



การศึกษาปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อ
ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย
THE STUDY OF SPORTS TOURISM LOGISTICS MANAGEMENT
FACTORS AFFECTING THE LOYALTY OF THAI SPORTS TOURISTS

ตรีรัตน์ ทุ่งพันธ์*

Treerat Thungpan

ดร. สายชล ปิ่นมณี**

Dr. Saichon Pinmanee

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และหาดบางแสนนับเป็นสถานที่ที่สำคัญของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย แต่การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกมาท่องเที่ยวอีกจะต้องพิจารณาในหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยด้านโลจิสติกส์ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ การวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย ของหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีต่อหาดบางแสน เปรียบเทียบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยของหาดบางแสน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยของหาดบางแสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มาร่วมอีเวนต์มาราธอน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีต่อหาดบางแสนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ อาชีพ และภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย

* บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2560

** อาจารย์ประจำคณะโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี



ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนครั้งที่เข้าร่วมอีเวนต์มาราธอน และจำนวนผู้ร่วมเดินทางที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมแตกต่างกัน และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีโดยรวม ได้แก่ การไหลของข้อมูลข่าวสาร การไหลทางด้านกายภาพ และการไหลด้านการเงิน ตามลำดับ

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, ความจงรักภักดี, อีเวนต์มาราธอน

ABSTRACT

Sport tourism is a significant alternative to the tourism industry in Thailand. Especially Bangsaen Beach, it is one of Thailand's most popular tourist destinations. Therefore, there are many factors for tourists to be considered before they decide to come back again, and one of them are logistic. This research is primarily to examine the factors that are affecting the logistics of sport tourism which influence on the loyalty of Thai sport tourists at Bangsaen Beach, Chonburi. This research aims to study the loyalty of Thai sports tourists to Bangsaen Beach, compare the level of loyalty of Thai sports tourists by personal factors and behavior of Thai sport tourists, and examine the factors of logistics management and sport tourism which are affecting the loyalty of Thai sports tourists in Bangsaen Beach. The samples were 400 Thai sport tourists who participated in marathon event. The questionnaire was used as a tool to collect data. Statistics were used in data analysis, frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA. The findings of this research indicated that the loyalty of Thai sports tourists towards Bangsaen Beach is significance. The participants from different gender, occupational, and economic status have a high level of loyalty to Bangsaen Beach. However, the level of loyalty is different for participants from various education backgrounds and income. The participants who attended the marathon event for certain numbers of time and group travellers have different level of loyalty. The factors that positively influence tourism logistics management are information flow, physical flow, and financial flow.

Keywords: sport tourism logistics management, loyalty, event marathon.



บทนำ

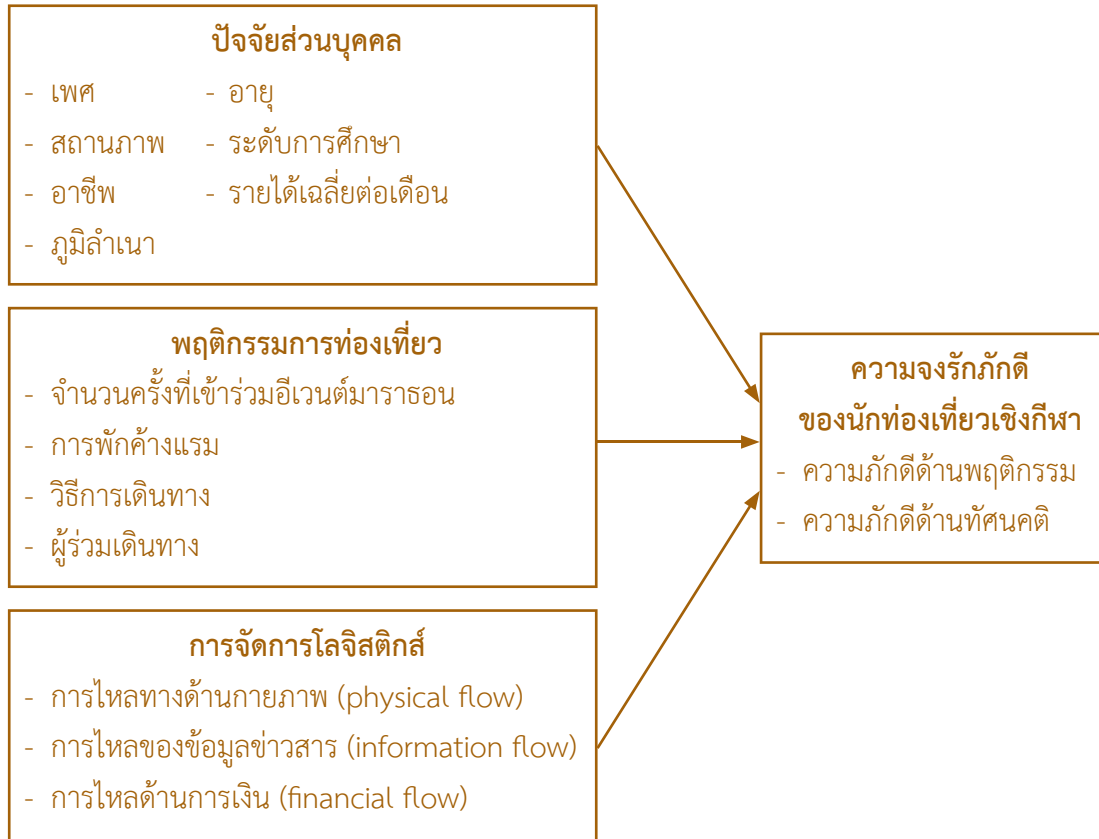
การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก ประเทศไทยได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค จึงจำเป็นต้องสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างและต้องใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูงเพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การศึกษาพฤติกรรมในการทำกิจกรรมและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทยมีมูลค่าอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 21,003 ล้านบาท ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง เป็นการยกระดับขีดความสามารถ ศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นจุดขายของไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ซึ่งแนวโน้มกิจกรรมกีฬาที่ตอบโจทย์ชีวิตในสังคมเมือง ในมิติของการกระจายตัวของคนวัยที่นิยมเล่นกีฬาที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง คือ กิจกรรมมาราธอน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

ในจังหวัดชลบุรี หาดบางแสนมีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านรายพื้นที่ที่ดีที่สุด (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, ออนไลน์, 2559) และได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 และ 2 ของประเทศ จากงาน BANGSAEN 21-21 K (4.93 คะแนน) และงาน BANGSAEN 21-5K 10K (4.92 คะแนน) (วิ่งไหนดี, ออนไลน์, 2560) เมื่อหาดบางแสนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอนเป็นจำนวนมากจึงเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา อาทิ เกิดความแออัด ขาดความปลอดภัย ฯลฯ (ชนาภา เสมอกิจ, วีรากร รัตกุล และสุวรรณี คลังเจริญกุล, 2552) ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม เพราะภาพลักษณ์ของปลายทางมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกปลายทางการท่องเที่ยว โดยภาพลักษณ์ของปลายทางมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพที่รับรู้ ความพึงพอใจ และความตั้งใจที่จะกลับไปยังปลายทางเดิมอีกครั้งในอนาคต (Bigne, Sanchez & Sanchez, 2001; Chi & Qu, 2008; Backman & Veldkamp, 1995) การจัดการโลจิสติกส์ที่ดีจึงถือเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจในการบริหารจัดการที่ดี แล้วกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต (ธนภัทร์ ธชพันธ์, 2558)

ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย กรณีศึกษา อีเวนต์มาราธอน หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี และจะนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของหาดบางแสน เพื่อให้การจัดอีเวนต์มาราธอนของหาดบางแสนตอบสนองความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด และอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีต่อหาดบางแสน รวมทั้งเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต



กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีต่อหาดบางแสน
2. เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยของหาดบางแสน
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยของหาดบางแสน
จำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. เพื่อศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ
นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยของหาดบางแสน



สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่แตกต่างกัน
3. การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มาร่วมอีเวนต์มาราธอนที่หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เลือกกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.3 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี ร้อยละ 36.5 สถานภาพโสด ร้อยละ 53.8 ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72.3 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุดอยู่ที่ 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 52.0 และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่น ร้อยละ 62.3

เมื่อศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอน ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 1 ร้อยละ 50.3 มีการพักค้างแรม 1 คืน ร้อยละ 71.8 โดยเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 74.8 จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่จะมีจำนวนใกล้เคียงกันโดยเรียงจากมากไปน้อยคือ เดินทางมาคนเดียว เดินทางมากับเพื่อน และเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 35.8, 32.5 และ 31.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารการจัดอีเวนต์มาราธอนจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 71.5 โดยเหตุผลหลักในการเลือกเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอนมีการเลือกตอบใกล้เคียงกันเรียงจากมากไปน้อย คือ การเดินทางสะดวก ร้อยละ 27.3 ความตั้งใจของสถานที่ ร้อยละ 22.2 เพื่อนชักชวน ร้อยละ 21.0 และการประชาสัมพันธ์และข่าวสาร ร้อยละ 21.0



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวม โดยจำแนกเป็นรายด้าน

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	N = 400		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	SD		
การไหลทางด้านกายภาพ	3.80	0.20	พึงพอใจมาก	2
การไหลของข้อมูลข่าวสาร	3.81	0.26	พึงพอใจมาก	1
การไหลด้านการเงิน	3.74	0.28	พึงพอใจมาก	3
รวม	3.78	0.19	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การไหลทางด้านกายภาพ การไหลของข้อมูลข่าวสาร และการไหลด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.78$, $SD = 0.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากเช่นกัน เรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การไหลของข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.26$) ลำดับที่ 2 การไหลทางด้านกายภาพ ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 0.20$) และลำดับที่ 3 การไหลด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.28$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม โดยจำแนกเป็นรายด้าน

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชาวไทยต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี	N = 400		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	\bar{X}	SD		
ด้านพฤติกรรม	3.73	0.34	จงรักภักดีมาก	2
ด้านทัศนคติ	4.08	0.35	จงรักภักดีมาก	1
รวม	3.90	0.30	จงรักภักดีมาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.30$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยลำดับที่ 1 คือ ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.35$) และลำดับที่ 2 คือ ด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.34$)



ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ อาชีพ และภูมิลำเนาที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความจงรักภักดีโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ ($F = 5.78$) ระดับการศึกษา ($F = 4.98$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($F = 5.85$) โดยด้านอายุพบว่า กลุ่มที่มีอายุ 35-39 ปี มีความจงรักภักดีโดยรวมมากที่สุด ด้านระดับการศึกษาพบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความจงรักภักดีโดยรวมมากที่สุด และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีความจงรักภักดีโดยรวมมากที่สุด

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต่างกัน มีผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เข้าร่วมอีเวนต์มาราธอน ($F = 53.84$) และจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ($F = 3.59$) ที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มที่เข้าร่วมอีเวนต์มาราธอน ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เป็นครั้งที่ 1 มีความจงรักภักดีโดยรวมน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น และกลุ่มที่เดินทางมากับครอบครัวมีความจงรักภักดีโดยรวมมากที่สุด

สมมติฐานที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทย พบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยรวม

	ค่าสัมประสิทธิ์		
	B	ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (β)	t p
ค่าคงที่ (constant)	.681		2.628* 0.01
การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านการไหลทางด้านกายภาพ	.308	.209	4.075* 0.00
การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร	.309	.265	5.616* 0.00
การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านการไหลด้านการเงิน	.234	.219	4.433* 0.00

* $p < .05$, $R^2 = .294$, $R = .542$, $F = 54.854$



สมการพยากรณ์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลชาวไทยต่อหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยรวม สามารถเขียนได้ดังนี้

$$\text{ความจงรักภักดีโดยรวม} = 0.681 + 0.309 (\text{การไหลของข้อมูลข่าวสาร}) + 0.308 (\text{การไหลทางด้านกายภาพ}) + 0.234 (\text{การไหลด้านการเงิน})$$

จากสมการพยากรณ์พบว่า ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านการไหลของข้อมูลข่าวสาร มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีโดยรวมเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ การไหลทางด้านกายภาพ และอันดับที่สามคือ การไหลด้านการเงิน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ อาชีพ และ ภูมิถิ่นที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความจงรักภักดีโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับ อัครวิณ แผ่นเทอดไทย (2559) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมงานอีเวนต์มาราธอน พบว่าผู้ร่วมงานที่มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการร่วมงานอีเวนต์มาราธอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งความพึงพอใจนั้นมักจะทำให้เกิดความจงรักภักดีตามมา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพฤติกรรมจำนวนครั้งที่มาเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอน และจำนวนผู้ร่วมเดินทางที่ต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อหาดบางแสนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอนเป็นครั้งที่ 1 จะมีความจงรักภักดีโดยรวมน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น จำนวนผู้ร่วมเดินทางของกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาเข้าร่วมอีเวนต์มาราธอนพบว่า ผู้ที่เดินทางมากับครอบครัวมีความจงรักภักดีโดยรวมมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ระดับความพึงพอใจโดยรวมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การไหลทางด้านกายภาพ การไหลของข้อมูลข่าวสาร และการไหลด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากเช่นกัน เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ การไหลของข้อมูลข่าวสาร การไหลทางด้านกายภาพ และการไหลด้านการเงิน ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลชาวไทยต่อหาดบางแสนโดยรวมทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับจงรักภักดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับจงรักภักดีมากเช่นกัน โดยด้านทัศนคติเป็นลำดับที่ 1 และด้านพฤติกรรม เป็นลำดับที่ 2 เมื่อศึกษาปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ การไหลทางด้านกายภาพ การไหลของข้อมูลข่าวสาร และการไหลด้านการเงิน ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีโดยรวมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลชาวไทยต่อหาดบางแสนพบว่า การไหลของข้อมูลข่าวสารมีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีโดยรวมเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ การไหลทางด้านกายภาพ และอันดับที่สามคือ การไหลด้านการเงิน



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ประกอบการจัดงานอีเวนต์มาราธอนควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาจากภูมิภาคอื่น เนื่องจากจะเป็นผู้สร้างรายได้ที่สำคัญ ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด เช่น มีการจองที่พักค้างแรม มีการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้เกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก ย่อมส่งผลทำให้ความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและอายุไม่เกิน 40 ปี ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบการออกกำลังกาย ประเภทวิ่งมาราธอนให้มากขึ้น เนื่องจากค่านิยมในประเทศไทยมักจะเชื่อถือผู้ที่มีการศึกษาที่สูงกว่าตนเอง ถ้ามีคนเหล่านี้มาร่วมงานเป็นจำนวนมาก อาจมีส่วนช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของงานอีเวนต์มาราธอน และมีการบอกต่อกันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. มีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เข้าร่วมอีเวนต์มาราธอนในแต่ละกลุ่มช่วงอายุ เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเจาะลึกมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ทุกอีเวนต์มาราธอนที่จัดขึ้น ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *Sport tourism*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *การท่องเที่ยวเชิงกีฬา* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170511100859.pdf [2561, 13 กรกฎาคม].
- คมสัน สุริยะ. (2551). *กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.tourismlogistics.com/index.php?option=com_content&view=article&id=71:concept-tourism-logistics&catid=64:conceptual-framework&Itemid=78. [2561, 24 พฤษภาคม].
- ชนาภา เสมอกิจ, วีรากร รัตกุล และสุวรรณี คลังเจริญกุล. (2552). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.



- ธนภัทร์ ธชพันธ์. (2558). **แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในหมู่เกาะตะรุเตา จังหวัดสตูล**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิงไนดี. (2560). **อันดับและข้อมูลงานวิ่งทุกงานในปี 2559** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.wingnaidee.com/ranking/running_event_rating_and_detail_2016/ [2561, 13 กรกฎาคม].
- อัศวิน แผ่นเทอดไทย. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมงานอีเวนต์มารารอน**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Backman, S. J., & Veldkamp. C. (1995). Examination of the relationship between service quality and userloyalty. *Journal of Park and Recreation Administration*, **13**(2), pp. 29-42.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and afterpurchase behavior: Inter-relationship. *Tourism Management*, **22**(6), pp. 607-616.
- Chi, C., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationship of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, **29**, pp. 624-636.