

การรับรู้องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการจัดงานไตรกีฬาในประเทศไทย

Perceived of Necessary Components for Organising Triathlon Events in Thailand

กนกวรรณ โพธิ์อรุณ^{1*} วรริศา บุญญาณเมธาพร²

Kanokwan Phoaroon^{1*} Watsida Boonyanmethaporn²

Corresponding author's E-mail: kanokwan.phoa@stu.nida.ac.th¹

(Received: September 16, 2020; Revised: September 24, 2020; Accepted: September 28, 2020)

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหนึ่งในประเภทการท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยมีการจัดอีเวนต์การแข่งขันกีฬาเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบและคุณภาพการให้บริการของงานแข่งขันไตรกีฬาที่จัดในประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเข้าร่วมงานหรือเยี่ยมชมสถานที่จัดงานซ้ำในอนาคต โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักไตรกีฬาชาวไทยที่เคยเข้าร่วมแข่งขันงานไตรกีฬาที่จัดขึ้นในประเทศไทยอย่างน้อยหนึ่งครั้ง จำนวน 371 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเข้าร่วมอีเวนต์กีฬาและระดับการรับรู้ถึงคุณลักษณะที่ศึกษา ผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ระดับมากต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬาและคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ และมีการรับรู้ระดับมากที่สุดต่อคุณภาพการให้บริการของงาน สุดท้ายนี้ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการและผู้สนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ดูแลและปฏิบัติงานด้านการพัฒนาพื้นที่ และผู้จัดงานกีฬาโดยเฉพาะประเภทไตรกีฬา

คำสำคัญ: ไตรกีฬา องค์ประกอบการจัดงานกีฬา คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ คุณภาพการให้บริการของงาน

Abstract

Sport Tourism is one of the popular type of tourism which is growing and continuously under the development in Thailand. Sport event is one of the important drivers of sport tourism. This research has an objective to access the level of Thai triathletes' perceptions towards the sport event elements, destination attributes, event service quality of triathlon events in Thailand which are the indicator components of revisit intention to attend the events or destination organised the events. The sampling is 371 Thai triathletes who attended at least one triathlon event in Thailand. This research uses descriptive analysis to analyse the demographic profile, the behaviour of participating in sports events, and the level of perception. The result shows that sport event elements and destination attributes are perceived at good level whereas event service quality is perceived at very good level. Finally, the results of this research will benefit scholars and sports tourism enthusiasts, administrators and practitioners of area development, and sports event organizers, especially Triathlon events.

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Candidate, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

² Lecturer, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

Keywords: triathlon, sport event elements, destination attributes, event service quality

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบัน ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่ทรงคุณค่าและภูมิประเทศที่สวยงามอันน่าทึ่ง ตลอดจนการต้อนรับอย่างเป็นมิตรของคนไทย ทำให้นักท่องเที่ยวเล็งเห็นความคุ้มค่าที่จะได้รับ (Sonne, 2016) ระยะเวลาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความนิยมอย่างมากของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ตัวขับเคลื่อนหลักของความนิยมอาจรวมถึงกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านกีฬา การเข้าถึงข่าวสารและข้อมูลที่รวดเร็วและแม่นยำมากยิ่งขึ้น การส่งเสริมการแข่งขันกีฬาของหลายภาคส่วน รูปแบบใหม่ของการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (เช่น E-sport) และการมีส่วนร่วมมากขึ้นของเจ้าหน้าที่อาสาสมัครของอีเวนต์ เป็นต้น (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ในปีพุทธศักราช 2559 กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาใช้จ่ายเงินจำนวน 100 ล้านบาทในการทำการตลาดเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย (Sonne, 2016)

อีเวนต์การแข่งขันกีฬา (Sport event) เป็นหนึ่งในปัจจัยดึงดูดที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย (Sampat, 2014) โดยเติบโตอย่างต่อเนื่องในแง่ของจำนวนของงานอีเวนต์ จำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งประเภทผู้เข้าชมและผู้เข้าแข่งขัน จำนวนของผู้จัดงาน (Event organiser) และจำนวนผู้สนับสนุนการจัดงาน (Sponsor) อย่างไรก็ตามการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดอีเวนต์กีฬาของประเทศไทยยังมีช่องว่างอยู่ไม่น้อย ซึ่งอาจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการ ได้แก่

พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงาน องค์ประกอบของการจัดงาน สถานที่จัดงาน คุณภาพการให้บริการ ตลอดจนการกลับเข้าร่วมงานซ้ำของผู้เข้าร่วมงานซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ก่อให้เกิดการจัดงานอีเวนต์คุณภาพต่อเนื่องอีกในอนาคตและสามารถสร้างรายได้หมุนเวียน (Um, Chon, & Ro, 2006) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจเข้าร่วมงานซ้ำของผู้เข้าร่วมงานแข่งขันกีฬา (Revisit intention) พบว่ามี สามองค์ประกอบหลักที่สำคัญต่อการกลับมาเข้าร่วมงานซ้ำและถูกศึกษาโดยนักวิจัยชาวต่างชาติ ได้แก่ คุณลักษณะของสถานที่จัดงาน โดยรอบ (Boit & Doh, 2014; N. Chen & Funk, 2010; Dongfeng, 2013; Funk, Toohey, & Bruun, 2008; Hallmann, Zehrer, & Müller, 2015; Kaplanidou & Vogt, 2007) องค์ประกอบการจัดงานกีฬา (Dongfeng, 2013; Hallmann, Kaplanidou, & Breuer, 2010; Kaplanidou & Gibson, 2010; Kaplanidou & Vogt, 2007) และคุณภาพการให้บริการของงาน (Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis, & Grouios, 2004; Shonk, 2006; Theodorakis, Alexandris, Tsigilis, & Karvounis, 2013; Theodorakis, Kaplanidou, & Karabaxoglou, 2015; Zhou, 2015)

องค์ประกอบการจัดงานกีฬา (Sport event elements)

องค์ประกอบการจัดงาน ได้รับคำนิยามจาก Gwinner (1997) ไว้คือ การตีความความหมายหรือการเชื่อมโยงลักษณะของงานอีเวนต์โดยผู้บริโภค ในแง่ของความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจเข้าร่วมงานซ้ำ Kaplanidou and Vogt (2007) ได้ทดสอบว่าองค์ประกอบการจัดงานกีฬามีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจเข้าร่วมงานหรือเยี่ยมชมสถานที่จัดงานซ้ำโดยที่มีความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมแข่งขันเป็นปัจจัยส่งผ่าน

คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ (Destination attributes)

Beerli and Martin (2004); Crompton (1979) นิยามคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบไว้ว่าเป็นการรวมกันขององค์ประกอบที่สามารถบรรยายลักษณะของสถานที่นั้นๆ ได้ หรือในอีกความหมายถึงคือองค์ประกอบของสถานที่หนึ่งมีคงอยู่ในแง่ต่างๆ ในเชิงเดียวกันกับองค์ประกอบการจัดงาน คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับเข้าร่วมงานหรือเยี่ยมชมสถานที่จัดงานซ้ำโดยส่งผ่านความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน (Chi & Qu, 2008; Ozdemir et al., 2012)

คุณภาพการให้บริการของงาน (Event service quality)

คุณภาพการให้บริการ (Service quality) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังจากมิติของการบริการแต่ละมิติกับสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ว่าได้รับจากมิติเหล่านั้น (MacKenzie, Lutz, & Belch, 1986) สำหรับการวิจัยนี้คุณภาพการบริการรวมทั้งการบริการจากอีเว้นท์การแข่งขันกีฬาเองและการบริการจากผู้คนภายในอีเว้นท์และผู้คนภายนอกสถานที่จัดงาน จากการทบทวนวรรณกรรมค้นพบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลทางตรงต่อความตั้งใจกลับเข้าร่วมงานซ้ำ และส่งผลทางอ้อมโดยส่งผ่านความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน (C. F. Chen & Chen, 2010; Kaplanidou & Vogt, 2007; Williams & Soutar, 2009)

ทั้งสามองค์ประกอบดังกล่าวมีงานวิจัยหลายชิ้นรับรองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าร่วมงานหรือเยี่ยมชมสถานที่จัดงานซ้ำซึ่งสำคัญต่อการดำเนินการจัดงานอีเว้นท์การแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะการแข่งขันกีฬาประเภทไตรกีฬาที่มีผู้เข้าร่วมแข่งขันเป็นกลุ่มเฉพาะที่ต้องมีทักษะพื้นฐานของกีฬาทั้งสาม

ประเภทเป็นอย่างดีและมีอุปกรณ์พื้นฐานพร้อมต่อการเข้าร่วมแข่งขัน ซึ่งโดยปกติแล้วประเทศไทยมีการจัดงานอีเว้นท์ไตรกีฬาอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งและได้รับความไว้วางใจจากแบรนด์อีเว้นท์ไตรกีฬาระดับโลกในการเลือกประเทศไทยเป็นหนึ่งในสนามแข่งขัน ดังนั้น การคำนึงถึงการรับรู้ของปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์ประกอบสำคัญทั้งสามที่กล่าวมาข้างต้นในมุมมองของนักไตรกีฬาที่เข้าร่วมแข่งขันงานไตรกีฬาในประเทศไทยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดงานในการให้ความสำคัญ เน้นย้ำ และพัฒนาปัจจัยต่างๆ ได้ตรงกับระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบและคุณภาพการให้บริการของงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power จากประชากรที่ไม่สามารถระบุจำนวนได้ ซึ่งคำนวณได้จำนวน 369 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) จากนักไตรกีฬาชาวไทยที่เคยเข้าร่วมแข่งขันงานอีเว้นท์ไตรกีฬาในประเทศไทยอย่างน้อยหนึ่งครั้ง และได้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม จำนวน 371 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามที่กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ แบบมาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-point Likert scale)

ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยหาดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) ทดลองเก็บข้อมูลเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient และสกัดตัวแปรโดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) จากนั้นปรับข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับการเก็บข้อมูลจริงต่อไป แบบสอบถามแบ่งเป็นสี่ส่วน ได้แก่

- 1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 11 ข้อ
- 2) ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬา ต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา จำนวน 17 ข้อ
- 3) ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬา ต่อคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ และคุณภาพการบริการของงาน จำนวน 20 ข้อ
- 4) ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาต่อคุณภาพการบริการของงาน จำนวน 14 ข้อ

3. วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยกระจายแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นจากโปรแกรม Google form ให้กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ กลุ่มปิดในเฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 3 กลุ่ม และส่งต่อแบบสอบถามให้กับนักไตรกีฬาทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line)

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 76.28 มีสถานะแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 57.68 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.33 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.13 มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 90,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.38 พำนักอยู่ในภูมิภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 65.50 ในแง่ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมแข่งขันงานอีเว้นท์ไตรกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมแข่งขันงานไตรกีฬาในประเทศไทย จำนวน 3-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.08 มีงานไตรกีฬาเป็นจุดประสงค์ในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 73.05 พักอยู่ในจังหวัดที่จัดงานโดยเฉลี่ย 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 54.45 เดินทางเข้าร่วมการแข่งขันร่วมกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 94.88

เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบและคุณภาพการให้บริการของงาน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์รายองค์ประกอบตามที่แสดงในตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา

องค์ประกอบการจัดงานกีฬา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความปลอดภัยของงานและเส้นทางการแข่งขัน	4.74	0.54	มากที่สุด
2. การจัดการที่ดีภายในงาน	4.68	0.57	มากที่สุด
3. ความเป็นมืออาชีพขององค์ประกอบด้านการกีฬาภายในงาน	4.68	0.58	มากที่สุด
4. ความสะดวกในการเดินทาง	4.50	0.67	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบการจัดงานกีฬา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5. จุดบริการส่วนกลาง เช่น จุดปฐมพยาบาล จุดบริการน้ำ จุดซ่อมบำรุงอุปกรณ์ จุดจอดจักรยาน จุดเช็ควิน	4.49	0.70	มากที่สุด
6. การให้ข้อมูลอย่างเพียงพอใน เว็บไซต์และสื่อออนไลน์	4.37	0.73	มากที่สุด
7. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของงาน	4.36	0.74	มากที่สุด
8. ชื่อเสียงของงาน	4.34	0.77	มากที่สุด
9. ระยะทางที่ต้องเดินทางจากบ้านมาทำงาน	4.29	0.76	มากที่สุด
10. ช่องทางการติดต่อสอบถาม	4.15	0.82	มาก
11. เว็บไซต์ของงานใช้งานง่าย	4.09	0.85	มาก
12. สิ่งที่มีอยู่ในค่าสมัคร เช่น เหรียญ หมวก ขวดน้ำ	4.03	0.88	มาก
13. ประวัติของงาน	3.95	0.86	มาก
14. ความเป็นงานที่ยาวนานของงาน	3.89	0.89	มาก
15. การกล่าวถึงงานในสื่อต่างๆ	3.89	0.90	มาก
16. การให้บริการรถรับ-ส่ง	3.82	0.91	มาก
17. เงินรางวัลจากการแข่งขัน	3.19	1.03	ปานกลาง
รวม	4.20	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการเรียงลำดับตัวแปรทั้ง 17 ตัวขององค์ประกอบการจัดงานกีฬาจากตัวแปรที่ได้รับความเห็นต่อการรับรู้มากที่สุดไปถึงน้อยที่สุดพบว่า มี 9 ตัวแปร ที่ได้รับระดับความคิดเห็นมากที่สุด มี 7 ตัวแปร ได้รับระดับความคิดเห็นระดับมาก และมีเพียง 1 ตัวแปร ที่ได้รับระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง ทำให้ผลรวมแล้วองค์ประกอบการจัดงานกีฬามีการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.78)

ตารางที่ 2 ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ

คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความปลอดภัยของเมือง	4.60	0.62	มากที่สุด
2. ความสะดวกของการคมนาคม	4.49	0.65	มากที่สุด
3. คุณภาพอากาศดี	4.45	0.65	มากที่สุด
4. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก	4.41	0.74	มากที่สุด
5. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาและกิจกรรมกีฬา	4.26	0.72	มากที่สุด
6. เมืองสะอาดและร่มรื่น	4.26	0.72	มากที่สุด
7. ผู้คนที่เป็นมิตรภายในเมือง	4.20	0.76	มาก
8. ทิวทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.20	0.76	มาก
9. เป็นเมืองที่น่าอยู่	4.08	0.87	มาก
10. การบริการคุณภาพสูงภายในเมือง	3.98	0.79	มาก
11. ราคาสินค้าภายในเมืองเป็นราคาเดียวกับคนท้องถิ่น	3.89	0.91	มาก
12. ข้อมูลและสิ่งสนับสนุนแก่นักท่องเที่ยว	3.80	0.92	มาก
13. เป็นเมืองที่ทำให้มีพลังและรู้สึกเร้าใจ	3.78	0.92	มาก
14. มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรม	3.70	0.91	มาก
15. ความเป็นใจกลางเมืองแบบนานาชาติ	3.68	0.89	มาก
16. เป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม	3.64	0.97	มาก
17. ความทันสมัยด้านเทคโนโลยีของเมือง	3.57	0.92	มาก
18. เป็นเมืองที่น่าตื่นเต้น	3.51	0.97	มาก
19. แหล่งช้อปปิ้ง	3.25	0.94	ปานกลาง
20. บรรยากาศสถานบันเทิงยามค่ำคืน	3.04	1.06	ปานกลาง
รวม	3.94	0.83	มาก

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการเรียงลำดับตัวแปร ทั้ง 20 ตัวของคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ จากตัวแปร ที่ได้รับความความคิดเห็นต่อการรับรู้มากที่สุดไป ถึ้น้อยที่สุด พบว่ามี 6 ตัวแปร ที่ได้รับระดับความคิดเห็น มากที่สุด มีถึง 12 ตัวแปร ได้รับระดับความคิดเห็น ระดับมาก และมีเพียง 2 ตัวแปร ที่ได้รับระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง ทำให้ผลรวมแล้วองค์ประกอบ การจัดงานกีฬามีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$, S.D.=0.83)

ตารางที่ 3 ระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยต่อ คุณภาพการให้บริการของงาน

คุณภาพการให้บริการของงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ได้รับประสบการณ์กีฬาที่ ยอดเยี่ยม	4.61	0.54	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ของงานให้บริการ ด้วยความรวดเร็ว	4.57	0.60	มากที่สุด
3. บรรยากาศภายในงาน	4.57	0.57	มากที่สุด
4. ได้รับประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	4.56	0.61	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่ของงานมีความสุภาพ	4.54	0.59	มากที่สุด
6. เจ้าหน้าที่ของงานมีความรู้ เกี่ยวกับงาน	4.54	0.63	มากที่สุด
7. การบริการและการจัดงานที่ ออกแบบมาอย่างดี	4.52	0.61	มากที่สุด
8. ได้รับการมีส่วนร่วมในเชิงบวก	4.49	0.63	มากที่สุด
9. การเข้าถึงจุดหมาย (สถานที่ จัดงาน)	4.47	0.61	มากที่สุด
10. การเข้าร่วมการแข่งขันทำให้ เป็นนักกีฬาที่ดีขึ้น	4.46	0.66	มากที่สุด
11. เจ้าหน้าที่ของงานมีการ ตอบสนองได้ดี	4.41	0.72	มากที่สุด
12. คุณภาพของที่พักร	4.37	0.65	มากที่สุด
13. การสนับสนุนจากผู้ชม ระหว่างงาน	4.36	0.69	มากที่สุด

ตารางที่ 3 (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการของงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
14. รายการความบันเทิงระหว่าง การแข่งขัน	4.15	0.86	มาก
รวม	4.47	0.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยได้ทำการเรียงลำดับตัวแปร ทั้ง 14 ตัวของคุณภาพการให้บริการของงานโดยรอบ จากตัวแปร ที่ได้รับความความคิดเห็นต่อการรับรู้มากที่สุดไป ถึ้น้อยที่สุด มีถึง 13 ตัวแปร ได้รับระดับความคิดเห็น ระดับมาก และมีเพียง 1 ตัวแปร ที่ได้รับระดับความคิดเห็น ระดับปานกลาง ทำให้ผลรวมแล้วองค์ประกอบ การจัดงาน กีฬามีการรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47$, S.D.=0.64)

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาระดับการรับรู้ที่มีต่อปัจจัยส่งผลของ องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจ กลับเข้าร่วมงานซ้ำของนักไตรกีฬาชาวไทยที่เคยเข้า แข่งขันงานไตรกีฬาในประเทศไทย พบว่า ความปลอดภัย ของงานและเส้นทางการแข่งขัน (Event and course safety) เป็นตัวแปรที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด การจัดการ ภายในงานที่ดี (Well organized) และความเป็นมืออาชีพ ขององค์ประกอบด้านการกีฬาภายในงาน (Professional sport components within event) ถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 2 โดยมีคะแนนต่ำกว่าอันดับแรกเล็กน้อย ผลการวิจัย สอดคล้องกับการศึกษาของ Buning and Gibson (2016) ที่ทดสอบว่าการจัดการภายในงานที่ดีและความปลอดภัย ของงาน และเส้นทางการแข่งขันก็ถูกจัดอยู่ในสองลำดับ สูงสุดที่ถูกรับรู้ในหมู่ผู้เข้าร่วมแข่งขันงานปั่นจักรยาน ในลำดับที่สลับกับงานวิจัยในครั้งนี้ อย่างไรก็ตามผลการ วิเคราะห์ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเดิม เช่น ความเป็นมืออาชีพ

ขององค์ประกอบด้านการกีฬาภายในงานถูกจัดอันดับอยู่ท้ายตารางในงานที่ได้กล่าวถึง มากกว่านั้นความปลอดภัยของอีเวนต์ถูกตัดออกจากตัวแปรหลังจากการวิเคราะห์ในงานศึกษาของ Kaplanidou and C Vogt (2010) สำหรับการศึกษาี้ความปลอดภัยของเมืองได้รับการจัดอันดับให้อยู่ในอันดับต้นๆ ด้วยการรับรู้ในระดับดี ผลลัพธ์ที่ได้แสดงถึงความตระหนักถึงความปลอดภัยของนักไตรกีฬาชาวไทยที่เข้าร่วมการแข่งขันไตรกีฬาในประเทศไทยทั้งในแง่ของการจัดงานและเมืองหรือสถานที่จัดงาน

ในแง่ของคุณลักษณะที่ได้รับการรับรู้ในระดับปานกลางของงานวิจัยนี้ได้แก่ เงินรางวัลจากการแข่งขันแหล่งช้อปปิ้งและบรรยากาศสถานบันเทิงยามค่ำคืนสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chen and Funk (2010) ที่แหล่งช้อปปิ้งและบรรยากาศสถานบันเทิงยามค่ำคืนถูกกำหนดเป็นตัวแปรที่ได้รับความสำคัญในระดับน้อยในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานและผู้เข้าแข่งขันกรีฑาที่จัดขึ้นโดยสมาคมกรีฑาแห่งยุโรป (European athletics championship) และเงินรางวัลจากการแข่งขันก็ถูกจัดอยู่ในอันดับสำคัญน้อยที่สุดในหมู่ของนักแข่งขันปั่นจักรยานชาวออสเตรเลีย (Buning & Gibson, 2016; Getz & McConnell, 2011)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับการรับรู้ของนักไตรกีฬาชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบการจัดงานกีฬา คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบและคุณภาพการให้บริการของงานสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. สำหรับองค์ประกอบการจัดงาน มี 9 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับมากที่สุด มี 7 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับมาก มีเพียง 1 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับปานกลาง โดยรวมแล้วองค์ประกอบการจัดงานได้รับการรับรู้ในระดับมาก

2. สำหรับคุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบ มี 6 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับมากที่สุด มี 12 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับ และ มีเพียงแค่ 2 ตัวแปร ที่ได้รับการรับรู้ในระดับปานกลาง ทำให้คุณลักษณะของสถานที่จัดงานโดยรอบมีการรับรู้ในระดับมาก

3. สำหรับคุณภาพการให้บริการของงาน มี 13 ตัวแปร ได้รับการรับรู้ในระดับมากที่สุด และ 1 ตัวแปร ได้รับการรับรู้ในระดับมาก ดังนั้นองค์ประกอบคุณภาพการบริการของงานได้รับการรับรู้ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักวิชาการและผู้สนใจ สามารถนำตัวแปรที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปเพิ่มเติมองค์ประกอบในการศึกษาในกลุ่มศึกษาที่ยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ หรือสามารถนำไปประยุกต์กับงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทอื่นที่มีตัวแปรใกล้เคียงกัน

2. ผู้ดูแลและปฏิบัติงานด้านการพัฒนาพื้นที่สามารถนำตัวแปรในองค์ประกอบของคุณลักษณะของพื้นที่การจัดงาน เช่น ความปลอดภัยของเมือง ความสะอาดของการคมนาคม คุณภาพอากาศดี สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา และกิจกรรมกีฬา เมืองสะอาดและร่มรื่น ไปใช้เพื่อพัฒนาพื้นที่หรือสถานที่ที่มีศักยภาพในการจัดงานแข่งขันไตรกีฬา หรือสรรหาพื้นที่ที่อาจจะมีคุณลักษณะที่สำคัญอยู่แล้วมาพัฒนาและสนับสนุนให้เป็นพื้นที่คุณภาพในการจัดงานไตรกีฬาชั้นนำของประเทศไทยในอนาคต

3. ผู้จัดงานแข่งขันกีฬา สามารถคำนึงถึงตัวแปรในทั้งสามองค์ประกอบที่มีระดับการรับรู้ระดับมากที่สุด ในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานชาวไทยเมื่อ

ต้องการจะจัดงานแข่งขันไตรกีฬาในประเทศไทย เช่น ตัวแปรด้านความปลอดภัยที่ได้รับคะแนนการรับรู้ในระดับมากที่สุดทั้งในแง่ของงานอีเว้นท์เองและสถานที่จัดงานโดยรอบ ดังนั้น ผู้จัดงานจะต้องหาช่องทางในการสื่อสารให้ผู้เข้าร่วมงานหรือสนใจเข้าร่วมงานรับรู้ถึงความปลอดภัยที่มีภายในงาน เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีสัดส่วนผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำนวนมาก อาจจะต้องคำนึงถึงมุมมองที่แตกต่างกันของผู้เข้าร่วมงานต่างวัฒนธรรมด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แถลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วันที่ 21 ธันวาคม 2559*. สืบค้นจาก <https://mots.go.th/content.php?nid=8255&filename=>
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 36-52.
- Beerli, A., & Martin, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Boit, J., & Doh, M. (2014). *The role of destination attributes and visitor satisfaction on tourist repeat visit intentions: the case of lake nakuru national park, Kenya*. Paper presented at the The 26th Annual Northeastern Recreation Research Symposium, Cooperstown, New York.
- Buning, R. J., & Gibson, H. J. (2016). The role of travel conditions in cycling tourism: implications for destination and event management. *Journal of Sport Tourism*, 20(3-4), 175 - 193.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-36.
- Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring destination image, experience and revisit intention: A comparison of sport and non-sport tourist perceptions. *Journal of Sport and Tourism*, 15(3), 239-259.
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29, 624-636.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- Dongfeng, L. (2013). Major sports events, destination image and intention to revisit from the foreign tourist's perspective. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 15(3), 23-34.

- Funk, D. C., Toohey, K., & Bruun, T. (2008). International sport event participation: Prior sport involvement; destination image; and travel motives. *European Sport Management Quarterly*, 7(3), 227-248.
- Getz, D., & McConnell, A. (2011). Serious Sport Tourism and Event Travel Careers. *Journal of Sport Management*, 25(4), 326-338.
- Gwinner, K. (1997). A model of image creation and image transfer in event sponsorship. *International Marketing Review*, 14(3), 145-158. doi: 10.1108/026513397101702 21
- Hallmann, K., Kaplanidou, K., & Breuer, C. (2010). Event image perceptions among active and passive sports tourists at marathon races. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 12(1), 32-47. doi: 10.1108/IJSMS-12-01-2010-B005
- Hallmann, K., Zehrer, A., & Müller, S. (2010). Perceived destination image: An image model for a winter sports destination and its effect on intention to revisit. *Journal of Travel Research*, 54(1), 94-106.
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2012). Event image and traveling parents' intentions to attend youth sport events: a test of the reasoned action model. *European Sport Management Quarterly*, 12(1), 3-18.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- MacKenzie, S. B., Lutz, R. J., & Belch, G. E. (1986). The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: A test of competing explanations. *Journal of Marketing Research*, 23, 130-143.
- Ozdemir, B., Aksu, A., Ehtiyar, R., Çizel, B., Cizel, R., & Tarcan içigen, E. (2012). Relationships Among Tourist Profile, Satisfaction and Destination Loyalty: Examining Empirical Evidences in Antalya Region of Turkey. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(5), 506-540.
- Sampat, M. (2014, September). Sports Tourism: Key drivers of tourism. *Voyager's World*. Retrieved from <https://silo.tips/download/key-drivers-of-tourism>
- Shonk, D. J. (2006). Perception of service quality, satisfaction and the intent to return among tourist attending a sporting event. *A dissertation for a doctoral degree of Philosophy, Graduate School, The Ohio State University*.
- Sonne, F. H. (Producer). (2016, June 15). Thailand is entering the sports tourism era. *ScandAsia: Business News*. Retrieved from <https://scandasia.com/thailand-is-entering-the-sports-tourism-era/>
- Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16, 85-96.

- Theodorakis, N. D., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of event service quality and satisfaction on happiness among runners of a recurring sport event. *Leisure Sciences*, 37(1), 87-107.
- Um, S., Chon, K., Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158.
- Williams, P., & Soutar, G. N. (2009). Value, satisfaction and behavioral intentions in an adventure tourism context. *Annals of Tourism Research*, 36(3), 413-438.
- Zhou, X. (2015). *Expectations of Sport Event Tourism Experiences* (Master's thesis, Department of Service Management and Service Studies). Lund University, Lund, Sweden.