

ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย

Motivational Factors Affecting the Satisfaction of Thai Trail Runners

วรรณภา อรัญโสตร์¹, กวินนา อูปมะ^{2*}, ชลธิชา นิระพันธ์³, วรุตยา นามบุตร⁴, ณัฐธิดา สาธุเสน⁵,

กิตติธันทัต สุพรรณ⁶ และวัชร ชัยงกุล⁷

Wannapa Aransot¹, Kawinna Auppama^{2*}, Chonthicha Niraphan³, Warutaya Nambut⁴, Natthida Sathusen⁵,

Kittanathat Suphan⁶ and Watchara Chiengkul⁷

Received: 10 October 2025

Revised: 6 November 2025

Accepted: 24 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3) เพื่อนำเสนอแรงจูงใจปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย ใช้รูปแบบการวิจัย เชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีประสบการณ์วิ่งเทรลภายใน 2 ปี คำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน ที่แน่นอน ได้เท่ากับ 384 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ทางสถิติ F-Test

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักศึกษา เพศหญิง อายุระหว่าง 18-30 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน มีภูมิลำเนา อยู่ในจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด และเลยตามลำดับ โดยรับรู้ข่าวสารตามโซเชียลมีเดีย ในขณะที่ผู้ร่วมเดินทางวิ่งเทรลคือเพื่อน ใช้เวลาพักในจุดหมายปลายทางที่จัดงานวิ่งเทรล จำนวน 2 คืน โดยเลือกประเภทที่พักคือโรงแรมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและมีค่าใช้จ่ายในการร่วมวิ่งเทรลอยู่ที่ 1,000-2,000 บาท ต่อครั้ง ปัจจัยแรงจูงใจทั้งหมด และ พฤติกรรมการเข้าร่วมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญคือ ปัจจัยที่ส่งผล กระทบต่อความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพของเส้นทางวิ่ง (ทั้งด้านความสวยงาม

¹⁻⁵ นักศึกษาสาขาการท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Student, Tourism and Hospitality Department, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan

⁶⁻⁷ อาจารย์สาขาการท่องเที่ยวและบริการ คณะบริหารธุรกิจและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Lecturer, Tourism and Hospitality Department, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan

E-mail: kawinna.au@rmuti.ac.th, Tel. 097-3089792 * Corresponding Author

และความท้าทาย), การผ่อนคลายความเครียด, และ การท่องเที่ยวและสัมผัสธรรมชาติ ซึ่งตอกย้ำว่านักวิ่งเทรลให้ความสำคัญกับประสบการณ์วิ่งในสภาพแวดล้อมที่ท้าทายและเป็นธรรมชาติอย่างแท้จริงที่ระดับนัยสำคัญในสถิติ $p < 0.05$

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, วิ่งเทรล, ความพึงพอใจ, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study and analyze the behavior of trail running event participants in Thailand; 2) investigate and analyze the motivational factors affecting the satisfaction of trail running event participants in Thailand; and 3) identify the motivational factors influencing the satisfaction of Thai trail running event participants. A quantitative research approach was employed in this study. The sample consisted of Thai tourists who had participated in trail running events within the past two years. The sample size was calculated using the formula for an unknown population, resulting in 384 respondents. To minimize potential data errors and increase the reliability of the findings, the researcher determined a final sample size of 400 respondents. The participants were selected using the convenience sampling method. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation. Multiple Regression Analysis was employed to examine the effects of motivational factors on participant satisfaction. The mean scores were interpreted by comparing them with predetermined criteria and ranking them from the highest to the lowest level of importance. In addition, hypotheses regarding statistical relationships among variables were tested using the F-test.

The results revealed that, in terms of demographic characteristics, the majority of respondents were female students aged between 18 and 30 years, with a monthly income of less than 10,000 Baht. Most respondents resided in Khon Kaen, Roi Et, and Loei provinces, respectively. They primarily obtained information about trail running events through social media. Most participants traveled with friends, stayed at the event destination for two nights, selected hotels as their preferred accommodation, traveled by private car, and spent between 1,000 and 2,000 Baht per trail running event. Furthermore, all motivational factors and participation behaviors were positively associated with participant satisfaction and significantly influenced overall satisfaction. The findings indicated that the three most influential factors affecting participant satisfaction were trail quality, including scenic beauty and challenge; stress relief and relaxation; and opportunities for tourism and experiencing nature. These findings emphasize that trail runners place considerable importance on authentic running experiences in challenging and natural environments. The relationships were found to be statistically significant at the 0.05 level ($p < 0.05$).

Keywords: Motivation, Trail Running, Satisfaction, Sports Tourism

1. บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในเสาหลักทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้กระจายความเจริญ และสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ได้กลายเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีศักยภาพสูงในปัจจุบัน โดยดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวและนักกีฬาให้เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ (กรมพลศึกษา, 2566) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยมีความหลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม

การวิ่งเทรลหรือการวิ่งตามภูมิประเทศ (trail running) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทหนึ่ง เนื่องจากการวิ่งเทรลคือการวิ่งแบบผจญภัยตามพื้นที่ธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นป่า ภูเขา หุบเขา กว้าง หรือตามภูมิประเทศของสถานที่จัดงานนั้น ๆ แต่ละพื้นที่ก็มีลักษณะของเส้นทางวิ่ง ที่แตกต่างกันไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ระบุว่า การวิ่งเทรลกำลังได้รับความนิยมจากประชาชนชาวไทยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สาเหตุสำคัญของการให้ความสนใจต่อการวิ่งเทรลเกิดจากแนวโน้มการเล่นกีฬาสสมัยใหม่ที่ประชาชนหันมาให้ความสนใจกับชนิดกีฬาที่สร้างความตื่นเต้น เร้าใจ มีความแปลกใหม่และท้าทาย ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์การใส่ใจสุขภาพที่ผู้คนให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายเชิงป้องกันเพื่อรับมือกับปัญหาสุขภาพในสังคมปัจจุบัน รวมถึงการแสวงหาความสมดุลในชีวิตและการทำงานด้วยการใช้เวลาในธรรมชาติ สำหรับประชาชนที่มีความนิยมใน การเล่นกีฬาประเภทการวิ่งต้องการเปิดมุมมองใหม่ในเส้นทางวิ่งที่เปลี่ยนจากเส้นทางเดิมคือ ถนนหนทาง เนื่องจากปัจจัยหลายประการ เช่น ปริมาณการจราจรในเขตเมืองหรือกิจกรรมการแข่งขันวิ่ง ในเขตเมืองท่ามกลางความหนาแน่นของอาคารทำให้นักกีฬาประสบอุปสรรคในกิจกรรมการวิ่ง ขณะที่การวิ่งเทรล สร้างความเพลิดเพลินกับบรรยากาศตลอดเส้นทางมากกว่าการวิ่งในเขตเมือง และสามารถสัมผัสความสวยงามของภูมิประเทศได้ในโอกาสเดียวกัน ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการจัดการแข่งขันวิ่งเทรล เนื่องจากมี ภูมิประเทศที่หลากหลายและสวยงามทั่วทุกภูมิภาค ทั้งภูเขา ป่าไม้ และพื้นที่ธรรมชาติที่สามารถสร้างสรรค์เส้นทางวิ่งที่น่าสนใจและแตกต่าง และยังได้รับการสนับสนุนจากชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นในการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง (ภูษณพาส สมนิล และคณะ, 2563) อีเวนต์งานวิ่งเทรลเป็นกีฬาหรือกิจกรรมซึ่งประกอบด้วย การวิ่งและการเดินเขาท่ามกลางเส้นทางธรรมชาติ สถานที่จัดงานวิ่งเทรลในประเทศไทยมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายจากผู้จัดงานอีเวนต์ เช่น พื้นที่ภูเขาในจังหวัดต่างๆ ที่มีทิวทัศน์งดงามและเหมาะสมกับ การจัดงานในช่วงปลายฝนต้นหนาว ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากทั้งผู้จัดและผู้เข้าร่วมกิจกรรม ดังจะเห็นได้จาก งาน Doi Inthanon Thailand by UTMB จังหวัด เชียงใหม่ ในปี 2024 เป็นงานวิ่งเทรลที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของ UTMB World Series (Ultra-Trail du Mont-Blanc) ซึ่งเป็นซีรีส์การแข่งขันวิ่งเทรลที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก นักวิ่งเข้าร่วมหลายพันคน มีจำนวนผู้เข้าร่วมมากกว่า 6,000 คน มากกว่า 80 ประเทศทั่วโลก (International Trail Running Association, 2024)

ในปัจจุบัน การวิ่งเทรลไม่ได้เป็นเพียงการแข่งขันกีฬา แต่ได้กลายเป็นไลฟ์สไตล์ที่ตอบรับกับเทรนด์การใส่ใจสุขภาพและใช้ชีวิตใกล้ชิดธรรมชาติของผู้คนทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่การวิ่งระยะสั้นเพื่อสุขภาพ ไปจนถึงการวิ่งอัลตร้ามาราธอนในภูมิประเทศที่ท้าทาย ผู้คนจำนวนมากหันมาสนใจการวิ่งเทรลจากแรงจูงใจที่หลากหลาย นอกเหนือจากการรักษาสุขภาพกายที่ดีและหลีกเลี่ยงปัญหาสุขภาพอันเกิดจากวิถีชีวิตสมัยใหม่แล้ว ยังรวมถึงความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากชีวิตประจำวันในเมือง ความปรารถนาที่จะสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ และการได้เชื่อมโยงกับธรรมชาติอันงดงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยเผยแพร่ประสบการณ์การวิ่งเทรลที่สวยงามและท้าทาย ยิ่งกระตุ้นให้ผู้คนสนใจเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น การวิ่งเทรล

จึงมอบประโยชน์ที่แตกต่างจากการวิ่งบนถนน ทั้งการพัฒนาความแข็งแรงของร่างกายในหลายส่วน การฝึกทักษะการทรงตัว และคุณค่าทางจิตใจจากการได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่มักจะมองหา กิจกรรม วิ่งเทรลที่มอบประสบการณ์ที่น่าจดจำ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางที่สวยงาม ทำทาย สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเยี่ยม การจัดการแข่งขันที่เป็นมืออาชีพ รวมถึงกิจกรรมเสริมที่น่าสนใจในพื้นที่ ซึ่งส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจในการกลับมาวิ่งซ้ำ เทียวซ้ำ และความเต็มใจที่จะบอกต่อเชิงบวก ให้ผู้อื่นมาร่วมสัมผัสประสบการณ์นั้นด้วย การศึกษาปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

ผลการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องจิตวิทยาผู้บริโภคของกลุ่มนักกีฬาวิ่งเทรล ซึ่งให้ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจจัดงานอีเวนต์วิ่งเทรลสำหรับการประยุกต์ในด้านการวิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวและออกแบบกิจกรรมวิ่งเทรลให้สอดคล้องกับลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาและบริหารจัดการกิจกรรมให้มีความยั่งยืนและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม อันจะนำมาซึ่งการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายความเจริญสู่ชุมชนท้องถิ่นต่อไป

จากเหตุผลที่กล่าวมา คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ความมุ่งมั่นในการวิ่งเทรล ทักษะติดต่อ การวิ่งเทรล และการเห็นคุณค่าในตนเอง ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยต่อไป โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์วิ่งเทรลในพื้นที่ต่าง ๆ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม

3. สมมติฐาน

- 3.1 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทยมีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรม
- 3.2 ปัจจัยของแรงจูงใจมีอิทธิพลและส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย

4. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงลำดับและอิทธิพลของแรงจูงใจตามกรอบปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งที่มีต่อความพึงพอใจในบริบทของงานวิ่งเทรล เพื่อ เติมเต็มช่องว่างทางวิชาการ ดังกล่าว และนำเสนอความเข้าใจเชิงกลยุทธ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาและออกแบบการจัดการจัดการกิจกรรมวิ่งเทรลให้สามารถตอบสนองแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลต่อความภักดีในระยะยาว

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สามารถรวบรวมได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูด

ปัจจัยผลัก (Push Factors)	ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)
การหลีกเลี่ยงความจำเจ/ หลีกหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม	กิจกรรมที่หลากหลาย/ เทศกาลและงานกิจกรรม
การผ่อนคลาย / การพักผ่อนหย่อนใจ	สิ่งแวดล้อม / ธรรมชาติ
การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ / ประสบการณ์แปลกใหม่	วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ / ความเป็นท้องถิ่น
การสำรวจและประเมินตนเอง	ความปลอดภัย
การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ / เรียนรู้วัฒนธรรม	สิ่งอำนวยความสะดวก
การพบปะผู้คนใหม่ ๆ / ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	ความสะดวกในการเข้าถึง / การคมนาคมสะดวก
การเสริมสร้างความสัมพันธ์	ราคาที่สมเหตุสมผล / ค่ำค่าเงิน
ความภาคภูมิใจ / ความมีชื่อเสียง/เกียรติยศ	ภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว / ชื่อเสียงของงาน
การถดถอยไปสู่สภาพเดิม	บรรยากาศแปลกใหม่

ที่มา : Siripen Yiamjanya, Kevin Wongleedee (2014); Christina Katsikari et al.(2020); วิไลวรรณ สว่างแก้ว (2561); วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ (2561); รุ่งกานต์ แก้วเจริญและคณะ (2562); ศรีนคร ไชยรัตน์ และคณะ (2563); วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์ และคณะ(2564); ชญานิศา วงษ์พันธุ์ และคณะ (2564); วีรภัทร์ ดาวเรือง (2564)

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ จากนักวิชาการและนักวิจัยที่ได้ทำการศึกษาไว้ในอดีตทั้งในและต่างประเทศ สรุปได้ว่าปัจจัยผลัก (Push Factors) ประกอบด้วย การหลีกเลี่ยงความจำเจ หลีกหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม การผ่อนคลาย การพักผ่อนหย่อนใจ การแสวงหาความตื่นเต้นเร้าใจ ประสบการณ์แปลกใหม่ การสำรวจและประเมินตนเอง การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เรียนรู้วัฒนธรรม การพบปะผู้คนใหม่ ๆ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความภาคภูมิใจ ความมีชื่อเสียงเกียรติยศ การถดถอยไปสู่สภาพเดิม

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ จากนักวิชาการและนักวิจัยที่ได้ทำการศึกษาไว้ในอดีตทั้งในและต่างประเทศ สรุปได้ว่าปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ประกอบด้วย กิจกรรมที่หลากหลาย เทศกาลและงานกิจกรรม สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ความเป็นท้องถิ่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเข้าถึง การคมนาคมสะดวก ราคาที่สมเหตุสมผล ค่ำค่าเงิน ภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว ชื่อเสียงของงาน บรรยากาศแปลกใหม่ ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้เป็นตัวแปรต้น

4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

4.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึงพอใจ ชอบใจ ความพึงพอใจ ในการปฏิบัติงานเป็นเรื่องของความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่ และความพึงพอใจจะส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ดีความพึงพอใจของแต่ละบุคคล ไม่มีวันสิ้นสุด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ ตามกาลเวลา และสภาพแวดล้อมบุคคลจึงมีโอกาที่จะไม่พึงพอใจ ในสิ่งที่เคยพึงพอใจมาแล้ว

Oliver (1997) กล่าวว่า “การตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ความประสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณ์ญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน”

Kotler & Armstrong (2004) ได้อธิบายว่า ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือการบริการของผู้บริโภค นั้น จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเริ่มเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นและมีความต้องการก่อนที่จะหาข้อมูลแต่ละแนวทางของสิ่งที่ต้องการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการนั้น จากนั้นจะทำการประเมินแต่ละทางเลือก หรือ แต่ละสินค้าและการบริการนั้นก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกที่จะซื้อสินค้าหรือการบริการที่ตนเองคิดว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้ดีและเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด หลังจากเลือกซื้อสินค้าหรือการบริการแล้ว พฤติกรรมต่อมาของลูกค้าคือ การเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสินค้าหรือการบริการ ที่ตนได้เลือกซื้อ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอื่น ๆ ต่อไปอีกเช่น การซื้อซ้ำอีกหรือไม่ซื้ออีก การบอกต่อกันไปยังผู้อื่น หรือการร้องเรียนในกรณีที่มีระดับความไม่พึงพอใจสูง

4.2.2 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

Shrestha et al. (2022) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของนักท่องเที่ยว เพศ สถานภาพ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว ควรออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เหมาะสมกับปัจจัยส่วนบุคคลทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Chen (2022) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นการผ่อนคลายร่างกายจิตใจ และการจัดปัจจัยที่สร้างความกดดันให้กับชีวิตได้ชั่วคราว เป็นการกลับสู่ธรรมชาติได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมท้องถิ่น ดังนั้นปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับ Nguyen Vietet al.(2020) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสประกอบกับ Biswaset al.(2020) พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน

อาจกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือความรู้สึก ความคิด และทัศนคติ เป็นความรู้สึกที่เกิดจากความคาดหวังและความต้องการที่มีต่อการท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านจิตใจและร่างกาย ซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความคาดหวังและต้องการส่วนบุคคล และการตอบสนองจากปัจจัยภายนอกและประสบการณ์ที่ได้รับแตกต่างกันไป หากนักท่องเที่ยวได้รับการตอบสนองที่ดีสอดคล้องตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวังจะก่อให้เกิดความพึงพอใจเชิงบวก หากการตอบสนองน้อยกว่าความคาดหวังหรือความต้องการจะก่อให้เกิดความไม่ พึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มที่จะเกิดการแนะนำและบอกต่อรวมถึงการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ท่องเที่ยว

4.3 ภาพรวมของงานวิ่งเทรลในประเทศไทย

การวิ่งตามภูมิประเทศ (Trail Running) เป็นกิจกรรมที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากการวิ่งประเภทอื่น เช่น การวิ่งข้ามทุ่ง (Cross-Country) หรือการวิ่งระยะไกลบนถนน โดยพื้นฐานแล้ว กิจกรรมนี้เป็นชนิดกีฬาที่อาศัยความทนทานของร่างกาย (Endurance) แต่มีความเฉพาะเจาะจงที่อาจมีการผสมผสานของการเดิน-วิ่งไต่เขา (Hiking) บนเส้นทางตามธรรมชาติ ทางทุรกันดาร หรือถนนลูกรัง ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย อาทิ ลูกวัง กรวด ดิน และหิน คุณลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ทำให้ร่างกายต้องใช้สมรรถนะทางกายภาพและจิตใจอย่างรอบด้าน ทั้งความเร็ว ความทนทาน พลังของกล้ามเนื้อในการกระโดด ปีนป่าย นอกจากนี้ กิจกรรมยังแฝงไว้ด้วยความเสี่ยงภัยที่ผู้

เข้าแข่งขันต้องบริหารจัดการตนเอง โดยระยะทางมีตั้งแต่ 3 กิโลเมตรไปจนถึง 160 กิโลเมตร งานวิ่งเทรลจึงถูกจัดเป็น การผจญภัยการออกกำลังกายเข้ากับประสบการณ์เชิงผจญภัยท่ามกลางธรรมชาติ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างสูงในประเทศไทย เส้นทางการวิ่งเทรลคือการทดสอบความทรหดอดทนและความมุ่งมั่นของผู้เข้าร่วม ที่ต้องเผชิญกับอุปสรรคตาม ธรรมชาติ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการพิชิตเส้นทางที่ท้าทายนี้แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งเทรลมี ความหลากหลายและซับซ้อน อาทิ การพัฒนาตนเอง การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ และการผ่อนคลายความเครียด ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทยโดยใช้แนวคิดแรงจูงใจ และความพึงพอใจเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจเชิงลึก (Somchai, 2024)

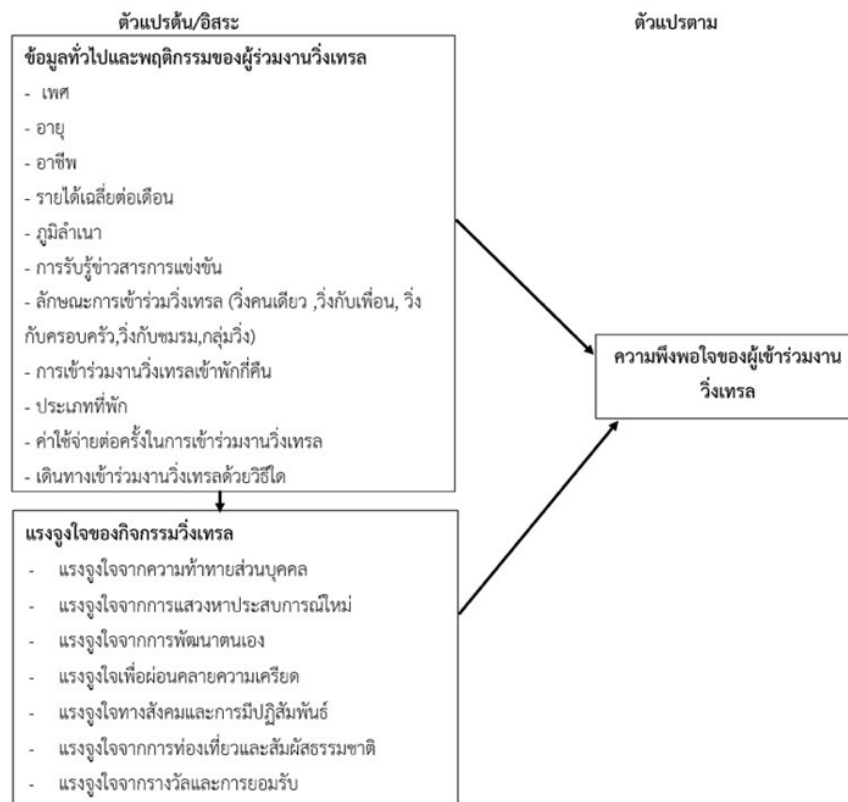
Chase and Hobbs (2010) ได้กำหนดคุณลักษณะสำคัญของการวิ่งเทรลไว้ 4 ประการ ได้แก่ 1) เส้นทางที่ไม่ได้มีการปรับพื้น (เช่น ไม่มีการปูพื้นหรือลาดยาง) 2) มีสิ่งกีดขวางทางธรรมชาติ 3) มีระดับความสูง-ต่ำ ของพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ (การขึ้นเนินและทางลาดชัน) และ 4) มีภูมิทัศน์ที่น่าประทับใจรายรอบ สอดคล้องกับ ญะณพาส สมนิลและคณะ (2563) ที่นิยามว่าเป็นการผสมผสานการวิ่งและการเดินป่า ในเส้นทางธรรมชาติ ซึ่ง แตกต่างจากการวิ่งบนถนนหรือลู่วิ่ง คุณลักษณะที่สำคัญที่สุดในมุมมองของนักวิ่งคือ ความท้าทายทั้งทางร่างกายและ ความทรหดของจิตใจ ซึ่งต้องอาศัยการใช้กล้ามเนื้อหลายส่วน ความอดทน และทักษะการประสานงาน (Robillard, 2014) การแข่งขันวิ่งเทรลเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยมีเหตุผลหลักของผู้เข้าร่วมคือความต้องการ ลดความเครียด เมื่อเทียบกับการวิ่งบนถนน และความต้องการสัมผัสภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมใหม่ที่ไม่ใช่เมือง นอกจากนี้ Robillard (2014) ยังกล่าวว่าสิ่งที่สำคัญสำหรับ นักวิ่งเทรลคือ ประสบการณ์ที่ได้รับ และความสมบูรณ์แบบของธรรมชาติ ระหว่างเส้นทางไม่ว่าเวลาที่เข้าเส้นชัยข้อมูลเหล่านี้บ่งชี้ว่าปัจจัยด้านประสบการณ์และความสงบสุขทางจิตใจมี ความสำคัญอย่างยิ่งเหนือปัจจัยด้านสมรรถนะทางกีฬา

การทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องเชิงแนวคิดกับกรอบการวิจัยในปัจจุบัน โดยเฉพาะในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นรากฐานในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเข้าร่วมงานวิ่งเทรลได้อย่างเป็นระบบ แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งเทรล สามารถจำแนกได้ตามทฤษฎี แรงจูงใจในการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ: ปัจจัยผลัก (Push Factors) ซึ่งเป็นแรงจูงใจจากภายในตัวบุคคล (Intrinsic Motivation) อาทิ ความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ การผ่อนคลาย ความเครียด และการฝึกเข้าสังคม และ ปัจจัยดึง (Pull Factors) ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดจากตัวงานวิ่งเอง (Extrinsic Motivation) เช่น ความท้าทายส่วนบุคคลที่ผู้จัดงานออกแบบ รางวัลและความยอมรับที่ได้รับ และรูปแบบการ ท่องเที่ยวแบบใกล้ชิด แม้ว่างานวิจัยในอดีต (Chase and Hobbs, 2010; Robillard, 2014) จะไม่ได้เจาะลึกถึง ความสัมพันธ์เชิงสถิติโดยตรง แต่ได้กล่าวถึงแรงจูงใจที่แตกต่างกันของผู้เข้าร่วม งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะวิเคราะห์อย่าง เป็นระบบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (คุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้เข้าร่วม) มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทั้งในด้านปัจจัยผลักและปัจจัย ดึงอย่างไร เพื่อกำหนดแบบจำลองที่แม่นยำในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม

สรุปได้ว่า งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจ (ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง) และ ความพึงพอใจ ของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทย คุณค่าทางวิชาการ ของงานวิจัยนี้ คือการเติมเต็มช่องว่างทางองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่งานวิจัยในอดีตยังไม่ได้ศึกษาอย่างเจาะลึก โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ซึ่งจะสร้างความรู้ใหม่ที่จะช่วยให้ผู้จัดงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยสามารถเข้าใจความต้องการของผู้เข้าร่วมอย่างลึกซึ้งและแท้จริง ความรู้ใหม่ที่ได้รับ จะเป็น รากฐานสำคัญในการวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมวิ่งเทรลในระดับประเทศ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยการออกแบบ

กิจกรรมที่สอดคล้องกับแรงจูงใจและความต้องการด้านประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมอย่างมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติ

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย ผ่านวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการสุ่มลักษณะแบบการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) คือ ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล ในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การแทนค่าในสูตรขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G. Cochran และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่จุด 0.05

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย เป็นวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลใน ประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจของกิจกรรมวิ่งเทรลในประเทศไทยซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามระดับความพึงพอใจ

ปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย ซึ่งลักษณะของคำถามในแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด แบ่งแบบสอบถามออกเป็นทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองว่าผู้เข้าร่วมงานเคยมีประสบการณ์ในการวิ่งเทรลในช่วงปี 2566 – 2568 หรือไม่ มีลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด เพื่อคัดกรองผู้ที่เคยมีประสบการณ์จริงๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล ในประเทศไทย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดชนิดตรวจสอบรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา การรับข่าวสารการวิ่งเทรล ลักษณะการเข้าร่วมวิ่งเทรล ใช้เวลาในการเข้าพักที่คืน ประเภทที่พักในการเดินทางเข้าร่วมงานวิ่งเทรล ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมงานวิ่งเทรล และวิธีการเดินทางมาร่วมงาน ทั้งหมดจำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของกิจกรรมวิ่งเทรล มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแสดงระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert's Scale) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน จำนวนข้อคำถาม 22 ข้อ ดังนี้ แรงจูงใจจากความท้าทายส่วนบุคคล จำนวน 3 ข้อ แรงจูงใจจากการแสวงหาประสบการณ์ใหม่จำนวน 3 ข้อ แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเองจำนวน 3 ข้อ แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายความเครียด จำนวน 3 ข้อ แรงจูงใจจากทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ จำนวน 3 ข้อ แรงจูงใจจากการท่องเที่ยวและสัมผัสธรรมชาติ จำนวน 4 ข้อ แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับ จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแสดงระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert's Scale) มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เป็นการสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างต่อผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล

โดย ผู้วิจัยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินค่าดัชนีชี้ความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 ทุกข้อจึงสรุปได้ว่า ข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยที่มีประสบการณ์ เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทย ในระยะเวลา 2 ปีย้อนหลัง ตั้งแต่ 2566-2568 และใช้วิธีการเก็บภาคสนามโดยสุ่มตามสะดวกแบบบังเอิญและส่งลิงค์แบบสอบถามผ่าน Google Form จากกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจ โดยหากกลุ่มตัวอย่าง เกิดความอึดอัดหรือความไม่พร้อมทำแบบสอบถามสามารถยุติการทำแบบสอบถามได้ทันที โดยข้อมูลจะถูกเก็บเป็นความลับและแบบสอบถามจะโดนทำลายทิ้ง โดยมีข้อคำถามคัดกรอง ท่านเคยมีประสบการณ์วิ่งเทรล ในช่วงปี 2566 – 2568 หรือไม่ โดยคัดแบบสอบถามที่มีคุณภาพ จำนวน 400 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้สถิติ

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการตรวจสอบและสรุปลักษณะของข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์การถดถอย ได้แก่
 - ค่าเฉลี่ย (Mean) แสดงแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลางของแต่ละตัวแปร
 - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงการกระจายตัวของข้อมูลรอบค่าเฉลี่ย
 - ตารางความถี่ (Frequency Tables) ใช้สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ
2. การทดสอบสมมติฐานรวม (Overall Model Test) ได้แก่
 - ค่าสถิติ F (F-Test / F-ratio)
 - การแปลผล: หากค่า p (Sig.) ที่ได้จาก F-Test น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (เช่น 0.05) แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดร่วมกันส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ผลการวิจัย

7.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล

เพศ ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลเป็น เพศหญิง เยอะที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็น 56.8 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 126 คน คิดเป็น 31.5 เปอร์เซ็นต์ เพศทางเลือก (LGBTQ+) จำนวน 40 คน คิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ไม่ระบุ จำนวน 7 คน คิดเป็น 1.8 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลมี ช่วงอายุ 18 – 30 ปี เยอะที่สุด จำนวน 261 คน คิดเป็น 65.3 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็น 31 – 40 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็น 18.8 เปอร์เซ็นต์ 41 – 50 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็น 11.8 เปอร์เซ็นต์ 51 – 60 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็น 4 เปอร์เซ็นต์ มากกว่า 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็น 0.3 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

อาชีพ ส่วนใหญ่ ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลมีอาชีพ นักศึกษา เยอะที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็น 46.3 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 123 คน คิดเป็น 30.8 เปอร์เซ็นต์ พนักงานรับจ้างทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็น 12 เปอร์เซ็นต์ ข้าราชการ จำนวน 30 คน คิดเป็น 7.5 เปอร์เซ็นต์ อื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็น 3.5 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท เยอะที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็น 34.5 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็น 15,001- 20,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็น 21.5 เปอร์เซ็นต์ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็น 18.5 เปอร์เซ็นต์ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็น 18.3 เปอร์เซ็นต์ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็น 7.2 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่ ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทย จังหวัดขอนแก่น เยอะที่สุด จำนวน 188 คน คิดเป็น 47 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็น จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 22 คน คิดเป็น 5.5 เปอร์เซ็นต์ มหาสารคาม จำนวน 18 คน คิดเป็น 4.6 เปอร์เซ็นต์ เลย จำนวน 14 คน คิดเป็น 3.6 เปอร์เซ็นต์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 13 คน คิดเป็น 3.3 เปอร์เซ็นต์

การรับรู้ข่าวสาร ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยรับรู้ข่าวสารผ่านทางโซเชียลมีเดียเยอะที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็น 52.3 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็น เพื่อน /คนรู้จัก /ชมรมวิ่ง จำนวน 138 คน คิดเป็น 34.5 เปอร์เซ็นต์ เว็บไซต์ จำนวน 50 คน คิดเป็น 12.5 เปอร์เซ็นต์ สื่อสิ่งพิมพ์ /โทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็น 0.8 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

ลักษณะการเข้าร่วมวิ่งเทรล ผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลเข้าร่วมวิ่งเทรลในลักษณะแบบการวิ่งกับเพื่อนเยอะที่สุด จำนวน 235 คน คิดเป็น 58.8 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาเป็น วิ่งคนเดียว จำนวน 114 คน คิดเป็น 28.5 เปอร์เซ็นต์ วิ่งกับ ชมรม/กลุ่มวิ่ง จำนวน 28 คน คิดเป็น 7 เปอร์เซ็นต์ วิ่งกับครอบครัว จำนวน 23 คน คิดเป็น 5.8 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ

7.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานทางการศึกษา

7.2.1 ความสัมพันธ์ทางด้านสถิติ F Test ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล

ตารางที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล

ข้อมูลทั่วไปและและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล	
	F Test	Sig.
1. เพศ	.873	0.45
2. อายุ	3.18	0.01**
3. อาชีพ	1.49	0.20
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1.48	0.20
5. ภูมิลำเนา	.876	0.69
6. การรับรู้ข่าวสารการแข่งขัน	1.34	0.26
7. ลักษณะการเข้าร่วมงานวิ่งเทรล	2.11	0.09 *
8. การเข้าพักที่คืน	3.85	0.00**
9. ประเภทที่พัก	4.03	0.00**
10. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	1.63	0.18
11. การเดินทาง	3.84	0.00**

หมายเหตุ: ระดับนัยสำคัญทางสถิติ **p<0.01, *p<0.05

จากตารางที่ 7.2.1 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติ F Test ของ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลพบว่าข้อมูล อายุ การเข้าพักที่คืน ประเภทที่พักและการเดินทาง มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อายุ การเข้าพักที่คืน ประเภทที่พักและการเดินทาง ของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลที่แตกต่างกัน และข้อมูล เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา การรับรู้ข่าวสารการแข่งขัน ลักษณะการเข้าร่วมงาน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 หมายความว่า เพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา การรับรู้ข่าวสารการแข่งขัน ลักษณะการเข้าร่วมงาน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ของแรงจูงใจของกิจกรรมวิ่งเทรลมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล

7.3 ประสิทธิภาพการพยากรณ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานวิสาหกิจ

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิสาหกิจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0.014	0.122		0.115	0.909	
แรงจูงใจจากความท้าทายส่วนบุคคล (X1)	0.166	0.033	0.170	5.018	0.000	1.794
แรงจูงใจจากการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (X2)	0.150	0.035	0.162	4.299	0.000	2.216
แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง(X3)	0.068	0.034	0.074	1.993	0.047	2.132
แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายความเครียด (X4)	0.179	0.036	0.190	4.989	0.000	2.261
แรงจูงใจทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ (X5)	0.147	0.035	0.163	4.247	0.000	2.296
แรงจูงใจจากการท่องเที่ยวและสัมผัสธรรมชาติ (X6)	0.082	0.035	0.089	2.323	0.021	2.276
แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับ (X7)	0.197	0.029	0.241	6.709	0.000	2.021

หมายเหตุ: $R^2 = .755$, Adjusted $R^2 = .750$, D.W. = 2.023, $**p < 0.01$, $*p < 0.05$

จากตารางที่ 7.3.1 เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่าแรงจูงใจจากความท้าทายส่วนบุคคล แรงจูงใจจากการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ แรงจูงใจจากการท่องเที่ยวและสัมผัสธรรมชาติ แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับ แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายความเครียด แรงจูงใจทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิสาหกิจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งปัจจัยตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว สามารถรวมอธิบายตัวแปรร้อยละ 75.5 ($R^2 = 0.755$) โดยมีสมการถดถอยพหุคูณ (Regression) ดังนี้

$$Y = a + 0.170X_1 + 0.162X_2 + 0.074X_3 + 0.190X_4 + 0.163X_5 + 0.089X_6 + 0.241X_7 + e$$

8. อภิปรายผล

8.1 สรุปผลการวิจัย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-30 ปี โดยมีสถานภาพเป็นนักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อาศัยอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย มีลักษณะแบบการวิ่งกับเพื่อน ใช้เวลาในการเข้าพักจำนวน 2 คืน เลือกเข้าพักที่โรงแรมและมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ที่ 1,001- 2,000 บาท ใช้การเดินทางโดยรถส่วนตัวเป็นหลัก

ผลการศึกษายังพบข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมงาน โดยส่วนใหญ่เลือกใช้เวลาในการเข้าพักจำนวน 2 คืน โดยเลือกเข้าพักที่โรงแรมเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด เมื่อพิจารณารูปแบบการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรล พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด

8.2 อภิปรายผล

1. อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทย และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม

ผลการศึกษายังพบข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมงาน โดยส่วนใหญ่เลือกใช้เวลาในการเข้าพักจำนวน 2 คืน ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุดถึง 47.5 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือการเข้าพัก 1 คืน ที่ร้อยละ 28.5 และ 3 คืน ที่ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ซึ่งตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของความพึงพอใจที่สะท้อนว่าผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลวางแผนพักค้างคืนที่สถานที่จัดงานเป็นระยะเวลาสั้น ๆ และใช้เวลาช่วงสุดสัปดาห์ในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภูษณพาส สมนิลและคณะ (2563) พบว่างานวิ่งเทรลมักจัดขึ้นในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ทำให้ผู้ร่วมงาน พักข้างแรมในช่วงเวลาไม่เกิน 1-2 คืน

นอกจากนี้ พบว่าพฤติกรรมที่เลือกที่พักของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยเลือกเข้าพักที่โรงแรมเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด โดยมีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือการเข้าพักในรีสอร์ท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.3 และการพักที่บ้านญาติ คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ ทั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความนิยมในการเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบายและมีมาตรฐานบริการอย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ Robillard, J (2014) ที่สรุปผลการวิจัยไว้ว่า แม้หนทางการวิ่งเทรลจะยากลำบากหรือผจญภัยแค่ไหนผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลยังมีพฤติกรรมเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบาย

2. อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลในประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ผลการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยพบว่า แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับ เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น อันดับแรก ซึ่งปัจจัยนี้ไม่เพียงแต่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเข้าร่วมเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย ผลลัพธ์นี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของปัจจัยภายนอก (Extrinsic Motivation) ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งระยะทางไกล ผลการศึกษาของเราที่เน้นถึงความสำคัญของ แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับ นั้น มีความสอดคล้องอย่างยิ่ง กับผลการวิจัยในอดีตที่ได้ศึกษาในบริบทกิจกรรมวิ่งมาราธอน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลยา เคาระห์ดี (2555) ได้ทำการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การใช้ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์กรุงเทพฯมาราธอนของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ให้ความสำคัญในเรื่องของ ที่ระลึกจากการแข่งขัน เช่น เสื้อผู้พิชิต เป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราโมทย์ ยอดแก้วชัย (2024) ที่ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจด้วยเหตุผลจากกิจกรรมทาง

การตลาดวิ่งเพื่อการกุศล ซึ่งพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอน ด้านของรางวัลและเสื้อนั้น ความสวยงามของเสื้อวิ่ง มีความสำคัญมากในการตัดสินใจร่วมกิจกรรม

ผลการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยพบว่า แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายคลายเครียด เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็น อันดับสอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลนั้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การแข่งขันหรือความสำเร็จส่วนบุคคล แต่ยังรวมถึงความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากความตึงเครียดในชีวิตประจำวันและแสวงหาสภาวะการพักผ่อนทางจิตใจด้วย แรงจูงใจนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผลการศึกษาที่ยกให้ แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายคลายเครียด มีความสำคัญนั้น มีความสอดคล้อง กับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในอดีตอย่างชัดเจน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมชนก เพชรานนท์ (2559) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นปัจจัยแรงผลักดันที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกฎ พัวตระกูล (2562) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเล ซึ่งพบว่าวัตถุประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติสูงอย่างป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายได้พักผ่อน ในประเด็นของ แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายคลายเครียด นั้น ไม่มีความแตกต่าง ในแง่ของความสำเร็จเมื่อเทียบกับงานวิจัยในอดีต เนื่องจากงานวิจัยทั้งหมดต่างยอมรับว่าความต้องการพักผ่อนหย่อนใจเป็นแรงขับเคลื่อนที่แข็งแกร่งของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างอาจอยู่ที่ รูปแบบการผ่อนคลาย โดยงานวิจัยในอดีตมุ่งเน้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการพักผ่อนในบรรยากาศทางธรรมชาติแบบดั้งเดิม แต่ผลการศึกษาของเราแสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่มีความเข้มข้นสูงและท้าทายทางกายภาพ อย่างการวิ่งเทรล ก็สามารถทำหน้าที่เป็นช่องทางหลักในการ ผ่อนคลายและคลายเครียด ได้เช่นกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ตอกย้ำว่าผู้บริโภคตีความ "การพักผ่อน" ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย รวมถึงกิจกรรมเชิงผจญภัยที่ต้องใช้พลังกำลังด้วย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายคลายเครียด เป็นความต้องการที่เป็นสากลและมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตอย่างเหนียวแน่น ทั้งนี้ ความต้องการผ่อนคลายนี้นี้ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพจากกิจกรรมที่มีฉากหลังเป็นธรรมชาติ เช่น การวิ่งเทรล ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรที่วุ่นวายและได้รับความพึงพอใจในระดับสูง

9. สรุปผลการวิจัยและองค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยเผยให้เห็นชุดแรงขับเคลื่อนที่ซับซ้อนและหลากหลาย โดยมีปัจจัยภายนอกและภายในทำงานร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ แรงจูงใจจากรางวัลและการยอมรับถูกจัดเป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยกิจกรรมวิ่งมาราธอนในอดีตที่ให้ความสำคัญกับของที่ระลึกและเสื้อผู้พิชิตเป็นอย่างสูง ในขณะที่ปัจจัยภายในอย่าง แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายคลายเครียด ได้รับการจัดให้อยู่ในอันดับสอง โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นการพักผ่อน แต่ได้ ต่อยอด องค์ความรู้ด้วยการพิสูจน์ว่ากิจกรรมที่มีความเข้มข้นทางกายภาพอย่างวิ่งเทรล ก็สามารถเป็นช่องทางหลักในการคลายเครียดได้เช่นกัน นอกจากนี้ แรงจูงใจจากความท้าทายส่วนบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญลำดับต้น ๆ นั้น สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่เน้นรากฐานส่วนบุคคล แต่ได้ ต่อยอด โดยการยกระดับแนวคิดทางทฤษฎีนี้ให้เป็นปัจจัยที่วัดผลได้และมีอิทธิพลสูงต่อความพึงพอใจจริง ส่วน แรงจูงใจทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยการวิ่งที่

เน้นการสร้างเครือข่ายโดยผลการศึกษาขยายขอบเขตไปสู่มิติของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ และการท่องเที่ยวและสัมผัสวัฒนธรรมชาติล้วนสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความแปลกใหม่ และแรงดึงดูดของปัจจัยทางธรรมชาติในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัย ขณะที่ แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับการเป็นปัจจัยกระตุ้นที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยภายในและภายนอกอย่างต่อเนื่อง โดยสรุป ผลการวิจัยนี้จึง ยืนยันถึงความสำคัญของปัจจัยที่ปรากฏในงานวิจัยในอดีต และได้เสริมน้ำหนักให้กับองค์ความรู้เดิมด้วยการชี้ให้เห็น ว่ากิจกรรมวิ่งเทรลทำหน้าที่เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพสูงในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการทั้งการ บรรลุเป้าหมายภายนอกและการเติมเต็มความต้องการภายในที่ซับซ้อนพร้อมกัน

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจด้านรางวัลและการยอมรับ ผู้จัดการควร ออกแบบรางวัลและสัญลักษณ์แห่ง ความสำเร็จให้มีคุณค่าทางจิตใจและสะท้อนเอกลักษณ์ของกิจกรรมวิ่งเทรลอย่างชัดเจน เช่น การมอบเหรียญหรือถ้วย รางวัลที่มีดีไซน์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำกับงานอื่น รวมถึงควร ขยายขอบเขตของการยอมรับ โดยไม่จำกัดแค่ผู้ชนะเท่านั้น แต่ จัดให้มีการประกาศเกียรติคุณหรือรางวัลพิเศษสำหรับผู้พิชิตความท้าทายเฉพาะจุด หรือรางวัลที่เน้นจิตวิญญาณของ การวิ่งเทรล ("Trail Spirit Award") พร้อมทั้ง ใช้ช่องทางสื่อสารของงานเพื่อประชาสัมพันธ์และยกย่องเรื่องราว ความสำเร็จส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมทุกคน เพื่อให้พวกเขาารู้สึกว่าตนเองได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน นักวิ่งเทรลอย่างแท้จริง

2. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจเพื่อผ่อนคลายความเครียด ผู้จัดการควร ออกแบบเส้นทางและบรรยากาศการ วิ่งเทรลให้เน้นความเพลิดเพลิน ความสวยงามของธรรมชาติ และประสบการณ์ที่เป็นมิตรต่อผู้เข้าร่วม โดยอาจจัดให้มี โชนผ่อนคลาย หรือ จุดพักที่มีกิจกรรมสันทนาการที่ไม่เน้นการแข่งขัน เช่น ดนตรีเบา ๆ โยคะยืดเหยียด หรือจุดชมวิว ที่น่าประทับใจเพื่อให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกว่าการวิ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยบำบัดและหลีกเลี่ยงจากความเครียดในชีวิตประจำวัน อย่างแท้จริง รวมถึงควร สื่อสารประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบที่เน้นย้ำถึง ผลประโยชน์ด้านสุขภาพจิตและความสงบทาง อารมณ์ มากกว่าการเน้นสถิติการแข่งขันหรือเวลาที่ทำได้ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้ที่มีแรงจูงใจในการมาพักผ่อนและฟื้นฟู ร่างกายและจิตใจ

3. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจความท้าทายส่วนบุคคล ผู้จัดการควร ออกแบบเส้นทางและรูปแบบการแข่งขัน ให้มีระดับความยากที่หลากหลายและปรับเปลี่ยนได้ โดยมีการกำหนด เป้าหมายย่อยหรือความท้าทายเฉพาะจุด ภายในเส้นทางวิ่งเทรล (เช่น จุดปีนเขาที่ชันที่สุด จุดเทคนิคเฉพาะ) พร้อมทั้ง จัดระบบการบันทึกสถิติส่วนบุคคลที่ ละเอียด ซึ่งไม่เพียงแค่เวลาเข้าเส้นชัยเท่านั้น แต่รวมถึงข้อมูลการวัดผลที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จเฉพาะตัว (เช่น การ ทำเวลาในเซกเมนต์ที่ยากที่สุด หรือการพิชิตระยะทางที่ยาวที่สุดที่เคยวิ่งมา) และควร สื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เน้นย้ำ ถึงโอกาสในการเอาชนะขีดจำกัดของตนเอง (Self-Transcendence) และ การเรียนรู้จากประสบการณ์ มากกว่าการ เน้นการแข่งขันกับผู้อื่น เพื่อดึงดูดนักวิ่งที่ต้องการก้าวข้ามความสามารถทางร่างกายและจิตใจของตนเองในแต่ละครั้งที่ เข้าร่วม

4. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจด้านสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ ผู้จัดการควร จัดสรรพื้นที่และเวลาให้เกิดกิจกรรม เชื่อมสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการแข่งขัน เช่น จัดกิจกรรมรวมกลุ่ม (Social Gathering) หรือการบรรยายให้ความรู้ร่วมกัน ในคืนก่อนวันวิ่ง, ออกแบบจุดรับส่ง/จุดพักที่เป็นมิตรต่อการพูดคุย และกระตุ้นให้

เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างทางนอกจากนี้ ควรมุ่งเน้นการ สนับสนุนการเข้าร่วมแบบกลุ่ม (Team/Pacer Group) โดยอาจมีส่วนลดพิเศษหรือสิทธิประโยชน์เฉพาะสำหรับทีม พร้อมทั้ง จัดให้มีพื้นที่ทางโซเชียลมีเดียเฉพาะของงาน ที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การโพสต์ภาพถ่าย และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกว่าได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนักวิ่งเทรลที่มีความผูกพันกันอย่างแท้จริง

5. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจจากการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ผู้จัดการควร ออกแบบเส้นทางวิ่งเทรลให้มีความโดดเด่นและนำเสนอภูมิทัศน์ที่ไม่ซ้ำใคร (Unique Scenery) โดยเน้นการวิ่งผ่านสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนเข้าถึง หรือมีจุดสำคัญทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เพื่อให้ นักวิ่งรู้สึกว่าการเข้าร่วมงานคือการเดินทางสำรวจครั้งใหม่ นอกจากนี้ ควรมีการ จัดกิจกรรมเสริมหรือการผจญภัยที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการวิ่ง เช่น การเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชน, การชิมอาหารพื้นเมือง, หรือเวิร์กช็อปสั้น ๆ เกี่ยวกับธรรมชาติ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับ ประสบการณ์เชิงลึกที่ครบถ้วน (Immersive Experience) มากกว่าแค่การวิ่ง และควร สื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เน้นย้ำถึงความเป็น "ที่สุด" และ "ครั้งแรก" ของประสบการณ์ที่จะได้รับ เช่น 'เส้นทางวิ่งบนสันเขาที่ถูกเปิดเผยเป็นครั้งแรก' หรือ 'การวิ่งสำรวจป่าที่เก่าแก่ที่สุด' เพื่อกระตุ้นความตื่นเต้นและความอยากรู้อยากเห็นในการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ

6. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจจากการท่องเที่ยวและสัมผัสธรรมชาติ ผู้จัดการควร ออกแบบเส้นทางวิ่งเทรลให้กลมกลืนและเน้นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยเน้นการวิ่งผ่านทัศนียภาพที่สวยงามเป็นพิเศษ หรือบริเวณที่มีความสำคัญทางนิเวศวิทยา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์การดื่มด่ำกับธรรมชาติอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ควรมุ่งเน้นการ จัดแพ็คเกจกิจกรรมที่ผนวกการท่องเที่ยวในพื้นที่ (เช่น ส่วนลดหรือข้อเสนอพิเศษสำหรับที่พัก, ทัวร์ในชุมชน, หรือกิจกรรมอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว) ก่อนหรือหลังวันแข่งขัน เพื่อกระตุ้นให้นักวิ่งและผู้ติดตามเดินทางเข้าร่วมสัมผัสเสน่ห์ของพื้นที่อย่างครบถ้วน และควร ใช้การสื่อสารที่เน้นภาพลักษณ์ของความสงบ, ความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ และความยั่งยืน เพื่อดึงดูดผู้ที่ต้องการใช้กิจกรรมวิ่งเทรลเป็นช่องทางในการพักผ่อนและสำรวจสถานที่ใหม่ ๆ

7. เพื่อส่งเสริม แรงจูงใจจากการพัฒนาตนเอง ผู้จัดการควร จัดเตรียมเครื่องมือและข้อมูลที่ช่วยให้นักวิ่งสามารถติดตามและประเมินผลการฝึกซ้อมและประสิทธิภาพของตนเองได้อย่างละเอียด โดยอาจมีการจัดทำ ระบบเก็บสถิติความก้าวหน้าส่วนบุคคล ที่สามารถเปรียบเทียบผลการวิ่งเทรลในครั้งนี้นับกับครั้งก่อน ๆ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้นักวิ่งเห็นการเติบโตและความสามารถที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ควร จัดกิจกรรมให้ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองในการวิ่งเทรล เช่น จัดเวิร์กช็อปเรื่องโภชนาการสำหรับนักวิ่งระยะไกล, เทคนิคการใช้ไม้เท้าเดินเขา, หรือการวางแผนการฝึกซ้อมที่เหมาะสมกับเส้นทางเทรล โดยเน้นย้ำถึง โอกาสในการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ และยกระดับความสามารถทางร่างกายและจิตใจ ของผู้เข้าร่วม เพื่อให้พวกเขาารู้สึกว่าการเข้าร่วมกิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและมีเป้าหมายที่ชัดเจน

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานวิ่งเทรลชาวไทยกับชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงานในประเทศไทย เพื่อทำความเข้าใจความต้องการของตลาดนานาชาติ และนำไปสู่การพัฒนาการจัดงานให้สามารถดึงดูดนักวิ่งจากทั่วโลกได้มากขึ้น

2. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจ (เช่น อายุ, จำนวนคืนที่เข้าพัก, ประเภทที่พัก, และรูปแบบการเดินทาง) เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานอย่างมีนัยสำคัญ

3. เนื่องจากผลวิจัยพบว่า “คุณภาพของเส้นทางวิ่ง (ความสวยงาม, ความท้าทาย)” เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุดควรมีการวิจัยเชิงลึกเพื่อกำหนดองค์ประกอบที่ชัดเจนและสามารถวัดผลได้ (Key Performance Indicators) ของคุณภาพเส้นทางวิ่งเทรลที่นักวิ่งไทยให้คุณค่า เช่น ความหลากหลายของภูมิประเทศ, ปัจจัยด้านความปลอดภัย, ความยากง่ายของเทคนิค, และทัศนียภาพที่น่าประทับใจ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเส้นทางวิ่งที่มีคุณภาพมาตรฐาน

4. ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจว่า “รางวัลและการยอมรับ” ในบริบทของวิ่งเทรลนั้นมีลักษณะที่แตกต่างจากการวิ่งมาราธอนทั่วไปอย่างไร (เช่น นักวิ่งเทรลให้คุณค่ากับรางวัลที่สื่อถึงการพิชิตความท้าทายตามธรรมชาติมากกว่าเหรียญรางวัลทั่วไปหรือไม่) เพื่อให้ผู้จัดงานสามารถออกแบบรางวัลได้อย่างตรงจุดและสร้างแรงจูงใจสูงสุด

5. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของการจัดงานวิ่งเทรลต่อชุมชนท้องถิ่นที่จัดงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นด้านความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการจัดการกิจกรรมที่สร้างประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบต่อทรัพยากร

เอกสารอ้างอิง

- กรมพลศึกษา.(2566). แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2568, จาก <https://knowledgeportal.okmd.or.th/valuechain/66d57fe868c95>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2560). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. กรุงเทพมหานคร:กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2562). คู่มือการจัดกิจกรรมวิ่งตามภูมิประเทศ (Trail Running). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรกฎ พัวตระกูล.(2562). อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบางขุนเทียนชายทะเล. สุทธิปริทัศน์, 30(94), 42-56.
- ชญาณิศา วงษ์พันธุ์, ญัฐกฤตา นันทะสิน, และ ศิริพา นันทกิจ. (2564). แรงจูงใจปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเรือสำราญ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ปทุมธานี:วารสารวิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์.
- ดลยา เคราะห์ดี.(2555). ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งงานสแตนดาร์ดชาร์เตอร์กรุงเทพมหานครของ ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกริก, คณะบริหารธุรกิจ.
- ธรรณชนก เพชรานนท์.(2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย. สุทธิปริทัศน์, 30(94), 42-56.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว.(2567). การตัดสินใจด้วยเหตุผลจากกิจกรรมทางการตลาดวิ่งเพื่อการกุศล. วารสารวิชาการปัญญาและคุณธรรม (Journal of Wisdom and Morality), 1(2), 56-65.

- ภูษณพาส สมนิล, โฆสิตพิพัฒน์ สีหาณู, ณัฐวุฒิ นิลแสง, และ จุฑารัตน์ ไชยมณี. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกิจกรรมงานวิ่งเทรล. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 21(2), 295–310.
- รุ่งกานต์ แก้วเจริญ, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, จินตนิย์ รุ้เชื้อ, และ ญาณินี ทรงขจร. (2562). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการร่วมงานฟูลมูนปาร์ตี้ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3), 143–163.
- วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561). แรงจูงใจปัจจัยหลัก ปัจจัยดิ่ง: การท่องเที่ยวการพนัน (กาสิโน). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 7(1), 13–29.
- วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์, สิปปวิชญ์ วงศ์สุวรรณ, และ ศิริกัญญา ทองแสง. (2565). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม: กรณีศึกษาย่านเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 17(12), 56–68.
- วีไลวรรณ สว่างแก้ว. (2561). อิทธิพลภาพลักษณ์การท่องเที่ยว องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองพระองค์เจ้าไชยานุชิต อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรภัทร์ ดาวเรือง. (2564). ค่านิยมทางสังคม แรงจูงใจปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดอ่างทอง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศรินธร ไชยรัตน์, ขอยบุพผา ศาสตร์มูล, และ สุทธิพงศ์ สุวรรณสถิต. (2563). ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยออลกรณ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 10(1), 211–224.
- Katsikari, C., Hatzithomas, L., Fotiadis, T., & Folinas, D. (2020). Push and Pull Travel Motivation: Segmentation of the Greek Market for Social Media Marketing in Tourism. Sustainability, 12(11), 4770.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Principle of marketing (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. New York: McGraw-Hill.
- Robillard, J. (2014). The ultimate guide to trail running and ultramarathons: Expert advice, and some humor, on training, competing, gummi bears, snot rockets, and more. New York: Skyhorse Publishing.
- Shrestha, I. M., Luitel, B. C., Pant, B. P., Dahal, N., & Manandhar, N. K. (2022). STEAM education for school teachers in Nepal. In Web Proceedings of epiSTEME 9.
- Somchai. (2025). งานวิ่ง. สืบค้น 10 กรกฎาคม 2025, จาก <https://bearrun.in.th/category/running-event>