

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อความตั้งใจซ้ำ การแข่งขันวิ่งมาราธอนเช้า จอมบึงมาราธอน 2563

A study of Motivation in Sport Tourism of Impact on Intention
to Revisit for Sport Event in Chombueng Marathon 2020.

นันทน์ภัส ผลताल

Nannapat Pholtan

¹สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา, โทร. 089-5099422

¹Sport Science. Faculty of Sport Science and Technology, Tel. 089-5099422

e-mail: p.nannapat.p@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในรายการจอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 ประจำปี 2563 จำนวน 450 คน ได้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามสมบูรณ์จำนวน 351 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.00 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบได้ปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย ไม่มีข้อคำถามข้อใดถูกลดคำถามไปจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ ได้แก่ ความไว้วางใจ (Trust) บอกเล่าประสบการณ์ (Experience) การบอกต่อ (Word of Mouth) ความรู้ (Cognition) การทำซ้ำ (Repeat) และ เจตคติ (Attitude) ตามลำดับ ซึ่งแต่ละปัจจัยสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน 31.91 16.31 14.40 11.48 9.59 และ 7.71 ตามลำดับ และอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนสะสมได้ร้อยละ 91.39 ทั้ง 6 ปัจจัยมีค่าพิสัยของค่า Eigenvalue อยู่ระหว่าง 5.425 – 1.310

สรุปผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 มีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง สามารถนำไปใช้งานได้จริงในการนำไปประยุกต์ใช้เป็นปัจจัยในการพัฒนาการดำเนินงานและการจัดการแข่งขันที่ให้ความสำคัญกับผู้เข้าร่วม โดยเฉพาะการรักษาความเชื่อมั่นสร้างความจงรักภักดีอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมดปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ความไว้วางใจ (Trust)

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, ความตั้งใจซ้ำ, จอมบึงมาราธอน

Abstract

The objective of the development Exploratory Factor Analysis of A study of Motivation in Sport Tourism of Impact on Intention to Revisit for Sport Event in

Chombueng Marathon 2020 No.35. Researcher use random method to study by collecting 480 samplings from population to analysis. The research result has found that there are only 351 reply back or equal 78.00%. Thus, Survey Factors to analysis of motivation in Sport Tourism of impact on intention to revisit for Sport Event. There are six factors to explain about the variable of analysis of intention to revisit for Sport Event; Trust, Experience, Word of Mouth, Cognition, Repeat, and Attitude. Thus, these factor scan explain about the variable of intention to revisit for Sport Event with percentage as following; 31.91 16.31 14.40 11.48 9.59 and 7.71. Also explain about the variable of intention to revisit for Sport Event cumulative with percentage 91.39 The Eigenvalue range is between 5.425 – 1.310

The research study is show about Exploratory Factor Analysis of A study of Motivation in Sport Tourism of Impact on Intention to Revisit for Sport Event in Chombueng Marathon 2020 have a confidence and validity for supporting to plan and management in Sport Event. Results of perspectives revealed six factors and the most important factor was Trust.

Keywords: Motivation in Sport Tourism, Intention to Revisit, Chombueng Marathon

บทนำ

นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง ตามที่รัฐบาลมีนโยบายชัดเจนให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่ “เมืองรอง” มากขึ้นเพื่อให้เม็ดเงินมาสะพัดที่เมืองรองและกระจายลงสู่ท้องถิ่น หนุนให้เกิดการกระจายรายได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำจากจำนวนเมืองรอง 55 แห่งที่รัฐบาลประกาศเพื่อสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือกระจายรายได้เข้าไปสู่ 55 เมืองรอง ด้วยการวางโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เอื้อกับการเดินทางและเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เห็นได้ว่ารัฐบาลเร่งลงทุนใน เมกะโปรเจกต์ เช่น การวางโครงข่ายการคมนาคมสร้างระบบรางรถไฟที่พาดผ่านเมืองรอง และการพัฒนาสนามบินในภูมิภาค

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มอบหมายให้เร่งคิดและลงมือทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองและชุมชนสามารถแจ้งเกิดได้อย่างเต็มตัวและยั่งยืน ส่งผลให้ครึ่งแรกของปี 2561 การท่องเที่ยวใน 55 เมืองรองมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้ถึง 1.16 แสนล้านบาท เติบโตกว่า 9 เปอร์เซ็นต์จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศที่ไหลเข้าสู่เมืองรอง รวมกันกว่า 38 ล้านคน เพิ่มขึ้นเกือบ 5 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว จึงเร่งขยายผลผลักดันนโยบาย การท่องเที่ยวไทยปี 2561 ต่อเนื่องถึงปี 2562 หวังให้เม็ดเงินจากการท่องเที่ยวได้กระจายอย่างทั่วถึงและ

ลงลึกถึงระดับชุมชน ยกย่องระดับรายได้ของฐานรากให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อผลักดันให้ชุมชนมีส่วนร่วมและเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หนุน “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นผู้รับใช้ชุมชน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงพร้อมบูรณาการความร่วมมือกับทุกกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมผลักดันมาตรการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวเมืองรองมากขึ้น เช่น มาตรการภาษีและจัดอบรมสัมมนาในจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด สามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามที่ใช้จ่ายจริง สูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท ซึ่งจะสิ้นสุดมาตรการนี้ในวันที่ 31 ธันวาคม 2561 การท่องเที่ยววันนี้ไปต้องเป็นการท่องเที่ยวที่รับใช้ชุมชน ให้ท่องเที่ยวช่วยกระจายรายได้ผ่านการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้เสริมแก่คนในชุมชน โดยที่คนในชุมชนไม่จำเป็นต้องทิ้งอาชีพหลักเพื่อมาทำท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่สามารถทำควบคู่กันไปได้ นอกจากช่วยสร้างรายได้เสริม กระจายความเสี่ยง สนับสนุนให้คนในชุมชนได้เรียนรู้การมีรายได้จากหลากหลายช่องทางแล้ว ยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำภายในสังคม ยกย่องรายได้ในชุมชนและท้องถิ่นให้ดีขึ้น เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน พรรณี ตั้งใจสถาปัติย์ (2561) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นสิ่งที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างสูง

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) กล่าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวว่ามียอดประกอบอยู่ 5 ส่วน คือ

- 1) การเข้าถึง คือ มีถนนที่อยู่ในสภาพใช้งานได้ สถานที่เข้าถึงง่าย มีขนส่งประเภทต่าง ๆ ที่เข้าถึงได้
- 2) มีกิจกรรมภายในสถานที่ ซึ่งผู้มาเยือนสามารถมีส่วนร่วมได้
- 3) มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และเพียงพอต่อสิ่งที่ต้องการ เช่น สาธารณูปโภค โทรศัพท์ โรงพยาบาล ร้านอาหาร ร้านของฝาก เป็นต้น
- 4) สิ่งที่สามารถดึงดูดใจ ทั้งในตัวสถานที่เองและกิจกรรม
- 5) ที่พัก คือ บริเวณใกล้เคียง หรือในสถานที่ท่องเที่ยว มีที่พักผ่อนชั่วคราวหรือ ค้างคืน สำหรับนักท่องเที่ยว จากแนวคิดด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าการ ท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งที่เกิดมาจากองค์ประกอบหลายส่วนร่วมกัน เช่น ต้องมีงบในการท่องเที่ยว มีเวลา และโอกาสมีสถานที่เที่ยวที่ดึงดูดใจ สามารถซื้อของที่ระลึกหรืออาหารได้โดยสะดวก สามารถเดินทาง ไปเที่ยวได้ง่าย มีที่พักผ่อนและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ รวมถึงมีการต้อนรับที่สร้างความประทับใจจากชุมชนในท้องถิ่น

การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นเชื่อว่าเกิดจากปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคลขึ้น โดยปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ ความอยากจากภายในตัวบุคคล ความต้องการของบุคคลจะเป็นชนวนที่ทำให้เกิดความอยากที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วยด้านกายภาพ เมื่อร่างกายที่ต้องการการพักผ่อน อยากหลีกเลี่ยง เปลี่ยนบรรยากาศ หรือคือการออกจากชีวิตที่จำเจ ได้เจอสิ่งใหม่ เช่น พบเจอสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยพบเจอ ได้ไปเยือนสถานที่ที่แตกต่างจากที่เคยพบเห็นมาก่อน ความภูมิใจที่ได้ไปยังที่ใหม่ๆ ความอยากไปเรียนรู้ ไปศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่าง ไปพบปะผู้คน ไปเข้าสังคมและรู้จักคนเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ ประกอบไปด้วยปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่ช่วยในการตัดสินใจหรือดึงดูดใจ เช่น กิจกรรม ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลงานสำคัญ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เกี่ยวข้อง ราคา

เดินทางหรือที่พัก เป็นต้น ทั้งนี้มูลเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว คือ มูลเหตุที่มาจากทั้งแรงผลักดันและแรงดูด ได้แก่ การหนีความจําเจ การกระทำตามกันเลียนแบบ การไปสัมผัสภูมิอากาศที่แตกต่าง การแสวงหา ความสุขด้านเพศ การจับจ่ายใช้สอย การผจญภัย ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความอยากไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญ ความสะดวกของการจองที่พักหรือการเดินทาง การจองผ่าน บริษัทนาเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ การไปร่วมกิจกรรมกีฬาหรือกิจกรรมทางดนตรี การศึกษา การประชุมสัมมนา เป็นต้น Pearce, Morrison & Rutledge (1998)

การศึกษาถึงความตั้งใจซ้ำที่เกิดจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมาศึกษาเพื่อให้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ซึ่งจากการศึกษานั้นจะเป็นข้อมูลสนับสนุนการจัดการแข่งขันและวางแผนระดับกลยุทธ์เพื่อให้รายการการแข่งขันมีประสิทธิภาพมากขึ้นและมีจำนวนผู้เข้าร่วมเพิ่มขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักกีฬาที่มีความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563
2. เพื่อศึกษาระดับและความแตกต่างประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563
3. เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563

การทบทวนวรรณกรรม

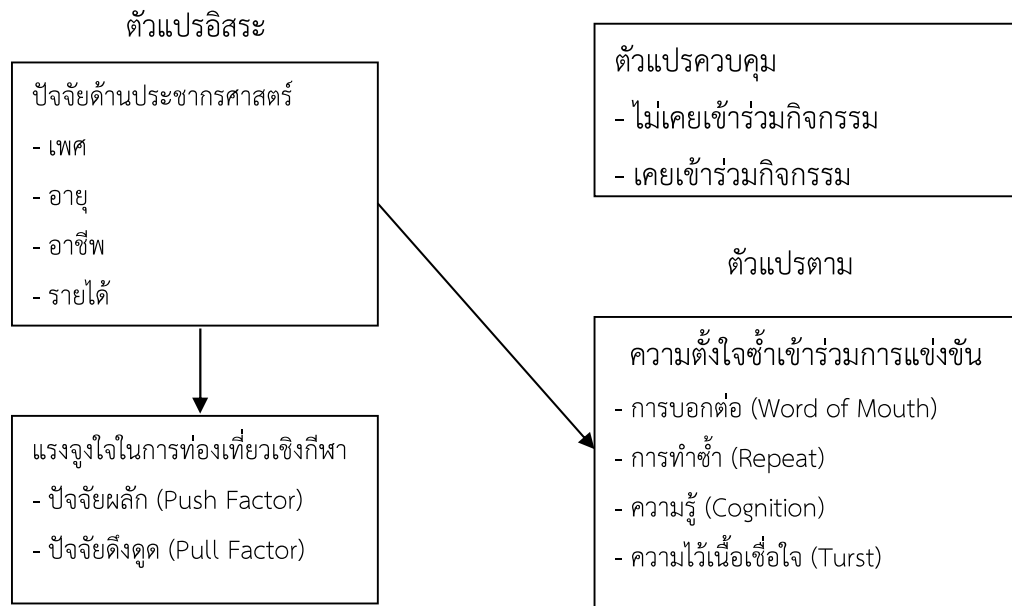
ผู้วิจัยได้รวบรวมจากศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ได้ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามแนวคิดของ Pearce, Morrison & Rutledge (1998) ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factor)
2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)

ส่วนความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน ตามแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) ร่วมกับแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ตามแนวคิดของ Schiffman and Kanuk (2005); Lutz (1991) มาปรับใช้เพื่อประเมินความตั้งใจ ออกเป็น 4 ปัจจัยเท่ากับ 20 ตัวแปร ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ

1. การบอกต่อ (Word of Mouth)
2. การทำซ้ำ (Repeat)
3. ความรู้ (Cognition)
4. ความไว้วางใจ (Trust)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross Sectional Study) การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563

ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในรายการจอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 ประจำปี 2563 ในระยะทางมาราธอน, ฮาล์ฟมาราธอน และมินิมาราธอน จากสถิติปี 2555-2560 มีผู้เข้าร่วมมากกว่า 5000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนในรายการจอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 35 ประจำปี 2563 เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ จำนวน 10 - 20 เท่าของตัวแปร โดยใช้กฎแห่งความชัดเจนสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) สำหรับการวิจัยนี้มีตัวแปรทั้งหมด 20 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดตัวอย่างจำนวน 15 เท่าของตัวแปรได้เท่ากับ 300 ชุด ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 450 ราย

ได้รับแบบสอบถามที่ตอบสนองบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 351 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.00 และมากเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรที่ทำการศึกษาได้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ไปทำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Correlation Coefficient) เพื่อประเมินคุณภาพและความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามแต่ละตอน และตั้งข้อสังเกตว่าแต่ละข้อถามนั้นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และนำมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Object Congruence : IOC) เท่ากับ 0.89 ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปใช้ทดลอง (Try out) กับประชากรโดยเลือกที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ จำนวน 30 คน เพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องแบบวัดแต่ละตอนและตั้งข้อสังเกต จากนั้นนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยต่อไป ส่วนการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยส่วนของตัวแปรความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน ประกอบด้วย 20 ตัวแปรใช้เกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นโดยค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้เท่ากับ .60 ของการ์ซาลิ (Ghazali, 2008: 165) และได้นำเฉพาะข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าเกณฑ์ไปวิเคราะห์ต่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย ซึ่งตัวแปรทั้งหมดมีค่าความเชื่อมั่นเหมาะสมตามเกณฑ์

วิธีการรวบรวมข้อมูลและการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาของงานวิจัย และทบทวนแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยและแบบสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันความสอดคล้องของการศึกษาทบทวนเอกสาร และงานวิจัยข้างต้น

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พัฒนาเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปสู่การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล แปลความ ตีความ และสรุปผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย และประเมินความเหมาะสมและเป็นไปได้ของการศึกษา แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows Version 16 และสถิติทดสอบต่างๆ ในการวิเคราะห์ นำเสนอและการสรุปผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย

- การทดสอบระดับและความแตกต่างประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ด้วยค่า T-test

- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ของปัจจัยความตั้งใจเข้าเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563

- การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ ใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบมูมจากด้วยวิธี Varimax เพื่อหาจำนวนปัจจัยที่เหมาะสม เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความตั้งใจเข้าเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามชนิดแบบตอบเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่พัฒนามาจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมไปเก็บข้อมูลตามกรอบระยะเวลาของการศึกษานี้ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามใช้มาตราวัดการประเมินค่าแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) 5 ระดับ (รัตนา ศิริพานิช, 2533) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรในการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบหลังจากตัดคำถามแล้วจำนวน 20 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อยู่ระหว่าง -0.121 - 0.780 ตามตารางที่ 4.11 โดยตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ยกเว้นตัวแปรการเป็นผู้จัดงานวิ่งระดับชาติและได้รับการตอบรับอย่างดีจะมีผลต่อศักยภาพและแผนงานระยะยาวของผู้จัดงานวิ่ง (X6) ตัวแปรผู้จัดกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอนต้องรักษาใส่ใจกับคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับนักวิ่งติดตามดูแลความสัมพันธ์ (X17) และตัวแปรการเข้าร่วมงานวิ่งเข้าเพราะอยู่ในแผนการดำรงชีวิตของท่านอยู่แล้ว (X10) รวม 3 ตัวแปร ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติและไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งได้ตัดตัวแปร 3 ตัวข้างต้นออกเพื่อนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 17 ตัวแปร

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของ Devis (Devis's criteria) ในการอธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าว ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01 - 0.09 แสดงว่าตัวแปรทำนายไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเกณฑ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อยู่ระหว่าง 0.10 - 0.29 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อยู่ระหว่าง 0.30 - 0.49 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์อยู่ระหว่าง 0.50 - 0.69 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับสูง และหากค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับสูงมาก ข้างต้น (Devis, 1971 อ้างถึงใน กิตติพงศ์ พูลชอบ, 2556)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลงและนำตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงมาจัดกลุ่มอยู่ในปัจจัยเดียวกัน และเพื่อยืนยันว่าคำถามแต่ละข้ออยู่กลุ่มปัจจัยที่เหมาะสม ด้วยการประเมินความเที่ยงตรงกับเกณฑ์ (Criterion-related validity) ผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยตารางเมตริกซ์สหพันธ์ และยืนยันว่าตัวแปรนั้นมีการกระจายตัวเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยซึ่งมีการพิจารณาค่าสถิติประกอบด้วย

ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : KMO (Kaiser. H. F., 1974 and De Vaus, 1995) ซึ่งเกณฑ์จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 หรือค่าจะเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันและสามารถเป็นตัวแทนได้จริง ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ถือว่ามีค่าระดับสูง แสดงว่าตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยมีความเหมาะสม (Nunnally, 1967 and Williams, Brown, & Onsman, 2010) ค่า KMO ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่ายอมรับได้

ค่า Bartlett's Test of Sphericity เป็นการพิจารณาและทดสอบสมมติฐานถ้ามีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (Bartlett's, 1954) ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายถึงตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์มีลักษณะเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์อย่างเหมาะสม

ค่า Eigenvalue เพื่อพิจารณาปัจจัยที่เหมาะสมและหยุดการสร้างปัจจัย ผู้วิจัยทำการสกัดปัจจัย ค่าสถิติเพื่อพิจารณาจำนวนขององค์ประกอบ การระบุเกณฑ์ของ ค่า Eigenvalue มีค่ามากกว่า 1.00 จะถือว่าเป็นกฎที่ดีที่สุดของการสกัดปัจจัย (Gorsuch, 1983 and Zwick & Velicer, 1986 and De Vaus, 1995 and Tabacnick & Fidell, 2007)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ตัวแปรทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักปัจจัยระดับสูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย ผู้วิจัยทำการหมุนแกนปัจจัยแบบมุมฉากด้วยวิธี Varimax ผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่าน้ำหนักปัจจัยในแต่ละปัจจัยค่าความผันแปรของตัวแปร หรือค่า Commuality ที่สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัย พิจารณาจากสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดที่มีต่อปัจจัยคือ ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ดังนั้น ตัวแปรจะอยู่ในปัจจัยใดหรือองค์ประกอบใดให้พิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Joseph F. Hair, Jr. 2010) ทั้งนี้ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยทุกตัวค่ามีความผันแปรของตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.644 - 0.956 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าน้ำหนักปัจจัยจากการหมุนแกนปัจจัยแบบมุมฉากด้วยวิธี Varimax

ข้อ	คำถาม	ค่าน้ำหนักปัจจัย						Commuality
		1	2	3	4	5	6	
	ความไว้วางใจ (Trust)							
15	ท่านอยากบอกให้ผู้จัดการแข่งขันมาราธอนรับรู้ถึงความต้องการของท่านถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ (X15)	.904						.904
19	ท่านให้ความไว้วางใจในงานวิ่งมาราธอนนี้เพราะการจัดงานไม่เคยทำให้ท่านผิดหวัง (X19)	.897						.897
17	การตัดสินใจเข้าเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนอีกเพราะท่านรู้สึกไว้ใจผู้จัดงานวิ่งในปัจจุบัน (X17)	.851						.851
13	ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรงของท่านเอง (X13)	.834						.834
	บอกเล่าประสบการณ์ (Experience)							
2	ท่านอยากบอกเล่าถึงประสบการณ์ ในการเป็นการแข่งขันวิ่งมาราธอนให้ผู้อื่นรับรู้ (X2)		.956					.954

ตารางที่ 1 แสดงค่าน้ำหนักปัจจัยจากการหมุนแกนปัจจัยแบบมุมฉากด้วยวิธี Varimax (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	ค่าน้ำหนักปัจจัย						Communality
		1	2	3	4	5	6	
	การบอกต่อ (Word of Mouth)							
3	ท่านมีทัศนคติที่ดีต่องานวิ่งและกล่าวชื่นชมผู้จัด แนะนำวิธีการประชาสัมพันธ์องค์กรด้วยการเป็น ผู้สนับสนุน (X3)			.956				.954
18	ท่านอยากบอกให้ผู้จัดการแข่งขันมาราธอนรับรู้ถึง ความต้องการของท่านถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ (X15)			.857				.937
1	ท่านส่งเสริมให้บุคคลอื่นมาเข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่ง มาราธอนที่ท่านชื่นชอบเท่านั้น (X1) ความรู้ (Cognition)			.681				.982
12	ท่านเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารและวิธีการต่างๆ ของ การเป็นเข้าร่วมกิจกรรมจากเว็บไซต์ก่อนการ ตัดสินใจ (X12)				.955			.950
8	การเข้าร่วมงานวิ่งข้างจะเกิดขึ้นถ้าผู้จัดงานมีความ เอาใจใส่ และดูแลความปลอดภัยเป็นอย่างดี (X8) มีความพึงพอใจ 95.70				.851			.957
3	ท่านพูดถึงการแข่งขันวิ่งมาราธอนในเชิงบวก และเมื่อมีคนกล่าวถึงงานวิ่งนั้นในแง่ลบท่านจะ คอยแก้ต่างให้เสมอ (X3)				.834			.954
14	ท่านพิจารณาข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับผลการ ดำเนินงานของงานวิ่งเพื่อประกอบการตัดสินใจ เข้าร่วมซ้ำ (X14) การทำซ้ำ (Repeat)				.714			.952
11	ท่านมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบ ระยะทาง และวิธีการวิ่งมาราธอนก่อนจึงได้ตัดสินใจเข้าร่วม (X11)					.844		.929
9	ถ้ามีงานวิ่งอื่นที่มีผลงานดีจากการกล่าวถึงของ ผู้อื่นท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปเข้าร่วมเพราะเชื่อมั่น ในงานนั้น(X9)					.671		.707
7	ท่านจะเลือกเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนที่ท่านเคยเข้า ร่วมเป็นอันดับแรกๆ เพราะท่านมีความผูกพันทำ ให้ท่านเข้าร่วมซ้ำ (X7) เจตคติ (Attitude)					.644		.949
20	ท่านได้รับสิทธิประโยชน์ต่างตอบแทนครบถ้วน และสม่ำเสมอทำให้ท่านให้ความไว้วางใจผู้จัดงาน เป็นที่สุด (X20)						.882	.987
5	ท่านเชื่อว่าการบอกต่อเป็นผลดีกับผู้อื่นที่ท่านบอก ต่อเสมอ (X5)						.827	.932

จากตารางที่ 1 พบว่าเมื่อหมุนแกนปัจจัยแบบหมุนฉากด้วยวิธี Varimax ข้อคำถามมีการรวมกลุ่มทำให้สามารถจัดข้อคำถาม (ตัวแปร) แบ่งกลุ่มปัจจัยได้ทั้งหมด 6 ปัจจัย และมีค่าคะแนนน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.50 ทั้ง 17 ตัวแปร และสามารถจัดกลุ่มปัจจัยเป็น 6 ปัจจัยดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร X15 X19 X17 X13

ปัจจัยที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร X2

ปัจจัยที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร X3 X18 X1

ปัจจัยที่ 4 ประกอบด้วยตัวแปร X12 X8 X3 X14

ปัจจัยที่ 5 ประกอบด้วยตัวแปร X11 X9 X7

ปัจจัยที่ 6 ประกอบด้วยตัวแปร X20 X5

จากตารางข้างต้นพบว่า การศึกษาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ในแต่ละคำถามที่ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยที่มีค่าตั้งแต่ 0.05 ขึ้นไป และผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) ที่แสดงค่าของโครงสร้างของปัจจัย โดยเริ่มต้นจากการสร้างคำถามและนำข้อคำถามเข้าวิเคราะห์ ซึ่งมีทั้งหมด 17 ข้อ ผลการวิเคราะห์ความตรงตามโครงสร้างและพบว่า ได้ปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย โดยไม่มีการลดข้อคำถามและมีรายละเอียดของการนำข้อคำถาม ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 ความไว้วางใจ (Trust) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 1 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .834 - .904 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านอยากบอกให้ผู้จัดการแข่งขันมาราธอนรับรู้ถึงความต้องการของท่านถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ (X15) มีความผันแปรร้อยละ 90.40 ท่านให้ความไว้วางใจในงานวิ่งมาราธอนนี้เพราะการจัดงานไม่เคยทำให้ท่านผิดหวัง (X19) มีความผันแปรร้อยละ 89.70 การตัดสินใจซ้ำเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอนอีกเพราะท่านรู้สึกไว้วางใจผู้จัดงานวิ่งในปัจจุบัน (X17) มีความผันแปรร้อยละ 85.10 และความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรงของตนเอง (X13) มีความผันแปรร้อยละ 83.40 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 2 บอกเล่าประสบการณ์ (Experience) ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 2 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .956 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านอยากบอกเล่าถึงประสบการณ์ ในการเป็นการแข่งขันวิ่งมาราธอนให้ผู้อื่นรับรู้ (X2) มีความผันแปรร้อยละ 95.40

ปัจจัยที่ 3 การบอกต่อ (Word of Mouth) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 3 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .681 - .956 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านมีทัศนคติที่ดีต่องานวิ่งและกล่าวชื่นชมผู้จัดแนะนำวิธีการประชาสัมพันธ์องค์การด้วยการเป็นผู้สนับสนุน (X3) ท่านรู้สึกว่าการวิ่งมาราธอนที่ท่านได้เลือกแล้วไม่ทำให้ท่านเปลี่ยนใจไปลงวิ่งงานอื่นอย่างแน่นอน (X18) มีความผันแปรร้อยละ 93.70 ท่านส่งเสริมให้บุคคลอื่นมาเข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนที่ท่านชื่นชอบเท่านั้น (X1) มีความผันแปรร้อยละ 98.20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 4 ความรู้ (Cognition) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 4 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .714 - .955 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านเรียนรู้

ข้อมูลข่าวสารและวิธีการต่างๆ ของการเป็นเข้าร่วมกิจกรรมจากเว็บไซต์ก่อนการตัดสินใจ (X12) มีความผันแปรร้อยละ 95.00 การเข้าร่วมงานวิ่งเช้าจะเกิดขึ้นถ้าผู้จัดงานมีความเอาใจใส่ และดูแลความปลอดภัยเป็นอย่างดี (X8) มีความผันแปรร้อยละ 95.70 ท่านพูดถึงการแข่งขันวิ่งมาราธอนในเชิงบวกและเมื่อมีคนกล่าวถึงงานวิ่งนั้นในแง่ลบท่านจะคอยแก้ต่างให้เสมอ (X3) มีความผันแปรร้อยละ 95.40 และตัวแปรท่านพิจารณาข้อมูลทางสถิติเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของงานวิ่งเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมซ้ำ (X14) มีความผันแปรร้อยละ 95.20 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 5 การทำซ้ำ (Repeat) ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 5 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .644 - .844 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านมีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบ ระยะทาง และวิธีการวิ่งมาราธอนก่อนจึงได้ตัดสินใจเข้าร่วม (X11) มีความผันแปรร้อยละ 92.90 ถ้ามีงานวิ่งอื่นที่มีผลงานดีจากการกล่าวถึงของผู้อื่นท่านจะไม่เปลี่ยนใจไปเข้าร่วมเพราะเชื่อมั่นในงานนั้น (X9) มีความผันแปรร้อยละ 70.07 และท่านจะเลือกเข้าร่วมงานวิ่งมาราธอนที่ท่านเคยเข้าร่วมเป็นอันดับแรกๆ เพราะท่านมีความผูกพันทำให้ท่านเข้าร่วมซ้ำ (X7) มีความผันแปรร้อยละ 94.90 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ 6 เจตคติ (Attitude) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ซึ่งมีค่าความผันแปรของตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ 6 โดยมีค่าน้ำหนักระหว่าง .827 - .882 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ท่านได้รับสิทธิประโยชน์ต่างตอบแทนครบถ้วนและสม่ำเสมอทำให้ท่านให้ความไว้วางใจผู้จัดงานเป็นที่สุด (X20) มีความผันแปรร้อยละ 98.70 และตัวแปรท่านเชื่อว่าการบอกต่อเป็นผลดีกับผู้อื่นที่ท่านบอกต่อเสมอ (X5) มีความผันแปรร้อยละ 93.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักปัจจัยจากการหมุนแกนปัจจัยแบบมุมฉากด้วยวิธี Varimax

ชื่อ	คำถาม	ค่าน้ำหนักปัจจัย						Communality
		1	2	3	4	5	6	
ค่า Eigenvalue		5.425	2.773	2.448	1.952	1.631	1.310	
ค่าร้อยละความแปรปรวน (% Variance)		31.91	16.31	14.40	11.48	9.59	7.71	
ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม (Cumulative % Variance)		31.91	48.22	62.62	74.10	83.69	91.39	
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square= 3.050, df = 289, Sig. = .001								
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : KMO = .790								

จากการวิเคราะห์ปัจจัยในตารางที่ 2 พบว่า สามารถอธิบายความผันแปรปรวนของปัจจัยความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ได้ดังนี้ ปัจจัยแรกคือ ความไว้วางใจ (Trust) สามารถอธิบายความผันแปรความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 31.91 ปัจจัยที่ 2 บอกเล่าประสบการณ์ (Experience) สามารถอธิบายสามารถอธิบายความผันแปรความ

ตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 16.31 ปัจจัยที่ 3 การบอกต่อ (Word of Mouth) สามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 14.40 ปัจจัยที่ 4 ความรู้ (Cognition) สามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 11.48 ปัจจัยที่ 5 การทำซ้ำ (Repeat) สามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 9.59 และปัจจัยที่ 6 เจตคติ (Attitude) สามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันได้ร้อยละ 7.71 ทั้งหมด 6 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันสะสมได้ร้อยละ 91.39 ดังจะเห็นได้ว่าเมื่อผู้วิจัยทำการหมุนแกนปัจจัยแล้วพบว่า ได้ปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัยมีพิสัยของค่า Eigenvalue อยู่ระหว่าง 5.425 – 1.310

ผลการวิเคราะห์ เพื่อศึกษาจำนวนองค์ประกอบของปัจจัยความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 นั้น ผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลในส่วนของทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ และนำเสนอในรูปแบบของตารางเมตริกซ์สหสัมพันธ์ และเพื่อยืนยันว่าตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยนั้นมีการกระจายตัวด้วยค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity สำหรับการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (Bartlett's, 1954) ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square เท่ากับ 3.050 , df เท่ากับ 289 และค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งหมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ปัจจัย ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันทำให้ข้อมูลที่ได้มาสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้อย่างเหมาะสม

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเป็นการวัดความพอเพียงของการสุ่มของการเป็นตัวแทนของข้อมูลที่นำมาประเมินการตัดสินใจสนับสนุนกีฬาอาชีพตามมุมมองผู้สนับสนุนขององค์กรในประเทศไทยที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัย พิจารณาจากค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO เกณฑ์ของ KMO จะมีค่าอยู่ ระหว่าง 0 ถึง 1 หรือค่าจะเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันเป็นตัวแทนได้จริง (Kaiser, 1974 และ De Vaus, 1995) ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin เท่ากับ .790 มีค่าเข้าใกล้ 1 ถือว่ามีค่าระดับสูง แสดงว่าตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ปัจจัยมีความเหมาะสม ตามเกณฑ์แล้วถ้าค่า KMO มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปถือว่ายอมรับได้ (Nunnally, 1967 และ Williams *et al.*, 2010) จึงถือว่าเกิดประโยชน์ในการวิเคราะห์ปัจจัย

การวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบปัจจัยความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นปัจจัยความตั้งใจเข้าการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ปัจจัยใหม่ที่สกัดแล้ว

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
ความตั้งใจเข้าเข้าร่วมการแข่งขันโดยรวม	17	4.12	.609	1.000
ความไว้วางใจ (Trust)	4	4.26	.593	.855
บอกเล่าประสบการณ์ (Experience)	1	4.04	.626	.876
การบอกต่อ (Word of Mouth)	3	4.14	.532	.799
ความรู้ (Cognition)	4	4.17	.599	.802
การทำซ้ำ (Repeat)	3	4.16	.591	.887
เจตคติ (Attitude)	2	3.91	.587	.833

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยความตั้งใจเข้าการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 โดยรวม เท่ากับ 4.12 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.609 ซึ่งอยู่ในระดับสูง และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความเชื่อมั่นโดยภาพรวม เท่ากับ 1.000 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมากตามเกณฑ์ เมื่อพิจารณารายตามองค์ประกอบความตั้งใจเข้าการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 ทั้งหมด 6 ปัจจัย ทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง .01 - .09 แสดงว่าตัวแปรทำนายไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเกณฑ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง .10 - .29 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง .30 -.49 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง .50 -.69 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับสูง และหากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับสูงมาก ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของ Devis's (Devis's criteria) ในการอธิบายความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น (Devis's, 1971 cited in Poolchob, 2007) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .799 - .887 ประกอบด้วยการทำซ้ำ (Repeat) มีค่าเท่ากับ .887 บอกเล่าประสบการณ์ (Experience) มีค่าเท่ากับ .876 ความไว้วางใจ (Trust) มีค่าเท่ากับ .855 เจตคติ (Attitude) มีค่าเท่ากับ .833 ความรู้ (Cognition) มีค่าเท่ากับ .802 และการบอกต่อ (Word of Mouth) มีค่าเท่ากับ .799 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์อยู่ในระดับสูงมาก ตามลำดับ ส่วนการพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยทุกตัวมี

ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง มีค่าอยู่ระหว่าง 3.91 – 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทุกตัวมีค่าอยู่ในระดับสูง มีค่าอยู่ระหว่าง .532 - .626 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความตั้งใจซ้ำเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งมาราธอน จอมบึงมาราธอน 2563 มีความเชื่อมั่นได้และสามารถนำไปใช้งานได้ พบว่าสามารถสกัดปัจจัยได้ 6 ปัจจัย ซึ่งอธิบายความผันแปรโดยรวมได้เท่ากับร้อยละ 91.39 ซึ่งปัจจัยใหม่ที่สกัดได้ประกอบด้วย ความไว้วางใจ (Trust) บอกล่าประสบการณ์ (Experience) การบอกต่อ (Word of Mouth) ความรู้ (Cognition) การทำซ้ำ (Repeat) และ เจตคติ (Attitude) ตามลำดับ โดยมีค่าความเชื่อมั่นครอนบาคแอลฟาอยู่ระหว่าง .799 - .887 การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัยมีพิสัยของค่า Eigenvalue อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ยโดยรวมและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระดับสูง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความเชื่อมั่นโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์ เมื่อพิจารณารายปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย ทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ตามเกณฑ์

ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบความตั้งใจซ้ำนั้นสำหรับผลที่ได้จากการศึกษาเฉพาะงานวิ่ง ณ จอมบึงมาราธอนซึ่งเป็นงานวิ่งที่มีสถิติการจัดการแข่งขันอันยาวนาน บ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพในสายงานนี้จะเห็นได้ว่าทุกองค์ประกอบที่ได้จากการศึกษามีระดับของการใช้ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเข้าร่วมการแข่งขันซ้ำในระดับสูง โดยเฉพาะความไว้วางใจ (Trust) แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมจะให้การยอมรับและตอบรับการเข้าร่วมเมื่อรายการวิ่งนั้นได้รับความไว้วางใจเกิดความตั้งใจซ้ำ จึงเป็นองค์ประกอบของปัจจัยที่รายการวิ่งอื่นๆ จะนำไปเป็นข้อมูลสนับสนุนการดำเนินงานหรือเป็นตัวชี้วัดเพื่อพัฒนารูปแบบของการจัดการแข่งขันงานวิ่งมาราธอนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฐานเศรษฐกิจ. ขับเคลื่อนทัวริสต์สองฮอลล์ ททท. ผุด The LINK. เชื่อม 10 เมืองรองไทยสู่เวทีท่องเที่ยวโลก. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/content/124761>.
- จอมบึงมาราธอน. (2562). ข้อมูลและสถิติของการจัดการแข่งขันจอมบึงมาราธอน. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <http://www.chombuengmarathon.com/TH/chombueng-marathon/>. ฉลองศรีพิมลสมพงษ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรรณี ตั้งใจสถาปัตย์. (2561). นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/WNRPT6109100010001.

- Bartlett's, M. S. 1954. **A note on the multiplying factors for various chi-square approximations.** Journal of the Royal Statistical Society, 16(Series B): 296-298.
- De Vaus, D. A. (1995). **Surveys in social research.** 4th Edition. Allen&Unwin Pty Ltd.
- Ghazali, D. 2008. **Measuring the Validity and Reliability of Research Instruments.** Social and Behavioral Sciences. 164-171.
- Jenning, G. R. (2001). **Tourism Research.** Brisbane: John Wiley & Sons.
- Kaiser, H. F. 1974. **An index of factorial simplicity.** Psychometrika, 39, 31-36.
- Pearce, A., Morrison, A. M., & Rutledge, J. L. (1998). **Tourism: Brides across continents.** Sydney: McGraw-Hill.
- Nunnally, JUM. C., 1967. **Psychometric Theory.** New York: McGraw-Hill. 355-361.
- Williams, B., Brown, T. and A. Onsmann. 2010. **Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices.** Australasian Journal of Paramedicine, 8(3): 251-255.