

การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยโครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน

Promoting Domestic Tourism using the One Province One Marathon (OPOM) Project

คมกริช วงศ์แห่¹, ประภัสสร วารีศรี²

Komkrit Wongkhae¹, Prapassorn Wareesri²

Received: 4 April 2023

Revised: 14 July 2023

Accepted: 8 August 2023

บทคัดย่อ

ปัญหาโรคระบาด Covid-19 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศที่มีอัตราการพึ่งพาการท่องเที่ยวจากต่างประเทศสูงอย่างประเทศไทย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการจัดงานวิ่งมาราธอนต่อการท่องเที่ยวรายจังหวัด วิเคราะห์บทบาทของงานวิ่งมาราธอนต่อการท่องเที่ยวรายจังหวัด โดยใช้ข้อมูลการจัดการแข่งขันมาราธอนในช่วงปี 2565-2566 จาก SportStat Asia จำนวน 41 รายการใน 21 จังหวัด ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่และวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน พบว่าอัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้มาเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่จัดงานวิ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเดือนที่มีการจัดการแข่งขัน นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังส่งผลกระทบต่อขยายตัวของตัวชี้วัดทั้ง 4 ตัว นำไปสู่ข้อเสนอในเชิงวิชาการ และการนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมให้แต่ละจังหวัดควรมีการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดยมีธีมและช่วงเวลาการแข่งขันที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ทำให้ได้ปฏิทินมาราธอนรายจังหวัดของประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจในการแข่งขันกีฬาวิ่งมาราธอน

คำสำคัญ: การจัดงานวิ่ง, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, หนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน

Abstract

The Covid-19 pandemic had massive impact on the tourism sector of countries such as Thailand, which heavily rely on foreign tourism. This study aimed to study the role of marathon running events in provincial economy and analysed role of marathon events on provincial tourism of Thailand. Using SportStat Asia data of 41 running events during 2022-2023 from 21 provinces to verify affect of running events by dependent-samples t-test and multiple

¹ อาจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, E- mail: komkrit.w@acc.msu.ac.th

² อาจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, E- mail: prapassorn.w@acc.msu.ac.th

¹ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, E- mail: komkrit.w@acc.msu.ac.th

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, E- mail: prapassorn.w.msu.ac.th

regression analysis, it was found that occupancy rate, number of stays, number of travelers and tourism income in the area of an event significantly increased in the month of competition. Additionally, the result confirmed that the number of runners also induced the expansion of those 4 indicators. This fruitful study suggests that academic knowledge and the proposal that each province in Thailand should launch marathon events with a theme and period associated with its identity and tourism season. The paper also provides a Thailand Provincial Marathon Calendar which will be updated every year in order to publicize for tourists who are interested in participating in marathon running and which will pave the way to the sustainable economic development.

Keywords: One Province One Marathon (OPOM), running event, sport tourism

บทนำ

การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึงการเดินทางของมนุษย์หรือกลุ่มคนที่ออกไปจากถิ่นที่อยู่ประจำ โดยมีวัตถุประสงค์ทั้งเพื่อการพักผ่อนและการประกอบธุรกิจ และมีการให้บริการของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์หลักในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการคำที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง (Chin *et al*, 2019) ทำให้การท่องเที่ยวส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจซึ่งวัดจากการเปลี่ยนแปลงขนาดของของ GDP ของประเทศ (Brida *et al*, 2020) การศึกษาของ Wang *et al* (2020) พบว่าการท่องเที่ยวยังกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานในธุรกิจท่องเที่ยว ในประเทศไทยจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2560 พบว่ามีแรงงานไทย 4-5 ล้านคนทำงานในธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้การศึกษาของ Yergeau (2020) พบว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองของแรงงานในท้องถิ่นด้วยธุรกิจในครัวเรือนและนำมาสู่ความกินดีอยู่ดีของประชาชน โดยที่แรงงานเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องเคลื่อนย้ายเข้าสู่ตลาดแรงงานในเมืองใหญ่ ในปี 2562 ประเทศไทยมีสัดส่วนของการท่องเที่ยวต่อ GDP

21.6% ถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ระหว่างปี 2559-2562 รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 18.36 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

จะเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเครื่องจักรสำคัญที่มีผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตามการพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไปถือว่าเป็นความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ เพราะเมื่อไหร่ก็ตามเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันจะส่งผลให้หลายภาคส่วนได้รับผลกระทบ

การเกิดขึ้นของโรคระบาดไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Covid-19) ประเทศต่างๆ เลือกใช้มาตรการล็อกดาวน์ โดยห้ามมีการเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ หรือมีการตรวจอย่างเข้มงวดสำหรับการเคลื่อนย้ายภายในประเทศ รวมทั้งมาตรการทางด้านสาธารณสุขที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน เช่น การปิดกิจการบางประเภท หรือเพิ่มข้อกำหนดในการปฏิบัติ ทำให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคการท่องเที่ยว องค์การท่องเที่ยวโลกระบุว่าผลกระทบของโควิด19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกลดลงเฉลี่ยร้อยละ 20-30 บางประเทศลดลงถึงร้อยละ 90 ในส่วนของประเทศไทยเอง นักท่องเที่ยวในเดือนมีนาคม 2563 ลดลงกว่า

ปีก่อนหน้าร้อยละ 67.73 (World Tourism Organization (UNWTO), 2020) ผลกระทบดังกล่าวทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2563 หดตัวร้อยละ 6.3 อย่างไรก็ตามสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2561 - 2565 คิดเป็นร้อยละ 22 ทำให้ประเทศไทยมีสัดส่วน GDP ด้านการท่องเที่ยวอยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 22.92 ต่อ GDP รวมของประเทศ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่รัฐบาลใช้ในการแก้ปัญหาล้วนเป็นมาตรการบรรเทาผลกระทบในระยะสั้น แนวทางในการสร้างมาตรการที่เหมาะสมคือมาตรการที่ลดการพึ่งพิงการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เนื่องจากถึงแม้การท่องเที่ยวจากต่างประเทศจะกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ มีผลต่อการเพิ่ม GDP ขณะเดียวกันก็เพิ่มการบริโภคพลังงาน ทรัพยากร (Qureshi *et al*, 2017) ดังนั้นการพึ่งพาการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผ่านการส่งเสริมกิจกรรมกีฬาที่นอกจากจะสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนภายในประเทศแล้วยังเป็นทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Gallardo-Albarrán, 2018)

การจัดมหกรรมกีฬาที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการใช้จ่าย เนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องมีค่าสมัคร ค่าที่พัก และค่าเดินทาง รวมทั้งค่าใช้จ่ายใช้สอยอื่นๆ (Leeds & Von, 2016) ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่พื้นที่ที่มีการจัดการแข่งขัน สอดคล้องกับอุปสงค์และผลกระทบด้านการท่องเที่ยว กีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศไทย ในช่วงเวลาที่ผ่านมาคือการจัดการแข่งขันวิ่ง การจัดงานวิ่งนั้นมีหลายระยะ เช่น การวิ่งมินิมาราธอน (10 กิโลเมตร) การวิ่งฮาล์ฟมาราธอน (21 กิโลเมตร) และฟูลมาราธอน (42.195 กิโลเมตร) หรือรายการที่มีระยะทางมากกว่า 42.195 เรียกว่าเป็นการวิ่งแบบอัลตรามาราธอน และการวิ่งเทรลหรือการวิ่งตามสภาพภูมิประเทศ ก็ต่างได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยปี 2559 มีการจัดงานวิ่งทั่วประเทศ 471 รายการ และเพิ่มเป็น 696 และ 990 รายการ ในปี 2560 และ 2561 ตามลำดับ และในปี 2565 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผ่อนคลายจากมาตรการต่างๆ ประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันวิ่งทุกรายการรวมทั้งสิ้น 1,032 รายการ ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนงานวิ่งตามระยะทางสูงสุดในประเทศไทย ในปี 2565

เดือน	ประเภทการวิ่งตามระยะทางสูงสุดของงาน								รวม
	Fun run (5K)	Mini marathon (10K)	Half marathon (21K)	Marathon (42K)	Ultra marathon (>42-166K)	Trail (<42K)	Ultra -trail (>42-200K)	Virtual run	
มกราคม	0	11	4	1	0	4	2	1	23
กุมภาพันธ์	5	18	10	3	1	8	1	2	48
มีนาคม	7	12	7	1	0	4	1	7	39
เมษายน	1	13	5	2	0	4	1	7	33
พฤษภาคม	9	28	9	2	0	5	2	2	57
มิถุนายน	4	28	11	3	2	7	9	1	65
กรกฎาคม	9	34	19	6	1	6	5	0	80

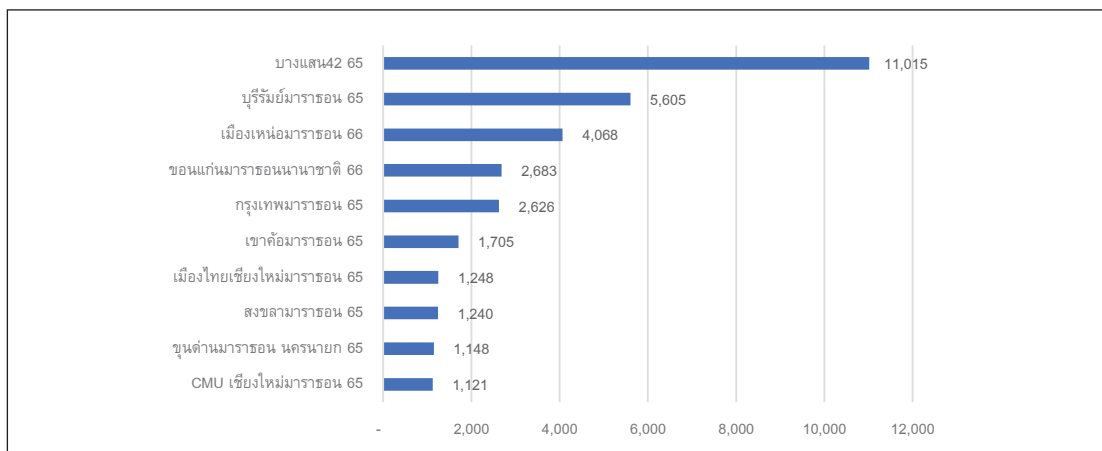
ตาราง 1 จำนวนงานวิ่งตามระยะทางสูงสุดในประเทศไทย ในปี 2565 (ต่อ)

เดือน	ประเภทการวิ่งตามระยะทางสูงสุดของงาน								รวม
	Fun run (5K)	Mini marathon (10K)	Half marathon (21K)	Marathon (42K)	Ultra marathon (>42-166K)	Trail (<42K)	Ultra -trail (>42-200K)	Virtual run	
สิงหาคม	16	45	14	5	1	5	4	0	90
กันยายน	9	60	27	3	3	2	7	0	111
ตุลาคม	26	97	19	6	3	3	11	1	166
พฤศจิกายน	15	75	24	6	5	4	7	1	137
ธันวาคม	64	65	31	11	3	3	5	1	183
รวม	165	486	180	49	19	55	55	23	1,032

ที่มา: รวบรวมจาก patrunning.com

จากตาราง 1 จะเห็นว่าระยะงานวิ่งที่จัดจำนวนครั้งมากที่สุดคือระยะมินิมาราธอน รองลงมาคือระยะฮาล์ฟมาราธอน และรายการที่มีถึงระยะฟูลมาราธอนมีจำนวน 49 รายการ และงานวิ่งทั้งหมดส่วนใหญ่จะจัดในช่วงปลายปี และเมื่อพิจารณาผู้ที่ให้ความสนใจร่วมกิจกรรมสถิติของ Sportstats ในภาพประกอบ 1 แสดงให้เห็นว่ามีนักวิ่งที่เข้าร่วมแข่งขันเฉพาะรายการฟูลมาราธอนสูงสุดคือรายการบางแสน 42 ใน

ปี 2565 ซึ่งมีนักวิ่งถึง 11,015 คน รองลงมาคือรายการบุรีรัมย์มาราธอน ปี 2565 และเมืองเหนือมาราธอนปี 2566 ของจังหวัดสุพรรณบุรี มีนักวิ่งที่เข้าร่วมเฉพาะรายการฟูลมาราธอนถึง 5,605 และ 4,068 คนตามลำดับ ซึ่งจำนวนนักวิ่งเหล่านี้ นอกจากจะเข้าร่วมการแข่งขันในฐานะนักวิ่งแล้ว อีกฐานะหนึ่งคือนักท่องเที่ยวที่จะกระจายรายได้ลงสู่ท้องถิ่นอีกด้วย



ภาพประกอบ 1 งานวิ่งระยะฟูลมาราธอนที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน (คน) สูงสุดปี 2565-2566

ที่มา: รวบรวมจาก SportstatAsia

จากการศึกษาของพัฒนาวิไล อินใหม่ และคณะ (2562) พบว่าประเภทของการวิ่งที่สร้างรายได้ให้กับผู้จัดงานวิ่งมากที่สุดคือประเภท พูลมาราธอนที่มีมูลค่าประมาณ 5 ล้านบาทต่อรายการแข่งขัน และมีมูลค่า 2 ล้าน และ 8 แสนบาทสำหรับรายการฮาล์ฟ และมินิมาราธอนตามลำดับ นอกจากนี้จะเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้จัดงานแล้วยังเป็นการสร้างรายได้ให้ส่วนเกี่ยวข้องด้วย เนื่องจากผู้จัดงานได้จ้างผู้ประกอบการในพื้นที่ในการร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตามในปี 2565 พบว่ามีการจัดงานวิ่งประเภท พูลมาราธอนจำนวน 49 งาน และจังหวัดที่มีส่วนร่วมในการจัดงานเพียง 21 จังหวัด โดยมีนักวิ่งเข้าร่วมการแข่งขันในระยะทางพูลมาราธอนตลอดปี 44,673 คน การที่ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน หากทุกจังหวัดมีการส่งเสริมให้มีการจัดงานวิ่งมาราธอนเป็นงานหลักของจังหวัดและมีธีมที่สอดคล้องกับเทศกาลการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้นๆ นอกจากจะช่วยกระจายเม็ดเงินสู่ท้องถิ่นแล้วยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วย

จากเหตุผลดังกล่าว การศึกษาในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการจัดงานวิ่งมาราธอนต่อการท่องเที่ยวรายจังหวัด และเสนอแนวทางในการจัดโครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน (one province one marathon; OPOM) ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมสุขภาพและภูมิคุ้มกันของคนในประเทศ โดยประโยชน์ที่จะเกิดจากการศึกษาในครั้งนี้คือการลดการพึ่งพิงการท่องเที่ยวจากต่างประเทศซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ที่ผ่านมาการศึกษาบทบาทของการจัดมหกรรมกีฬาต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจการ

ท่องเที่ยวมีการศึกษาอย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามประเด็นที่ทำการศึกษาที่ผ่านมาสามารถแบ่งได้เป็นสองประเด็นประกอบด้วยผลกระทบทางเศรษฐกิจของมหกรรมกีฬา และผลกระทบต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีการศึกษาทั้งในต่างประเทศและในประเทศ ในการศึกษาจากต่างประเทศ Constantin-Vlad & Isabella-Cristiana (2014) พบว่ามหกรรมกีฬาสามารถส่งเสริมการลงทุนในสาธารณูปโภคและกระตุ้นความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคยุโรป นอกจากนี้ Gil-Alana *et al.* (2019) พบว่าการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติส่งผลให้เกิดความผันผวนของค่าเงินบราซิลเลียน เรียล Du Preez & Lee (2016) พบว่าการจัดการแข่งขันจักรยานภูเขาในแอฟริกาใต้ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ในส่วนของการแข่งขันกีฬากับการท่องเที่ยว Scholtz (2019) และ Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2022) พบว่ามหกรรมการแข่งขันกีฬา สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวในภูมิภาค นอกจากนี้ชาวเมืองที่มีการพักอาศัยในเส้นทางการแข่งขันมีการรับรู้ถึงผลกระทบด้านบวกที่เกิดกับชุมชนเมื่อมีการจัดการแข่งขันขึ้น Gratton *et al.* (2005) พบว่าการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวได้เนื่องจากมีการเคลื่อนย้ายของบุคคลากรทั้งที่เป็นนักกีฬา ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนกองเชียร์ ทำให้ระหว่างการแข่งขันมีอัตราการเข้าพักของโรงแรมสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ในส่วนของการศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมการเข้าร่วมมหกรรมกีฬา เช่น Somnil *et al.* (2020) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการเข้าร่วมวิ่งเทรลปลุกภูกระดึง ในจังหวัดเลย สุรสิทธิ์ อุดมธนวนศ์ (2019) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการ

กลับมาเที่ยวซ้ำในเชิงกีฬาในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะต้องเกิดความรู้คุณค่าจากการท่องเที่ยวถึงจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของ อรุณี ฮามคำไพ และคณะ (2563) ส่วนบรรพต ภูมิบ่อพลับ (2559) ได้ข้อเสนอว่าการจะใช้มหกรรมกีฬาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนภาคใต้ นั้นจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทรงศักดิ์ รักพ่วง (2019) ได้ทำการศึกษาเครือข่ายทางสังคมของนักวิ่งมาราธอน พบว่าการสร้างเครือข่ายช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กระตุ้นให้เกิดการจับจ่ายใช้สอย โดยตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ส่งเสริมความกินดีอยู่ดีเชิงพื้นที่ในการศึกษาที่ผ่านมา วัดจากอัตราการเข้าพักโรงแรม (Lei, & Lam, 2015) และการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชน (Leonandri & Rosmadi, 2018) จากการศึกษาค้นคว้าถึงปัจจุบัน การศึกษาที่ผ่านมาเป็นการศึกษาในภาพรวมที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการแข่งขันกีฬาส่งผลต่อเศรษฐกิจ ผ่านการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมกิจกรรม แต่ยังไม่ชัดเจนการศึกษที่เป็นบริบทของประเทศไทย ซึ่งการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งกำลังได้รับความนิยม นอกจากนี้ยังไม่มีการศึกษาใดเสนอแนวคิดในการจัดการแข่งขันวิ่งในระดับมาราธอนที่เป็นรูปธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การกระตุ้นซึ่งไม่เพียงแต่เศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการกระตุ้นการใส่ใจในการดูแลสุขภาพของประชาชนภายใต้สถานการณ์ที่ทุกคนต้องการภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันภัยอันตรายจากการเกิดขึ้นของโรคระบาดที่ส่งผลกระทบไปทั่วโลก

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้การศึกษา 3 วิธีเพื่อหาคำตอบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ได้แก่

1) วิเคราะห์ความแตกต่างของตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด

อัตราการเข้าพักโรงแรม (%) จำนวนผู้เข้าพัก (คน) จำนวนผู้เยี่ยมเยือน (คน) รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) ของจังหวัดที่มีการจัดการแข่งขันวิ่งระหว่างเดือนก่อนจัดงานวิ่ง และเดือนที่จัดงานวิ่ง ที่จัดระหว่างเดือนมกราคม 2565 ถึง กุมภาพันธ์ 2566 ทำการทดสอบความแตกต่างของประชากรที่ไม่เป็นอิสระจากกันโดยการทดสอบสถิติ (dependent-samples t-test หรือ pair-samples t-test) สถิติทดสอบ t คำนวณจาก $t = \bar{D}/s_D$ เมื่อ D คือความแตกต่างระหว่างตัวชี้วัดในเดือนก่อนจัดงานวิ่งและเดือนที่จัดงานวิ่ง \bar{D} คือค่าเฉลี่ยของ D และ $S_D^2 = \sum d_i^2 / (n - 1)$ คือค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ D เมื่อ $d_i = D - \bar{D}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยความแตกต่าง คำนวณจาก $s_D = S_D^2/n$ สมมติฐานหลักในการทดสอบความแตกต่างคือ $H_0: \bar{D} = 0$ หากยอมรับสมมติฐานหลักคือค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจระหว่างเดือนก่อนจัดงานวิ่งและเดือนที่จัดงานวิ่งไม่แตกต่างกัน แต่ถ้าวินิจฉัยปฏิเสธสมมติฐานหลัก หมายถึงการศึกษาสอดคล้องกลับสมมติฐานของการวิจัย (Hsu, 2014) ใช้ข้อมูลรายเดือนจากกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

2) ศึกษาบทบาทของการจัดงานวิ่งต่อการท่องเที่ยวใช้การประมาณค่าสมการถดถอยเชิงซ้อน 4 แบบจำลอง ประกอบด้วย

$$1) OCC_i = \beta_0 + \beta_1 Run_i + \beta_2 Dec_i + \beta_3 Jan_i + \beta_4 Feb_i + \beta_5 Des_i + \beta_6 Full_i + \beta_6 Half_i + u_i$$

$$2) STA_i = \alpha_0 + \alpha_1 Run_i + \alpha_2 Dec_i + \alpha_3 Jan_i + \alpha_4 Feb_i + \alpha_5 Des_i + \alpha_6 Full_i + \alpha_6 Half_i + v_i$$

$$3) TRA_i = \gamma_0 + \gamma_1 Run_i + \gamma_2 Dec_i + \gamma_3 Jan_i + \gamma_4 Feb_i + \gamma_5 Des_i + \gamma_6 Full_i + \gamma_6 Half_i + w_i$$

$$4) INC_i = \delta_0 + \delta_1 Run_i + \delta_2 Dec_i + \delta_3 Jan_i + \delta_4 Feb_i + \delta_5 Des_i + \delta_6 Full_i + \delta_6 Half_i + z_i$$

การจัดงานวิ่งมีการจัดการแข่งขันทั่วประเทศไทย แต่มีระยะที่จัดการแข่งขันที่แตกต่างกัน แต่การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลของการจัดงานวิ่งทั้งหมด 41 รายการ จาก 21 จังหวัดที่จัดระหว่างเดือนมกราคม 2565 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2566 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวมีการผ่อนคลายมาตรการจากการล็อกดาวน์ ทำให้มีการจัดงานวิ่งอีกครั้ง และเลือกรายการที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนนักวิ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจาก www.sportstats.asia เป็นฐานของข้อมูลที่สถิติการวิ่งที่ทำให้ทราบจำนวนของนักวิ่งที่ทำการแข่งขันด้วยระบบ Chip จับเวลา Dependent variables ประกอบด้วย OCC คือ Occupancy rate หรือ อัตราเข้าพักที่พัค (%) STA คือ Stay จำนวนการเข้าพักถึงนักท่องเที่ยวที่มีการพักแบบค้างคืน (คน) TRA คือ Travelers จำนวนผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวทั้งหมด INC คือ Tourism income หรือรายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท) ส่วน Independent variables ประกอบด้วยตัวแปรเชิงปริมาณ Run คือ Runners จำนวนนักวิ่ง รวบรวมนักวิ่ง 3 กลุ่มคือ ระยะฟูลมาราธอน ระยะฮาล์ฟมาราธอน และทั้งสองระยะรวมกันเพื่อแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าสอดคล้องกับการศึกษาของ พัฒนวิไล อินใหม่และคณะ (2562) นอกจากนี้การศึกษาได้เพิ่มตัวแปรควบคุม (controlled variables) ในการควบคุมความแปรปรวนของตัวแปรตาม เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา โดยตัวแปรควบคุมทั้งหมดเป็นตัวแปรหุ่น (dummy variables) ประกอบด้วย Dec คือ December และ Jan คือ January หมายถึงงานวิ่งที่จัดในเดือนธันวาคมและมกราคมตามลำดับ เพราะหากจัดงานวิ่งในเดือนดังกล่าวซึ่งเป็นเทศกาลปีใหม่จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวด้วย (Winter, 2004 และ Zhang & Wu, 2015) Fes คือ Festival หมายถึงงานวิ่งที่จัดตรงกับประเพณีท่องเที่ยวประจำจังหวัด ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้นมากกว่าปกติ เช่นใน

การศึกษาของ Stankova & Vassenska (2015) ตัวแปร Des คือ Tourism destination หมายถึงงานวิ่งที่จัดในเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ ได้แก่ พัทยา ภูเก็ต บางแสน หัวหิน ชะอำ เขาใหญ่ กระบี่ เชียงใหม่ และพังงา เนื่องจากเป็นแหล่งจัดงานวิ่งมีนักท่องเที่ยวมากอยู่แล้ว ย่อมส่งผลต่อตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ (Kumar & Kumar, 2020) ตัวแปรหุ่นตัวสุดท้ายได้แก่ประเภทของงานวิ่งที่ใช้จำนวนนักวิ่งในการประมาณค่าสมการ 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทฟูลมาราธอนอย่างเดียว ประเภทฮาล์ฟมาราธอนอย่างเดียว และใช้ประเภทที่สามคือ งานวิ่งที่มีนักวิ่งทั้ง 2 ระยะเป็นกลุ่มตัวแปรอ้างอิง (reference category)

3) เพื่อเสนอแนวทางในการจัดโครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน (OPOM) ใช้การรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวรายจังหวัดเพื่อนำเสนอช่วงเวลาที่เหมาะสมในการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน และจัดทำปฏิทินงานวิ่งมาราธอนไทยประจำปี (Annual Thailand Marathon Event Calendar) ซึ่งจะเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ผลการศึกษา

ในส่วนของผลการศึกษาบทความนี้ นำเสนอ 3 ส่วนได้แก่ ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว บทบาทของการจัดงานวิ่งต่อการท่องเที่ยว และแนวทางในการจัดโครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน (OPOM)

1) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการทดสอบความแตกต่างของประชากรที่ไม่เป็นอิสระจากกันโดยการทดสอบสถิติที่ (dependent-samples t-test หรือ pair-samples t-test) ได้ผลการศึกษา ดังตาราง 2

ตาราง 2 การทดสอบทีแบบกลุ่มไม่อิสระ (dependent-samples t-test หรือ pair-samples t-test) ของตัวชี้วัดการท่องเที่ยวของพื้นที่จัดงานวิ่งในเดือนก่อนและระหว่างจัดงาน

การทดสอบ	อัตรา การเข้าพัก	จำนวน การเข้าพัก	จำนวน ผู้มาเยือน	รายได้จาก การท่องเที่ยว
Mean ก่อนงานวิ่ง	53.52	332,563.00	646,937.72	4,873.24
Mean ระหว่างงานวิ่ง	56.87	356,270.70	681,053.79	5,586.87
การเปลี่ยนแปลง (%)	3.35	7.13	5.27	14.64
t-statistics	-2.97	-2.17	-2.20	-2.20
Sig. (2-tailed)	0.01**	0.04**	0.03**	0.03**

จากผลการศึกษาพบว่า ดัชนีชี้วัดด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวทุกตัวเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างเดือนก่อนจัด และเดือนที่จัดงานวิ่ง พบว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าทั้ง 2 เดือนไม่แตกต่างกัน กล่าวคือผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดทั้ง 4 ตัวของกลุ่มตัวอย่างงานวิ่งในจังหวัดที่วิเคราะห์เพิ่มขึ้นทุกตัวชี้วัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ยรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากที่สุด 14.64 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาได้แก่จำนวนการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยือน และอัตราการเข้าพัก ซึ่งล้วนแล้วแต่มีการขยายตัวเท่ากับ 7.13 5.27 และ 3.35 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ

2) บทบาทของการจัดงานวิ่งต่อการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ประเมินค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด โดยใช้ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจการ

ท่องเที่ยวเป็นตัวแปรตาม และใช้จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรอิสระ พร้อมทั้งใส่ตัวแปรควบคุม เพื่อความน่าเชื่อถือของค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำการประมาณค่า โดยก่อนการประมาณค่าได้ทำการตรวจสอบเงื่อนไขของการประมาณค่าของข้อมูลแบบภาคตัดขวาง 2 เงื่อนไข ได้แก่ ปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง (multicollinearity) และปัญหาความแปรปรวนของคลาดเคลื่อนมีค่าไม่คงที่ (heteroscedasticity) เพื่อความไม่เอนเอียง (unbiased) และความคงเส้นคงวา (consistent) ของตัวประมาณค่าตามแนวคิด Classical consumption ของสมการถดถอย (Ainiyah *et al.*, 2016) ผลการทดสอบปัญหา Multicollinearity ตามตาราง 3 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่มีคู่ใดที่น้อยกว่า -0.8 และมากกว่า 0.8 กล่าวคือไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง (Shrestha, 2020)

ตาราง 3 Correlation matrix ของตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	Runner	Dec	Jan	Fes	Des
Runner	1	-0.169	.315*	-0.053	-0.088
Dec	-0.169	1	-0.183	-0.057	-0.011
Jan	.315*	-0.183	1	-0.02	-0.165
Fes	-0.053	-0.057	-0.02	1	-0.063
Des	-0.088	-0.011	-0.165	-0.063	1

* มนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ในการตรวจสอบปัญหา Heteroscedasticity ใช้วิธีของ White (Lyon & Tsai, 1996) โดยใช้ค่า $n \cdot R$ -square (n คือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง) ทดสอบด้วยสถิติ Chi-square พบว่าทุกแบบจำลองยอมรับสมมติฐานหลัก (homoscedasticity) นั่นคือไม่เกิดปัญหา Heteroscedasticity เพื่อหาแบบจำลองที่ดีที่สุดในการทดสอบบทบาทของ

งานวิ่ง ซึ่งใช้จำนวนนักวิ่งเป็นตัวแปรแทน (proxy) โดยการเลือกรูปแบบความสัมพันธ์ (specification) ที่เหมาะสมพบว่าจำนวนนักวิ่งอธิบายอัตราการเข้าพักในเดือนแข่งขันได้ดีที่สุด อธิบายจำนวนการเข้าพักและจำนวนผู้มาเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยวด้วยแบบจำลอง Log form ได้ดีที่สุด จึงได้ตารางสมการถดถอยดังตาราง 4

ตาราง 4 ผลการประมาณค่าสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

ตัวแปรและค่าสถิติ	อัตราการเข้าพัก (เดือนแข่งขัน)	จำนวนการเข้าพัก Log(stay)	จำนวนผู้มาเยือน Log(traveller)	รายได้จากการท่องเที่ยว Log(income)
ค่าคงที่ Constant	48.007 (8.761)	4.921 (19.868)	5.215 (34.355)	-1,692.974 (-0.459)
จำนวนนักวิ่ง Runners	0.002 (2.228)**	7.170E-5 (1.699)*	4.917E-5 (1.901)*	4.888E-5 (1.694)*
ธันวาคม December	22.025 (3.026)***	-0.007 (-0.020)	-0.116 (-0.577)	0.028 (0.930)
มกราคม January	-2.565 (-0.413)	-0.684 (-0.413)	-0.223 (0.203)	-0.089 (0.155)
เทศกาลประจำปี Festival	2.693 (0.498)	0.072 (0.293)	-0.017 (-0.113)	-0.704 (-0.383)
เมืองท่องเที่ยว Destination	1.565 (0.336)	0.723 (3.432)***	0.555 (4.301)***	0.889 (4.445)***
ระยะฟูลมาราธอน Full Marathon	7.485 (1.018)	-0.243 (-0.730)	-0.030 (-0.146)	-0.259 (0.787)
ระยะฮาล์ฟมาราธอน Half Marathon	-0.236 (-0.040)	-0.132 (-0.487)	0.248 (1.497)	0.202 (0.787)

ตาราง 4 ผลการประมาณค่าสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ต่อ)

ตัวแปรและค่าสถิติ	อัตราการเข้าพัก (เดือนแข่งขัน)	จำนวนการเข้าพัก Log(stay)	จำนวนผู้มาเยือน Log(traveller)	รายได้จากการท่องเที่ยว Log(income)
R ² (Adj-R ²)	0.577 (0.333)	0.639 (0.408)	0.678 (0.459)	0.419 (0.296)
Obs*R-squared (p-Chi-square)	16.623 (0.615)	38.316 (0.541)	22.643 (0.598)	26.827 (0.365)
F-stat (p-value)	2.355 (0.046)	3.248 (0.010)	4.003 (0.003)	3.397 (0.008)

ค่าในวงเล็บคือค่า t-stat

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.1

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

*** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการประมาณค่าสมการพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวส่งผลให้อัตราการเข้าพักในจังหวัดที่จัดงานเพิ่มขึ้น เพอร์เซ็นต์ของผู้พักค้างคืน เพอร์เซ็นต์ผู้พักทั้งหมดและเพอร์เซ็นต์รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรอื่นๆ อธิบายได้ว่า งานวิ่งที่จัดในเดือนธันวาคม (December) จะมีอัตราการเข้าพักมากกว่าจัดในเดือนอื่นๆ งานที่จัดในเมืองท่องเที่ยวจะมีจำนวนผู้เข้าพัก นักท่องเที่ยวทั้งหมด และรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าจัดที่เมืองอื่นๆ

3) แนวทางในการจัดโครงการหนึ่งจังหวัดหนึ่งมาราธอน (OPOM) จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นความสำคัญของงานวิ่งต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวรายจังหวัด การศึกษานี้ได้จัดทำปฏิทินมาราธอนของประเทศไทย (Thailand marathon calendar) โดยการรวบรวมข้อมูลการจัดเทศกาลประจำปีของแต่ละจังหวัด แล้วนำจุดเด่นของแต่ละจังหวัดเพื่อเป็นชื่องานวิ่ง ซึ่งจะทำให้เห็นถึงความต้องการใช้งานวิ่งเป็นการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เป็นแนวทางในการเลือกจุดหมายการท่องเที่ยว แสดงได้ดังตาราง 5

ตาราง 5 ปฏิทินมาราธอนของประเทศไทย (Thailand marathon calendar)

มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
พญาแลมาราธอน	โป่งกลางมาราธอน	สุรนารีมาราธอน
บุรีรัมย์มาราธอน	กำแพงเพชรมาราธอน	ปัตตานีมาราธอน
กรุงเก่ามาราธอน	แปดริ้วมาราธอน	กว๊านมาราธอน
พังงามาราธอน	ห้วยฝางนกรมาราธอน	ตักสิลามาราธอน
ชาละวันมาราธอน	ตรังมาราธอน	ยะลามาราธอน
นครสวรรค์มาราธอน	ปากน้ำโพธิ์มาราธอน	พลาญชัยมาราธอน
มะขามหวานมาราธอน	ทะเลน้อยมาราธอน	ดอกเสี้ยวบานมาราธอน
หละปูนมาราธอน	จอมบึงมาราธอน	บ้านแพ้วมาราธอน
สระแก้วมาราธอน	สมเด็จพระนารายณ์มาราธอน	พระพุทธบาทมาราธอน
เมืองเหนือมาราธอน	ลำปางมาราธอน	อ่างทองมาราธอน
พระยาพิชัยมาราธอน	ดอกฝ้ายบานมาราธอน	อำนาจเจริญมาราธอน
	ตะรุเตามาราธอน	
	บางระจันทร์มาราธอน	

ตาราง 5 ปฏิทินมาราธอนของประเทศไทย (Thailand marathon calendar) (ต่อ)

เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
ตากมาราธอน	จันทบุรีมาราธอน	
เขาวังมาราธอน	ตราดมาราธอน	
คอคอดกระมาราธอน	น่านมาราธอน	
หอยหลอดมาราธอน	บึงกาฬมาราธอน	
หนองบัวมาราธอน	ปทุมมาราธอน	
	หัวหินมาราธอน	
	ปอยส่างลองมาราธอน	
	บึงไฟโก้มาราธอน	
	ระยองมาราธอน	
กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
เมืองเงาะมาราธอน	วังขนายมาราธอน*	ลองกองมาราธอน
อุทัยมาราธอน	เขียงรายมาราธอน*	ทวารวดีมาราธอน
เมืองดอกบัวมาราธอน		
ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
บางแสน42*	อันดามันมาราธอน	กรุงเทพมหานครมาราธอน*
ขุนด่านมาราธอน*	ประจวบคีรีขันธ์มาราธอน	ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ
ชक्रพระมาราธอน	ไหลเรือไฟมาราธอน	เวียงพิงค์มาราธอน
ภูเก็ตอินเตอร์เนชันแนลมาราธอน	เมืองแป้มาราธอน	พระปฐมเจดีย์มาราธอน
สมิหลามาราธอน	ปราสาทผึ้งมาราธอน	เมืองนนท์มาราธอน
บึงไฟพญานาคมาราธอน	สมุทรเจดีย์มาราธอน	มาราธอนเมืองมุก
	พ้อขุนรามมาราธอน	บ้านเชียงมาราธอน
	เมืองช้างมาราธอน	

ที่มา: รวบรวมจากการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดและนำมาตั้งชื่องานมาราธอนที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวรายจังหวัด

* หมายถึงงานวิ่งที่จัดมานานและเป็นที่ยอมรับของนักวิ่งและควรใช้ชื่อเดิม

จากตาราง 5 จะเห็นว่านักวิ่งสามารถวางแผนการซ้อม การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น ในเดือนมกราคมนักวิ่งสามารถไปเที่ยวงานประจำปีเจ้าพ่อพญาแลพร้อมทั้งสมัครวิ่งพญาแลมาราธอนที่จังหวัดชัยภูมิ เดือนกุมภาพันธ์ไปเที่ยวงานดอกฝ้ายบาน พร้อมทั้งสมัครวิ่งดอกฝ้ายบานมาราธอนที่จังหวัดเลย เดือนมีนาคมสมัครวิ่งงานตักสิลามาราธอน พร้อมทั้งเที่ยวงานประเพณีสักการะพระธาตุนาดูนที่จังหวัดมหาสารคาม เดือนเมษายนเที่ยวงานตะวันรอนที่ดอนหอยหลอดและงานแข่งกระดานเลน พร้อมทั้งวิ่งงานหอยหลอดมาราธอนที่

จังหวัดสมุทรสงคราม หรือช่วงออกพรรษาอาจวางแผนร่วมงานบั้งไฟพญานาคมาราธอนที่จังหวัดหนองคาย และก่อนสิ้นปีไปสัมผัสอากาศหนาวในงานฤดูหนาวเชียงใหม่และงานกาชาดและวิ่งงานเวียงพิงค์มาราธอน เป็นต้น

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้กิจกรรมการวิ่ง ที่นอกจากจะส่งผลดีต่อสุขภาพของประชาชนแล้ว ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยว ทำการทดสอบความแตกต่างราย
คู่ของกลุ่มประชากรที่ไม่เป็นอิสระต่อกันด้วยวิธี
Dependent-samples t-test หรือ Pair-samples
t-test ของตัวชี้วัดเศรษฐกิจการท่องเที่ยวประกอบ
ด้วย อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพัก จำนวน
ผู้มาเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยวของพื้นที่
ที่จัดงานวิ่ง 41 รายการ ที่จัดระหว่างเดือน
มกราคม 2565 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2566 พบว่า
ตัวชี้วัดทั้ง 4 ตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
นอกจากนี้แบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อน
แสดงให้เห็นว่าหากงานวิ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วม
เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของ
จังหวัดนั้นเกิดการขยายตัว สุดท้าย การศึกษาใน
ครั้งนี้ได้จัดทำปฏิทินมาราธอนของประเทศไทย
(Thailand Marathon calendar) เพื่อเป็นแนวทาง
ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อ
ให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่กับสุขภาพที่ดี
ของประชาชน

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ
ตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว พบว่าตัวชี้วัด
ทั้ง 4 ตัวของกลุ่มตัวอย่างงานวิ่งในจังหวัดที่
วิเคราะห์เพิ่มขึ้นทุกตัวชี้วัดอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Scholtz
(2019) และพัฒนาวิไล อินโหมและคณะ (2562)
กล่าวคือในการเข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่ง นักวิ่งจะ
ต้องทำการจองที่พัก บางครั้งการจองที่พักเกิด
ก่อนการสมัคร เนื่องจากบางพื้นที่อุปทานของ
ที่พักน้อยกว่าอุปสงค์ของนักวิ่ง นอกจากนี้การ
จับจ่ายใช้สอยในพื้นที่ การซื้อของที่ระลึกทำให้
รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดที่จัดงาน
เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้าอย่างมี
นัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ
ถดถอยเชิงซ้อน เมื่อเพิ่มตัวแปรควบคุมในแบบ

จำลองเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่แท้จริงของ
จำนวนนักวิ่งต่อตัวชี้วัดเศรษฐกิจท่องเที่ยว พบว่า
กระตุ้นอัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพัก จำนวน
ผู้มาเยี่ยมเยือนทั้งหมด รวมทั้งรายได้จากการ
ท่องเที่ยวของจังหวัดก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดอุปสงค์และ
ผลกระทบของการท่องเที่ยว เนื่องจากการเข้าร่วม
กิจกรรมงานวิ่งโดยส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมเป็น
หมู่คณะ มีการพาครอบครัวไปด้วยเพื่อเป็นการ
พักผ่อน ทำให้การขยายตัวดังกล่าวไม่ได้เกิดจาก
นักวิ่งเท่านั้น ยังเกิดจากผู้ติดตามด้วย เช่นเดียวกับ
การศึกษาของ สุรสิทธิ์ อุดมธนวนศ์ (2019)
และ ทรงศักดิ์ รักพวง (2019) ในแบบจำลองสมการ
ถดถอยเชิงซ้อน งานวิ่งที่จัดตรงกับงานประจำปี
ของจังหวัด ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการท่องเที่ยว
ไม่แตกต่างจากงานวิ่งที่จัดในช่วงเวลาอื่น
เนื่องจากตัวแปรเทศกาลประจำปี (festival) ไม่มี
นัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากจากข้อมูลมีเพียง
10 รายการที่จัดในช่วงเดียวกับเทศกาลประจำปี
เช่นงานดอกฝ้ายบานมาราธอน ของจังหวัด
เลยที่จัดช่วงเดียวกับเทศกาลดอกฝ้ายบาน
เชียงใหม่มาราธอนที่จัดช่วงเดียวกับงานงานไหว้
สาปญาเม็งราย เป็นต้น ซึ่งเกิดจากการขาดการ
ประชาสัมพันธ์ของผู้จัดการแข่งขัน ถ้าหากมีการ
ประชาสัมพันธ์งานประจำปีควบคู่ไปกับงานวิ่ง
ด้วยจากการศึกษาของ Stankova & Vassenska
(2015) จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

จากปฏิทินมาราธอนของประเทศไทย
จะเห็นว่างานวิ่งจะกระจุกตัวอยู่ในบางเดือน เช่น
ในช่วงปลายปีและช่วงต้นปี เนื่องจากงานประจำปี
ของแต่ละจังหวัดจะจัดในช่วงฤดูหนาว ทำให้
บางเดือนเช่นเดือนมิถุนายนไม่มีกิจกรรมงานวิ่ง
เนื่องจากเป็นช่วงหน้าฝน ทำให้เกิดอุปสรรคต่อ
การจัดงาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) เนื่องจากอัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้มาเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยวของพื้นที่ที่จัดงานวิ่งเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเดือนที่มีการจัดการแข่งขัน รัฐบาลควรใช้การจัดการวิ่งเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่อัตราการเข้าพักยังมีอัตราการขยายตัวน้อยกว่าตัวชี้วัดอื่น ๆ เป็นเพราะนักวิ่งที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงใช้วิธีการเดินทางแบบไป-กลับ เนื่องจากบางสถานที่ที่การจัดงาน ยังมีผู้ประกอบการบางรายฉวยโอกาสขึ้นราคาที่พัก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีมาตรการในการควบคุมราคาที่พัก จะทำให้นักวิ่งเกิดความรู้สึกอยากกลับไปเที่ยวซ้ำได้

2) จำนวนนักวิ่งที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เข้าพัก จำนวนผู้มาเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นควรส่งเสริมให้ผู้จัดงานรวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประชาสัมพันธ์งานวิ่งให้นักวิ่งสมัครเพิ่มขึ้น รวมทั้งจะต้องหามาตรการรองรับนักวิ่งที่เพิ่มขึ้นนั้นให้เพียงพอ ทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยด้านต่าง ๆ

3) งานวิ่งที่จัดในแต่ละจังหวัดสามารถนำปฏิทินมาราธอนของประเทศไทยไปใช้ในการวางแผนช่วงเวลาในการจัดงาน ริมของการจัดงาน เพื่อเสริมสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2563 (Tourism Statistics 2020)*. <https://mots.go.th/news/category/592>.
- วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ. (2561). การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโอกาสสำหรับจังหวัดชายแดนใต้, 11 (2). *ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 11 (2), 1793-1811.
- พัฒนาวิไล อินใหม่ จรรยาวิทย์ จิราลักษณ์ นนทารักษ์ บุญยวีร์ เอื้อศิริวรรณ ณิชฐ์นิธิตา แจ่มประจักษ์ และ อาณัติ วรณศรี. (2562). *รูปแบบการบริหารจัดการด้านการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับการแข่งขันกีฬาระดับชาติในประเทศไทย*. สำนักวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย (สวปก.). สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- ทรงศักดิ์ รักพวง. (2019). Social network of marathon runners. *Journal of Social Development*, 21(1), 95-114.
- สุรสิทธิ์ อุดมชนวงศ์. (2019). อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดภูเก็ต กรณีศึกษาอีเวนต์มาราธอน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(106), 236-250.
- Amkhamphai, A., Khawchaimaha, S., & Jaroenwanit, P. (2020). Sports Tourism Destination Management Model: Khon Kaen International Marathon Case Study. *Journal of the Association of Researchers*, 25(2), 283-300.
- Ainiyah, N., Deliar, A., & Virtriana, R. (2016). The classical assumption test to driving factors of land cover change in the development region of northern part of west Java. *The International Archives of Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 41, 205.

- Brida, J. G., Gómez, D. M., & Segarra, V. (2020). On the empirical relationship between tourism and economic growth. *Tourism Management*, 81, 104131.
- Chin, N., Day, J., Sydnor, S., Prokopy, L. S., & Cherkauer, K. A. (2019). Exploring tourism businesses' adaptive response to climate change in two Great Lakes destination communities. *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 125-129.
- Constantin-Vlad, O., & Isabella-Cristiana, S. (2014). The Relation between Monetary Integration, the Economic Development of the Euro Area and Sports Performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 117, 715-723.
- Du Preez, M., & Lee, D. E. (2016). The economic value of the trans Baviaans mountain biking event in the Baviaanskloof mega-reserve, eastern cape, south africa: A travel cost analysis using count data models. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 15, 47-54.
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2022). Mega-sport events and inbound tourism: New data, methods and evidence. *Tourism Management Perspectives*, 43, 101002.
- Gallardo-Albarrán, D. (2018). Health and economic development since 1900. *Economics & Human Biology*, 31, 228-237.
- Gil-Alana, L. A., dos Santos Figueiredo, O. H., & Wanke, P. (2019). Structural breaks in Brazilian tourism revenues: Unveiling the impact of exchange rates and sports mega-events. *Tourism Management*, 74, 207-211.
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). The economics of sport tourism at major sports events. *Sport Tourism Destinations*, 233-247.
- Hsu, H., & Lachenbruch, P. A. (2014). *Paired t-test*. Wiley StatsRef.
- Kumar, N., & Kumar, R. R. (2020). Relationship between ICT and international tourism demand: A study of major tourist destinations. *Tourism Economics*, 26(6), 908-925.
- Leeds, M. A., & Von Allmen, P. (2016). *The economics of sports*. Routledge.
- Lei, W. S. C., & Lam, C. C. C. (2015). Determinants of hotel occupancy rate in a Chinese gaming destination. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 22, 1-9.
- Leonandri, D., & Rosmadi, M. L. N. (2018). The role of tourism village to increase local community income. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 1(4), 188-193.
- Lyon, J. D., & Tsai, C. L. (1996). A comparison of tests for heteroscedasticity. *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)*, 45(3), 337-349.
- Qureshi, M. I., Hassan, M. A., Hishan, S. S., Rasli, A. M., & Zaman, K. (2017). Dynamic linkages between sustainable tourism, energy, health and wealth: Evidence from top 80 international tourist destination cities in 37 countries. *Journal of cleaner production*, 158, 143-155.

- Shrestha, N. (2020). Detecting multicollinearity in regression analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 8(2), 39-42.
- Scholtz, M. (2019). Does a small community (town) benefit from an international event?. *Tourism Management Perspectives*, 31, 310-322.
- Somnil, P., Sihanu, K., Ninsaeng, N., & Chaimanee, J. (2020). The influence of marketing mix on sport tourism promotion of the trail running events. *Journal of Sports Science and Health*, 21(2), 295-310.
- Stankova, M., & Vassenska, I. (2015). Raising cultural awareness of local traditions through festival tourism. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 120-127.
- Wang, J., Huang, X., Gong, Z., & Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100383.
- Winter, T. (2004). Landscape, memory and heritage: New year celebrations at Angkor, Cambodia. *Current Issues in Tourism*, 7(4-5), 330-345.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *COVID-19 and tourism | 2020: A year in review. online*. UNWTO.
- Yergeau, M. E. (2020). Tourism and local welfare: A multilevel analysis in Nepal's protected areas. *World Development*, 127, 104744.
- Zhang, J., & Wu, L. (2015). Modulation of the urban heat island by the tourism during the Chinese New Year holiday: a case study in Sanya City, Hainan Province of China. *Science Bulletin*, 60(17), 1543-1546.