely (1) organizing a high standard running event, good quality work, systematic and level (2) the atmosphere of the venue (3) confidence. In the safety management system (4) the service of the attentive and accommodating team, and (5) abundant nutrition. However, the top five improvement proposals were (1) insufficient parking for runners (2) Increased subscriber menus and meals (3) 30 minutes to 1 hour slower indulgence (4) rarer and more expensive accommodation and (5) excessive crowds compared to special rewards (King Kong).

Keywords : Running event evaluation, Bangsaen21 Half Marathon 2020, Running event participation behavior, Economic value.



บทนำ

การวิ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาในเกือบทุกประเภท การวิ่งเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเป็นจำนวนมากจากผู้ที่ชอบการออกกำลังกาย เนื่องจากการออกกำลังกายด้วยการวิ่งซึ่งงบประมาณน้อยสามารถวิ่งเมื่อใดหรือที่ไหนก็ได้ เป็นเรื่องง่ายที่ทุกคนสามารถทำได้จริง ปฏิญญา เย็นรัมย์ (2557) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวิ่งไว้แบ่งเป็น ประโยชน์ทางกาย เช่น การวิ่งจะช่วยให้กล้ามเนื้อ กระดูกแข็งแรงแรงสมส่วน เพราะมีการฝึกการใช้งานเป็นประจำ อีกทั้งมีการประสานงานกับระบบไหลเวียนของเลือด หัวใจ ปอด มีอัตราการสูดดมเลือดที่มีประสิทธิภาพ ช่วยปรับภูมิคุ้มกันให้ทำงานดีขึ้น และช่วยควบคุมน้ำหนักของร่างกาย ไขมันส่วนเกินได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยการควบคุมปริมาณอาหารให้เหมาะสมกับการออกกำลังกายด้วย และประโยชน์ทางจิตใจ เช่น การวิ่งจะกระตุ้นให้สมองหลั่งสารเอ็นโดรฟิน ซึ่งเป็นสารที่มีฤทธิ์ทำให้มีความสุขสบาย มีอาการสดชื่นแจ่มใสในการตื่นเช้ารับอากาศบริสุทธิ์ ช่วยลดความวิตกกังวล ลดความเครียด จากการที่ร่างกายหลั่งสารซีโรโทนิน และยังเป็นการฝึกความอดทนและความแข็งแกร่งให้กับนักวิ่งด้วย

กระแสการออกกำลังกายด้วยการวิ่งกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนจำนวนนักวิ่ง สนามแข่งขัน ประเภทการวิ่ง รวมถึงระยะทางการวิ่ง ทั้งนี้เพื่อสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งที่ปรับเปลี่ยนไป โดยเฉพาะในประเทศไทย การจัดงานวิ่งมีจัดกันโดยต่อเนื่อง มีการพัฒนารูปแบบและวิธีจัดงานวิ่งมาโดยตลอด เช่น ความพยายามปรับเปลี่ยนระบบการจัดแข่งขันให้มีความหลากหลายมากขึ้นทั้งด้านระยะทางแข่งขัน การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด เช่น การแข่งขันกีฬาอื่นๆ ในงานวิ่ง การจัดวิ่งแรลลี่ครอบครัว การจัดตลาดนัดสินค้าสุขภาพ การจัดบริการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มนักวิ่งเข้าร่วมการแข่งขันในแต่ละครั้งมากขึ้น ผู้จัดงานวิ่งมีทั้งแบบจัดกันเอง จัดโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดโดยความร่วมมือของภาคีเครือข่าย จัดโดยผู้สนับสนุน รวมถึงจัดโดยผู้รับจ้างจัดการงานวิ่ง (Organizer) รูปแบบการจัดการแข่งขันได้แก่ การจัดงานวิ่งเพื่อสุขภาพ การจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยว การจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมธุรกิจ การจัดงานวิ่งเพื่อการกุศล และการจัดงานวิ่งเพื่อนันทนาการ (เสรี เพิ่มชาติ, นงลักษณ์ เพิ่มชาติ และกนกวรรณ แสนเมือง, 2561) จากการสัมภาษณ์ ดร.ณรงค์ เทียมเมฆ (2562) ผู้ทรงคุณวุฒิสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่าประเทศไทยในทุกภูมิภาครวมกัน มีจำนวนงานวิ่งจัดขึ้นมากเป็นเท่าตัว ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันวิ่งจำนวนไม่น้อยกว่า 2,000 สนาม และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในยุค Running Boom รวมถึงจะมีความหลากหลายรูปแบบการจัดแข่งขัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของกลุ่มนักวิ่งรุ่นใหม่ที่มีนิยมเข้าร่วมกิจกรรมการวิ่ง มีจำนวนนักวิ่งเพิ่มขึ้นมากกว่า 15 ล้านคนต่อปี (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) เช่นเดียวกับวัชชีรานนท์ ทองเทพ (2560) ที่กล่าวว่า การทำงานวิ่งได้รับความนิยมมากขึ้น อาจมาจากหลากหลายปัจจัย หนึ่งในนั้นคือ กระแสรักสุขภาพที่กำลังแพร่หลาย ทำให้คนหันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น และการวิ่งเป็นกิจกรรมที่ทำได้ง่ายเพียงมีรองเท้าวิ่งกับใจที่อยากวิ่งจะเริ่มต้นได้ทันที รวมถึงมีเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่มีบทบาทเด่นในฐานะตัวกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้กับกลุ่มนักวิ่ง ทั้งส่งผลต่อความนิยมในการวิ่งอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันบนมือถือ รวมถึงนาฬิกาที่ติดตามกิจกรรมประจำวัน (Activity Tracker) ที่สามารถบันทึกสถิติการวิ่งได้ การแชร์ผลการวิ่งบนโซเชียลมีเดียให้เพื่อนในเครือข่ายเห็นนอกจากจะทำให้สนุกแล้ว ยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้คนหันมาวิ่งกันมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

การจัดการแข่งขันวิ่งบางสนาม 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ถือเป็นงานวิ่งฮาล์ฟมาราธอนรายการแรกและรายการเดียวในประเทศไทย ที่ได้รับรางวัลงานวิ่งมาตรฐานระดับโลก World Athletics Gold Label Road Race จากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ พร้อมกับการขึ้นทำเนียบงานวิ่ง Top 5 ของเอเชีย เคียงคู่กับจีน ญี่ปุ่น อินเดีย และสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดชลบุรี ส่งเสริมให้ประชาชนคนไทยมีสุขภาพกายและสุขภาพใจที่ดีสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมวิถีใหม่ (New Normal) และเพื่อการสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมการวิ่งให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับแนวโน้มของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของจังหวัด และตามความต้องการของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามกลุ่มเป้าหมาย การได้รับรางวัลดังกล่าว นับเป็นการสร้างชื่อเสียงและก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่เมืองแสนสุข รวมถึงจังหวัดชลบุรี และประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักในวงการวิ่งระดับโลกมากขึ้น ซึ่งคาดว่าเมื่อสถานการณ์ดีขึ้นจะสามารถดึงดูดนักวิ่งต่างชาติให้เข้าร่วมเพิ่มอีกจำนวนมาก ซึ่งเป็นเป้าหมายหนึ่งของการจัดงานวิ่งที่ต้องการให้นักวิ่งจากทั่วโลกเดินทางมาวิ่งในประเทศไทย ทั้งนี้จะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย การจัดงานวิ่งในปีจัดเป็นปีที่ 6 ภายใต้แนวคิด “The Finest Running Event Ever” ที่ร่วมจัดโดย บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด และเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี ซึ่งจัดขึ้น



ในระหว่างวันที่ 18-20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ที่มีการแข่งขันเพียงระยะเดียวคือ ระยะฮาล์ฟมาราธอน 21.1 กิโลเมตร โดยมีจุดเริ่มต้นและเส้นชัยบริเวณด้านหน้าโรงแรมบางแสนเฮอริเทจ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยในปีนี้มีจำนวนกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามเข้าร่วมงานกว่า 16,000 คน พร้อมกับมาตรการคุมเข้มเรื่องการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างเข้มงวดสูงสุด ซึ่งทุกภาคส่วนจะต้องปฏิบัติตามมาตรการอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้เพื่อสร้างมั่นใจในการเข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ที่จะคงความสนุกที่ควบคู่ไปกับความปลอดภัย

ประกอบกับคณะผู้วิจัยได้รับเชิญให้มีส่วนร่วมในการประเมินผลการจัดงานวิ่งครั้งนี้ โดยตระหนักในโอกาสที่ได้รับและประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการประเมินผลการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ที่จะใช้เป็นข้อมูลและสารสนเทศที่ได้ ไปใช้วางแผนเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน ให้ดียิ่งขึ้นตรงตามความต้องการของกลุ่มนักวิ่ง กลุ่มผู้ติดตาม รวมถึงกลุ่มผู้ร่วมจัดงานวิ่ง กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มประชาชนและผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มบุคคลดังกล่าวจะมีส่วนช่วยให้การจัดงานวิ่งในแต่ละครั้งบรรลุได้ตามเป้าหมายและมาตรฐานที่กำหนดขึ้นในแต่ละสนาม โดยเฉพาะกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เป็นกลุ่มผู้รับบริการโดยตรง ที่จะเป็นผู้สะท้อนความคิดเห็นในการจัดงานวิ่งในแต่ละสนามที่กลุ่มผู้จัดจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ซึ่งหมายถึงความสำเร็จและความยั่งยืนของงานวิ่งนั้น ๆ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือเพื่อความสำเร็จและความยั่งยืนของงานวิ่งต่อไป รวมถึงการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ข้อมูลการประเมินที่ได้จากการศึกษานี้ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ เทศบาลเมืองแสนสุข องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี และกลุ่มผู้จัดงานที่สนใจ ที่สามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมให้มีการออกกำลังกาย ด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมร่วมที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการพัฒนาและสร้างความร่วมมือกับกลุ่มประชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อการพัฒนาเตรียมพื้นที่ ชุมชน และสถานประกอบการ ในการเป็นเจ้าภาพร่วมกัน ทั้งนี้จะช่วยให้งานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน กลายเป็นงานของชุมชนและท้องถิ่น และสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดแก่ชุมชนและท้องถิ่นที่ยั่งยืนได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง และการใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขัน ของผู้เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020
3. เพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัย ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิ่ง ประกอบด้วย นักวิ่งทั่วไป นักวิ่งสมัครใจ นักวิ่งสมัครใจสมัคร และ (2) กลุ่มผู้ติดตาม ที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ในระหว่างวันที่ 18-20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 15,191 คน แสดงได้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 จำแนกตามประเภทการสมัครวิ่ง

ประเภทการสมัครวิ่ง	กลุ่มนักวิ่ง		กลุ่มผู้ติดตาม*		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทั่วไป 21.1 km.	8,257	54.35	4,872	32.07	13,129	86.43
สมัครใจ	1,009	6.64	595	3.92	1,604	10.56
สมัครใจสมัคร	288	1.90	170	1.12	458	3.01
รวม	9,554	62.89	5,637	37.11	15,191	100.00

*สัดส่วนของกลุ่มนักวิ่ง : กลุ่มผู้ติดตาม (1 : 0.59)

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิ่ง ประกอบด้วย นักวิ่งทั่วไป นักวิ่งสมัครใจ นักวิ่งสมัครใจสมัคร และ (2) กลุ่มผู้ติดตาม ที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ในระหว่างวันที่ 18-20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางของยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 400 คน แสดงได้ในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามเชิงประเมินในงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 จำแนกตามประเภทการสมัครวิ่ง

ประเภทการสมัครวิ่ง	กลุ่มนักวิ่ง		กลุ่มผู้ติดตาม		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทั่วไป 21.1 km.	359	89.75	21	5.25	380	95.00
บัตรวีไอพี	12	3.00	4	1.00	16	4.00
บัตรการกุศล	3	0.75	1	0.25	4	1.00
รวม	374	93.50	26	6.50	400	100.00

2. ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดงานวิ่ง การใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขัน มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน และข้อเสนอแนะ

3. ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่การวิจัย ได้แก่ บริเวณจัดงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 โรงแรมบางแสนเฮอริเทจ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี และพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการจัดงานวิ่งตามเส้นทางการแข่งขัน ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์การจัดงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 สำหรับกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดงานวิ่ง จำนวน 2 ด้าน 20 ข้อ ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 6 ข้อ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ จำนวน 2 ข้อ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

1) ศึกษาแนวทางการสร้างแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์จากเอกสารและงานวิจัย รวมถึงแนวทางในการกำหนดข้อคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์การวิจัย

2) กำหนดขอบเขตหัวข้อแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดการศึกษา

3) สร้างแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมรายละเอียดของเนื้อหา ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

4) นำแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตรวจสอบความเป็นปรนัย (Objectivity) และความเที่ยงตรงเชิงพินิจ ด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้อง ((Index of item-objective congruence : IOC) ผลการหาคุณภาพ พบว่าแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ทุกข้อที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเที่ยงตรงเชิงพินิจของเนื้อหาครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย อยู่ในช่วง 0.66-1.00 มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

5) นำแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายกันกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนชุดละ 30 คน และนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์ทั้งฉบับเท่ากับ 0.91

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในพื้นที่จัดงานวิ่ง ภายใต้ระยะเวลาที่จัดงานวิ่ง โดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง ในรูปแบบของเอกสารและ QR Code การสัมภาษณ์เพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างที่มีความสมัครใจ รวมถึงการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามประเภทการสมัครวิ่งและสุ่มอย่างง่ายตามสัดส่วน



3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขัน และความพึงพอใจที่มีต่องานวิ่ง ใช้สถิติ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations) เพื่อบรรยายระดับของความพึงพอใจที่มีต่องานวิ่ง

3.3 การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวม ได้จากสูตร

$$\text{มูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวม} = (\text{ค่าการใช้จ่ายเฉลี่ย/คนของกลุ่มนักวิ่ง} \times \text{จำนวนนักวิ่ง}) + (\text{ค่าการใช้จ่ายเฉลี่ย/คนของกลุ่มผู้ติดตาม} \times \text{จำนวนผู้ติดตาม})$$

3.4 ข้อเสนอแนะ และการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020

พบว่า กลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 77.40) มีอายุระหว่าง 40-44 ปี (ร้อยละ 25.10) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.20) เป็นชาวไทย (ร้อยละ 93.10) มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ระยอง ปทุมธานี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา จันทบุรี ปราจีนบุรี ตามลำดับ ประกอบอาชีพหลักคือ พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 61.90) และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท (ร้อยละ 23.90)

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง และการใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างเข้าร่วมการแข่งขันของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 จำแนกตามพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง (n=400)

ประสบการณ์การวิ่งและประสบการณ์เข้าร่วมงานวิ่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	37	9.17
น้อยกว่า 1 ปี	18	4.43
1 ปี	67	16.82
2 ปี	114	28.59
3 ปี	58	14.53
4 ปี	31	7.65
5 ปี	53	13.30
มากกว่า 5 ปี	22	5.50
การเข้าร่วมงานวิ่งต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	2	0.46
น้อยกว่า 5 ครั้ง	162	40.67
5-9 ครั้ง	104	26.07
10-14 ครั้ง	75	18.81
15-19 ครั้ง	11	2.75
มากกว่า 20 ครั้ง	16	3.98
มากกว่า 30 ครั้ง	7	1.83
มากกว่า 40 ครั้ง	4	0.84
ไม่ระบุ	18	4.59



จำนวนวันที่เดินทางเข้าร่วมงานวิจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	155	38.69
2 วัน	219	54.66
3 วัน	11	2.68
4 วัน	2	0.46
5 วัน	4	0.92
ไม่ระบุ	10	2.60
จำนวนวันที่อยู่ในจังหวัดชลบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	84	20.95
2 วัน	216	54.28
3 วัน	18	4.59
4 วัน	3	0.61
5 วัน	2	0.46
อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรี	49	12.23
ไม่ระบุ	28	6.88
ช่องทางการรับรู้ข่าวสารงานวิจัย (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลใกล้ชิด	117	29.20
ประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงาน/ชมรม	86	21.56
ป้ายโฆษณา	6	1.53
โทรทัศน์/วิทยุ	15	3.82
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร	4	1.07
การสื่อสารของผู้จัดงาน	56	14.07
สื่อออนไลน์	232	58.10
ประเภทของสื่อออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- Facebook	371	92.66
- Line	154	38.53
- Instagram	6	1.38
- Twitter	2	0.46
- Website/Page	29	7.19
- Youtube	6	1.53
ยานพาหนะเดินทางเข้าร่วมงานวิจัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	367	91.74
รถตู้เช่าเหมา	6	1.38
รถไฟ	1	0.15
รถจักรยานยนต์	9	2.14
รถสาธารณะ	13	3.21
เครื่องบิน	2	0.46
เดิน	1	0.15
ไม่ระบุ	3	0.76
บุคคลที่มาร่วมงานวิจัยด้วยกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	114	28.44
มากับครอบครัว	98	24.62
มากับคนรัก/แฟน	75	18.65
มากับกลุ่มเพื่อน	108	27.22
มากับสมาคม/ชมรม/หน่วยงาน	3	0.61
ไม่ระบุ	2	0.46



จำนวนที่มาด้วยกันแต่ไม่มาร่วมวิ่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	126	31.65
2 คน	70	17.58
3 คน	34	8.41
4 คน	22	5.50
5 คน	17	4.13
6 คน	6	1.53
7 คน	1	0.15
ไม่ระบุ	115	28.90
เฉลี่ย	0.59 คน	
การพักค้างคืน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่พักค้างคืน	61	15.29
พักบ้านตนเองเพราะเป็นคนจังหวัดชลบุรี	109	27.14
พักค้างคืนในพื้นที่จัดงาน	149	37.23
พักค้างคืนนอกพื้นที่จัดงาน	77	19.42
ไม่ระบุ	4	0.92
ประเภทของที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม	194	48.55
รีสอร์ท	43	10.86
โฮมสเตย์	10	2.60
เต็นท์/นอนรถ	1	0.31
อะพาร์ตเมนต์	31	7.49
ห้องเช่า	17	4.28
บ้านญาติ/คนรู้จัก	26	6.57
หอพัก	2	0.61
บ้านตนเอง	14	3.52
ไม่ระบุ	62	15.21
จำนวนวันการพักค้างคืน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คืน	277	69.27
2 คืน	53	13.46
3 คืน	2	0.31
4 คืน	1	0.15
5 คืน	1	0.15
ไม่ระบุและพักบ้านตนเอง	66	16.67
เฉลี่ย	0.98 คืน	

ตารางที่ 4 แสดงการใช้ประโยชน์สื่อต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูลในระหว่างการแข่งขันบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม (n=400)

รายการสื่อที่ใช้ประโยชน์ในการแข่งขัน	ค่าร้อยละ						ระดับการใช้ประโยชน์		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ระบุ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการใช้ประโยชน์
1) Facebook	75.0%	21.5%	2.0%	0.2%	0.2%	1.2%	4.73	0.51	มากที่สุด
2) LiveInfo	23.3%	21.1%	21.9%	16.7%	8.7%	8.3%	3.36	1.29	ปานกลาง
3) Youtube	22.6%	23.9%	26.5%	14.4%	3.6%	9.0%	3.52	1.13	มาก
4) Twitter	15.4%	25.5%	20.9%	22.6%	6.5%	9.2%	3.22	1.20	ปานกลาง
5) Instagram	20.7%	26.8%	18.0%	19.6%	8.3%	6.5%	3.34	1.27	ปานกลาง
6) Website	36.2%	34.7%	10.8%	7.7%	5.3%	5.4%	3.93	1.14	มาก
รวม							3.66	0.86	มาก



3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในงานวิ่งบางแสน21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 n=400

รายการประเมิน ความพึงพอใจ	ค่าร้อยละ					ระดับความพึงพอใจ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
การจัดสภาพแวดล้อมการแข่งขันทั่วไปตามมาตรฐานสากล								
1) การรับรู้ข้อมูลเพื่อเตรียมตัวก่อนเข้าแข่งขัน	61.6%	35.2%	2.8%	0.3%	0.2%	4.59	0.42	มากที่สุด
2) การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับรถรับ-ส่งในงาน	53.5%	39.0%	6.7%	0.8%	-	4.45	0.65	มาก
3) การรับแจกอุปกรณ์การแข่งขัน	59.5%	35.9%	4.3%	0.3%	-	4.54	0.59	มากที่สุด
4) เส้นทางการแข่งขัน	64.4%	32.4%	2.9%	0.3%	-	4.60	0.56	มากที่สุด
5) จุดบริการระหว่างเส้นทาง	63.6%	32.6%	3.2%	0.6%	-	4.59	0.58	มากที่สุด
6) เครื่องหมายบอกเส้นทางการแข่งขัน	59.8%	38.4%	1.8%	-	-	4.57	0.52	มากที่สุด
7) สิ่งอำนวยความสะดวกหลังการแข่งขัน	60.4%	36.1%	3.2%	0.3%	-	4.56	0.58	มากที่สุด
8) บรรยากาศการจัดแข่งขัน	64.1%	32.6%	3.4%	-	-	4.60	0.55	มากที่สุด
9) โปรแกรมการแข่งขัน	63.9%	33.5%	2.6%	-	-	4.61	0.53	มากที่สุด
10) ของที่ระลึก (เสื้อเหรียญ ถ้วยรางวัล)	66.1%	31.0%	2.9%	-	-	4.63	0.53	มากที่สุด
11) ภาพลักษณ์ของสถานที่ในการจัดการแข่งขัน	70.9%	28.1%	0.6%	0.3%	-	4.69	0.49	มากที่สุด
12) การออกแบบการจัดงานวิ่งตามเกณฑ์มาตรฐานสากล	67.3%	32.0%	0.8%	-	-	4.66	0.48	มากที่สุด
รวม						4.59	0.42	มากที่สุด
การจัดสภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัยในการจัดการแข่งขัน								
13) การบันทึกและจัดเก็บประวัติสุขภาพนักวิ่งก่อนเข้าร่วมกิจกรรม	67.3%	30.9%	1.8%	-	-	4.65	0.51	มากที่สุด
14) การคัดกรองสุขภาพเบื้องต้น	64.2%	33.5%	2.3%	-	-	4.61	0.53	มากที่สุด
15) ป้ายและสัญลักษณ์ด้านความปลอดภัยอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม เช่น ป้ายคำเตือน จุดปฐมพยาบาล ทางเข้า ทางออก	66.4%	31.5%	2.1%	-	-	4.64	0.52	มากที่สุด
16) ความปลอดภัยบนเส้นทางวิ่ง เช่น การปิดเส้นทาง ไม่มียานพาหนะ	64.4%	33.9%	1.4%	0.3%	-	4.62	0.52	มากที่สุด
17) ความพร้อมด้านบุคลากรของหน่วยปฐมพยาบาล การเข้าถึง และส่งต่อผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน	66.4%	32.0%	1.7%	-	-	4.64	0.51	มากที่สุด
18) การดูแลความปลอดภัยอย่างทั่วถึงในงานวิ่ง ตั้งแต่การจัดระยะห่างในการปล่อยตัว กิจกรรมภายในงาน การจัดการบนเส้นทาง	66.1%	32.6%	1.4%	-	-	4.64	0.50	มากที่สุด



ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการประเมิน ความพึงพอใจ	ค่าร้อยละ					ระดับความพึงพอใจ		
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ค่า เฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความพึงพอใจ
19) ความเหมาะสมของเทคโนโลยีสื่อสารและสั้งการแบบทันทีทันที	66.8%	31.5%	1.4%	0.3%	-	4.64	0.52	มากที่สุด
20) ระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์ความปลอดภัยในการดูแลนักวิ่งและผู้เข้าร่วมงานวิ่ง	70.2%	28.6%	1.2%	-	-	4.68	0.48	มากที่สุด
รวม						4.64	0.46	มากที่สุด

4. ผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม ในงานวิ่งบางแสน21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020

การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจนี้ ได้มาจากข้อมูลการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมในงานวิ่งบางแสน21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 โดยเฉลี่ยในแต่ละรายการใช้จ่าย และนำมาวิเคราะห์และประมาณการเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมที่เกิดจากการใช้เกิดจากการใช้จ่ายในการจัดงานวิ่งครั้งนี้ แสดงรายละเอียดในตารางที่ 6 และตารางที่ 7

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนมูลค่าการใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามในการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง

ประเภทค่าใช้จ่าย		มูลค่าการใช้จ่าย ของกลุ่มนักวิ่ง		มูลค่าการใช้จ่าย ของกลุ่มผู้ติดตาม		รวมมูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมด	
		ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	988.22	15.08	1,153.33	23.68	997.34	15.43
2	ค่าที่พัก	1,075.27	16.40	1,151.38	23.64	1,079.47	16.71
3	ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	676.36	10.32	715.27	14.68	678.51	10.50
4	ค่าเช่ารถ/พาหนะ	96.50	1.47	47.22	0.96	93.78	1.45
5	ค่าซื้ออุปกรณ์กีฬาในงาน	1,012.89	15.45	547.22	11.23	987.18	15.28
6	ค่าซื้อของฝาก	390.68	5.96	280.55	5.76	384.60	5.95
7	ค่าสมัคร	1,314.93	20.06	0.00	0.00	1,242.33	19.23
8	ค่าท่องเที่ยว	709.77	10.83	834.72	17.14	716.67	11.09
9	ค่าตัวเครื่องบิน	118.26	1.80	55.55	1.14	114.80	1.77
10	ค่าบริการสุขภาพ/สปา/นวด	38.47	0.58	8.33	0.17	36.80	0.56
11	ค่าบริการเข้าชม	28.99	0.44	13.88	0.28	28.15	0.43
12	ค่าบริการทำบุญ/บำรุงสถานที่	36.69	0.56	38.88	0.79	36.81	0.56
13	ค่าใช้จ่ายอื่น (ค่ายา ค่ารักษาพยาบาล ของใช้ส่วนตัว)	65.54	1.00	23.61	0.48	63.22	0.97
รวม		6,552.64	100.00	4,870.00	100.00	6,459.73	100.00



ตารางที่ 7 แสดงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามในการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 จำแนกตามประเภทค่าใช้จ่าย

ประเภทค่าใช้จ่าย	มูลค่าการใช้จ่าย ของกลุ่มนักวิ่ง (N = 9,554 คน)		มูลค่าการใช้จ่าย ของกลุ่มผู้ติดตาม (N = 5,637 คน)		รวมมูลค่าการใช้จ่าย ทั้งหมด (N = 15,191 คน)	
	ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1 ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม	9,441,538.87	15.08	6,501,340.00	23.68	15,150,669.29	15.43
2 ค่าที่พัก	10,273,171.15	16.40	6,490,379.16	23.64	16,398,335.01	16.71
3 ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	6,461,978.18	10.32	4,032,020.83	14.68	10,307,279.89	10.50
4 ค่าเช่ารถ/พาหนะ	922,038.54	1.47	266,191.67	0.96	1,424,715.42	1.45
5 ค่าซื้ออุปกรณ์กีฬาในงาน	9,677,224.88	15.45	3,084,691.67	11.24	14,996,336.19	15.28
6 ค่าซื้อของฝาก	3,732,636.13	5.96	1,581,491.67	5.76	5,842,570.43	5.95
7 ค่าสมัคร	12,562,889.61	20.06	0.00	0.00	18,872,254.60	19.23
8 ค่าท่องเที่ยว	6,781,168.63	10.83	4,705,329.17	17.14	10,886,961.00	11.09
9 ค่าตัวเครื่องบิน	1,129,884.57	1.80	313,166.67	1.14	1,743,936.12	1.77
10 ค่าบริหารสุขภาพ/สปา/นวด	367,580.84	0.58	46,975.00	0.17	559,177.91	0.56
11 ค่าบัตรเข้าชม	277,003.96	0.44	78,291.67	0.28	427,771.10	0.43
12 ค่าบริจาคทำบุญ/บำรุงสถานที่	350,605.43	0.56	219,216.67	0.79	559,306.06	0.56
13 ค่าใช้จ่ายอื่น (ค่ายา ค่ารักษาพยาบาล ของใช้ส่วนตัว)	626,205.76	1.00	133,095.83	0.48	960,504.56	0.97
รวม	62,603,926.59	100.00	27,452,190.00	100.00	91,650,463.85	100.00

สรุปผลการวิจัย

1. ผู้ร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม มีจำนวน 15,191 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40-44 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ระยอง ปทุมธานี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา จันทบุรี ปราจีนบุรี ตามลำดับ ประกอบอาชีพหลักคือ พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการเข้าร่วมงานวิ่ง ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักที่เข้าร่วมงานวิ่งเพื่อมาร่ววิ่ง โดยมีแรงจูงใจที่เลือกสนามนี้คือ ความมั่นใจในคุณภาพการบริหารจัดการ และการวิ่งในสนามที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการวิ่งมาแล้ว 2 ปี และเข้าร่วมวิ่งน้อยกว่าปีละ 5 ครั้ง เดินทางมาโดยลำพัง และมาวิ่งกับกลุ่มเพื่อน 1-2 คน นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภท Facebook มากที่สุด มีจำนวนผู้ติดตามเฉลี่ย 1 : 0.59 คน โดยถือโอกาสมาท่องเที่ยวและให้กำลังใจนักวิ่ง และร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว และมีการพักค้างคืนที่โรงแรม จำนวน 1 คืน และมีการใช้ประโยชน์จากสื่อในระหว่างการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะสื่อ Facebook

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ร่วมงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 พบว่า มีความพึงพอใจในด้านการจัดสภาพแวดล้อมการแข่งขันทั่วไปตามมาตรฐานสากล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านการจัดสภาพแวดล้อมด้านความปลอดภัยในการจัดการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

3. ผลการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างในงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 พบว่า มีมูลค่าการใช้จ่ายโดยรวมของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม ประมาณ 91.65 ล้านบาท เป็นมูลค่าการใช้จ่ายของกลุ่มนักวิ่ง ประมาณ 62.60 ล้านบาท และมูลค่าการใช้จ่ายของกลุ่มผู้ติดตาม ประมาณ 27.45 ล้านบาท

4. ข้อเสนอแนะที่พบในการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาร์ฟมาราธอน 2020 ประกอบด้วย สิ่งดีที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในงานวิ่ง 5 ลำดับแรก ได้แก่ (1) การจัดงานวิ่งที่มีมาตรฐานสูง งานคุณภาพดีมีระบบและมีระดับ เช่น ระบบการลงทะเบียนรับอุปกรณ์ นักวิ่งคุณภาพ ระบบบริหารจัดการ (2) บรรยากาศของสถานที่ในการจัดงานทั้งกลางวันและกลางคืน (3) ความมั่นใจได้ในระบบการจัดการความปลอดภัยในการวิ่ง (4) การบริการของทีมงานที่เอาใจใส่และอำนวยความสะดวก และ (5) อาหารการกินบริการตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการจัด



งานวิ่งในปีถัดไป 5 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ที่จอดรถไม่เพียงพอต่อปริมาณนักวิ่ง โดยเฉพาะในวันรับอุปกรณ์การแข่งขันและมีการจัดงาน Expo ที่มีการจัดการไม่ชัดเจนเหมือนในวันแข่งขัน (2) เพิ่มเมนูอาหารและอาหารสำหรับผู้ติดตาม (3) การปล่อยตัวในเวลาที่ยาว 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง (4) ที่พักหายากและมีราคาแพงขึ้น ผู้จัดการควรมีการอำนวยความสะดวกให้ และ (5) ปริมาณคนมากเกินไปเมื่อเทียบกับของรางวัลพิเศษ (คิงคอง) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

การจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน 2020 เป็นงานวิ่งระยะฮาล์ฟมาราธอนรายการแรกและรายการเดียวในประเทศไทย ที่ได้รับรางวัลงานวิ่งมาตรฐานระดับโลก World Athletics Gold Label Road Race จากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ โดยจัดขึ้นเป็นปีที่ 6 ภายใต้แนวคิด “The Finest Running Event Ever งานวิ่งที่ดีที่สุดที่เคยมีมา” ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์โดยภาพรวม พบว่า สร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่เข้าร่วมงานในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การจัดงานมีการบริหารจัดการที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล คุณภาพดี มีระบบ มีระดับความได้เปรียบของบรรยากาศและเสน่ห์ของสถานที่ ความมั่นใจได้ในระบบการจัดการความปลอดภัย ประกอบกับการบริการอย่างเอาใจใส่และทำให้เกิดความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้กลุ่มนักวิ่งกลับมาวิ่งอีกในปีถัดไป และกลุ่มผู้ติดตามที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน ซึ่งสอดคล้องกับผลการประเมินงานวิ่งที่จัดขึ้นส่วนใหญ่ อาทิ โครงการเดิน-วิ่ง เพื่อสันติภาพ สิ่งมหัศจรรย์ มหาวิทยาลัยมหิดล (นกุล ชื่นพัก และวรลักษณ์ ลลิตศิริมล, 2557) พบว่า ผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจในระดับมาก เกี่ยวกับความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ ความเหมาะสมของจุดบริการ น้ำดื่มตลอดเส้นทางวิ่ง ความหลากหลายของกิจกรรมพิเศษ และผู้เข้าร่วมงานต้องการให้จัดงานทุกปี เป็นประเพณีปฏิบัติในช่วงเวลาวันสันติภาพโลก 21 กันยายนของทุกปี เช่นเดียวกับการดำเนินงานโครงการเดิน-วิ่ง เพื่อสุขภาพมินิมาราธอนเทอดพระเกียรติ ของกองทุนหลักประกันสุขภาพเทศบาลตำบลต้นหมิงมัส อำเภอร่องแงะ จังหวัดนครราชสีมา (ศิริลักษณ์ เงานอ, 2560) ที่แสดงให้เห็นว่า การจัดงานวิ่งสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน โดยมีกิจกรรมทางเลือกในการออกกำลังกาย ทำให้ทุกเพศทุกวัยได้รับการดูแลสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระดับหนึ่ง ขณะเดียวกันการจัดงานวิ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ได้ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงในการจัดงานวิ่ง ที่เกิดจากการใช้จ่ายของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม และจากการสัมภาษณ์กลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม ต่างมีความคิดเห็นว่าการจัดงานวิ่งสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ได้มาก โดยกลุ่มผู้จัดงานต้องสรรสร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน อาทิ งาน “ของดีเมืองชล” ผนวกเข้าไปกับงานวิ่ง การประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มนักวิ่งและผู้ติดตาม รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่เพื่อรองรับผู้คนจำนวนมากที่จะเข้ามาในพื้นที่ ส่งเสริมและจัดให้เป็นงานประเพณี และใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเทศบาลเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี ต่อไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง จะช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งและผู้ติดตามได้เป็นอย่างดี โดยกระบวนการภายในและภายนอกที่หลากหลาย รวมถึงความสัมพันธ์อันซับซ้อนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่ง ทั้งในส่วนการตัดสินใจเข้าร่วม การใช้บริการ และการประเมินงานวิ่ง ผลการวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องในการจัดงานวิ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดงานวิ่งที่ร่วมสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม เพื่อปรับปรุงพัฒนาให้การจัดงานวิ่งที่ดีขึ้น และตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรให้มีการเผยแพร่ผลการวิจัยให้กับกลุ่มผู้จัดงานวิ่ง หน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ โดยการเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเข้ากับการจัดงานวิ่ง ซึ่งจะส่งผลที่ดีในการบริหารจัดการงานวิ่ง เพื่อการพัฒนาต่อยอด และเพิ่มมูลค่าและคุณค่าในการจัดการงานวิ่ง โดยการนำเสนอในที่ประชุม และการเผยแพร่ทางวิชาการ

1.2 กลุ่มผู้จัดงานวิ่งและหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ควรสร้างและหาโอกาสนำเสนอข้อมูลที่ได้นี้ นำเสนอต่อกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การวิ่งที่ตรงตามพฤติกรรมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักวิ่งเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป



2.1 ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อถอดองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการจัดงานวิ่งบางแสน 21 ฮาล์ฟมาราธอน ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดงานวิ่งในประเทศไทย รวมถึงเพื่อได้กระบวนการที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดงานวิ่ง และนำไปส่งเสริมยกระดับการจัดงานวิ่งในประเทศไทยให้มีความเป็นมาตรฐานสากล

2.2 ควรมีการเปรียบเทียบตัวแปรอิสระบางตัว (ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้) กับตัวแปรตามที่กำหนด (พฤติกรรมกรมการเข้าร่วมงานวิ่ง เช่น ประสบการณ์การวิ่ง การเข้าพัก จำนวนผู้ติดตาม ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง) เพื่อนำผลการเปรียบเทียบที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการจัดงานวิ่งที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการ และตอบสนองกลุ่มนักวิ่งเป้าหมาย เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณรงค์ เทียมเมฆ. (2562, มกราคม 22) ผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), สัมภาษณ์.
- นุกูล ชื่นพัก และวรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล. (2557). การประเมินผลโครงการเดิน-วิ่ง เพื่อสันติภาพ สingshima มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. รายงานการประชุมมหาสารคามวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 (16 พฤษภาคม 2557), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 556-566, สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม, 2563 จาก www.hu.ac.th/Conference2014/proceedings/data/3501/3501-2.pdf.
- บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด. (2563). **Bangsaen21 Half Marathon 2020**. สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม, 2563 จาก <https://www.bangsaen21.com>.
- ปริญญ์ เย็นธรรม. (2557). **ทำไมต้องวิ่งมาราธอน**. รายงานการประชุมวิชาการประจำปี 2557 ครั้งที่ 30 คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, Vol. 29 No. 4 (2014), September-October, 49.
- วัชรานนท์ ทองเทพ. (2560). **กีฬาวิเศษ: กระแสนิยมในไทยไม่มีวันตก**. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม, 2561 จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-40910489>.
- ศิริลักษณ์ เจานอ. (2562). **รายงานผลการดำเนินงานโครงการเดิน-วิ่ง เพื่อสุขภาพ มินิมาราธอนเทอดพระเกียรติ กองทุนหลักประกันสุขภาพ เทศบาลตำบลต้นยางมีส อำเภอร่องแจะ จังหวัดนราธิวาส**.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). **คนไทยแห่วิ่ง 15 ล้านคน ดันงานวิ่งพุ่งนับพัน-เงินสะพัด 5 พันล้านบาท**. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม, 2562 จาก <http://www.bltbangkok.com/CoverStory/คนไทยแห่วิ่ง15ล้านคนดันงานวิ่งพุ่งนับพัน-เงินสะพัด5พันล้านบาท>
- เสรี เพิ่มชาติ, นงลักษณ์ เพิ่มชาติ และกนกวรรณ แสนเมือง. (2561). **การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา**. รายงานการวิจัยเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 45-46.
- Yamane, T. (1973). **Statistics An Introductory Analysis**. 3rd Edition, New York: Harper and Row.