



อิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาสิ่งแวดล้อมต่อภาพลักษณ์ปลายทาง
และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์
THE INFLUENCE OF PERCEIVED GREEN SPORT EVENTS ON DESTINATION
IMAGE AND SPORT TOURISM INTENTION: A CASE STUDY OF TRAIL
RUNNING AT DOI INTANON NATIONAL PARK, THAILAND

สุรสิทธิ์ อุดมธนาวงศ์* และสิยาธร นาคพิน

Surasit Udomthanavong and Siyatorn Nakpin

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

*Corresponding Author E-mail: surasit53@gmail.com

Received January 6, 2026; Revised June 7, 2026; Accepted June 7, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภายใต้กรอบแนวคิดเชิงพฤติกรรม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้และด้านความรู้สึก และ 2) การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านภาพลักษณ์ปลายทางอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยสะท้อนว่าภาพลักษณ์ปลายทางเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดผลของประสบการณ์กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันเป็นองค์ความรู้ที่ช่วยขยายความเข้าใจด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม, ภาพลักษณ์ปลายทาง, ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา, กิจกรรมวิ่งเทรล, ดอยอินทนนท์

Abstract

This article aimed to 1) examine the levels of perceived green sport events, destination image, and sport tourism intention, and 2) investigate the influence of perceived green sport events on destination image and sport tourism intention by analyzing the causal relationships among variables within a behavioral framework. This study employed a quantitative research approach using a survey method. The sample consisted of 300 participants in a trail running event held in Doi Inthanon National Park, Chiang Mai Province, selected through purposive sampling. The research instrument was a structured questionnaire developed based on relevant concepts, theories, and previous studies. The data were analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling. The results revealed that 1) participants reported high to very high levels of perceived green sport events, destination image, and sport tourism intention, with destination image—particularly its cognitive and affective dimensions—showing the highest levels of perception and 2) perceived green sport events had a significant direct effect on destination image, while destination image exerted a significant direct effect on sport tourism intention. However, perceived green sport events did not have a significant direct effect on sport tourism intention, but demonstrated a significant indirect effect through destination image. These findings indicate that destination image plays a critical role as a psychological mechanism that translates participants' perceptions of green sport event experiences into behavioral intentions related to sport tourism. The study contributes new insights into sport tourism development in natural settings by emphasizing the importance of destination image in linking environmentally friendly sport activities with tourists' future behavioral intentions, thereby supporting the sustainable development of sport tourism destinations.

Keywords: perceived green sport events, destination image, sport tourism intention, trail running, Doi Inthanon

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยมีบทบาทในการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญจากทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและวิกฤตการณ์ระดับโลก โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อรูปแบบการเดินทาง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ



ในพื้นที่ที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐานหลักของการท่องเที่ยว (กรรณิการ์ พานิชวงศ์ และอิสริยา ชวนะพาณิชย์, 2566) ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับสุขภาพ การออกกำลังกาย และกิจกรรมกลางแจ้งมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีลักษณะเฉพาะที่ผสมผสานกิจกรรมกีฬาเข้ากับการเดินทางท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสร้างรายได้สูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีระยะเวลาพำนักราวนาน มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง และมีแนวโน้มเดินทางเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬากลางแจ้งในพื้นที่ธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการดูแลสุขภาพและแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Hinch & Higham, 2011; Gibson, 2018)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างรุนแรง ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวหดตัว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมากต้องปิดตัวลง เกิดผลกระทบเป็นวงกว้าง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) อย่างไรก็ตาม จังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีศักยภาพสูงด้านทรัพยากรธรรมชาติและกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง โดยเฉพาะกิจกรรมวิ่งเทรลในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ และสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้อย่างชัดเจน (Higham & Hinch, 2018) แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การจัดกิจกรรมดังกล่าวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติซึ่งมีความอ่อนไหวด้านทรัพยากรธรรมชาติ จำเป็นต้องอาศัยแนวทางการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว งานวิจัยด้านกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของผู้จัดงานมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณค่า ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพของกิจกรรมกีฬา โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ (McCullough, Pfahl, & Nguyen, 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่ายังมีงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทกิจกรรมวิ่งเทรลในประเทศไทยไม่มาก โดยเฉพาะการศึกษาความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษาผลของกิจกรรมกีฬา หรือภาพลักษณ์ปลายทางต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเชิงเดี่ยว เช่น ความตั้งใจกลับมาเยือนหรือการบอกต่อ โดยยังขาดการทดสอบบทบาทของภาพลักษณ์ปลายทางในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผ่านอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นระบบ (Chen & Phou, 2013; Li, Styliadis, Shani & Belhassen, 2017)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษากิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ เพื่อเติมเต็มช่องว่างเชิงวิชาการดังกล่าว และสร้างองค์ความรู้ที่อธิบายกลไกเชิงสาเหตุระหว่างกิจกรรมกีฬา สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ธรรมชาติของประเทศไทยที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การทบทวนวรรณกรรม

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาที่เชื่อมโยงกับแนวคิดความยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม งานวิจัยด้าน Sport Tourism ระบุว่ากิจกรรมกีฬาในธรรมชาติไม่เพียงสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาพและการผจญภัยเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้แก่พื้นที่ปลายทาง (Hinch & Higham, 2011; Gibson, 2018) แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับการขยายตัวของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม (Green Sport Activities) ซึ่งมุ่งลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม นักวิชาการด้านการจัดการกีฬาได้อธิบายว่า กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมคือการบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้าไปในทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรม ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามผลหลังจบกิจกรรม โดยแนวคิดดังกล่าวสะท้อนความพยายามของอุตสาหกรรมกีฬาในการตอบสนองต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสีย การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก งานศึกษาจำนวนมากชี้ว่ากิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ เช่น การวิ่งเทรล หรือกีฬาผจญภัย มีศักยภาพสูงในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้เข้าร่วมกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเอื้อต่อการปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ในระยะยาว (Casper, Pfahl, & McCullough, 2014)

ในบริบทของการท่องเที่ยว แนวคิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Perception) ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางเพื่ออธิบายกลไกภายในที่เชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าจากกิจกรรมหรือปลายทาง กับพฤติกรรม การตัดสินใจของบุคคล การรับรู้หมายถึงกระบวนการที่บุคคลเลือก ตีความ และให้ความหมายต่อข้อมูลหรือประสบการณ์ที่ได้รับ โดยอาศัยพื้นฐานด้านประสบการณ์ ความรู้ และทัศนคติส่วนบุคคล (Schiffman & Wisenblit, 2015) ในบริบทของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม การรับรู้ของผู้เข้าร่วมมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณค่าของกิจกรรม ความน่าเชื่อถือของผู้จัด และความรู้สึกมีส่วนร่วมต่อเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (McCullough, Pfahl, & Nguyen, 2016) ที่ผ่านมามีการศึกษาถึงการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่มีได้เกิดจากการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้เข้าร่วมสัมผัสได้จริง เช่น การจัดการขยะ การใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงาน การออกแบบเส้นทางแข่งขัน และการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม (Kellison & Hong, 2015) การรับรู้เหล่านี้ก่อให้เกิดทั้งการประเมินเชิงเหตุผลและการตอบสนองทางอารมณ์ ซึ่งสามารถส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยเฉพาะความตั้งใจกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางกลับมายังพื้นที่ปลายทางเดิม

แนวคิดภาพลักษณ์ปลายทาง (Destination Image) เป็นสิ่งที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งหมายถึง ภาพรวมของความเชื่อ ความรู้สึก และ



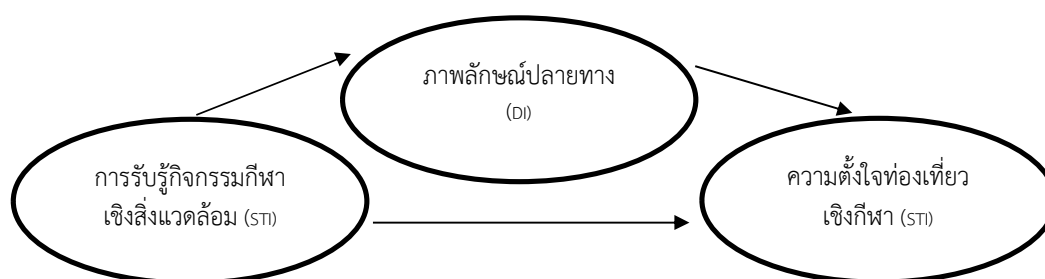
การประเมินที่นักท่องเที่ยวมีต่อพื้นที่หนึ่ง ซึ่งเกิดจากทั้งข้อมูลที่ได้รับล่วงหน้าและประสบการณ์ตรง (Echtner & Ritchie, 1991; Pike, 2002) นักวิชาการจำนวนมากยอมรับว่า ภาพลักษณ์ปลายทาง ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านการรับรู้เชิงเหตุผล (Cognitive Image) และด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Image) ซึ่งทำหน้าที่หล่อหลอมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจกลับมาเยือน หรือการบอกต่อ (Gartner, 1993; Styliadis, Shani & Belhassen, 2017) ในบริบทของกิจกรรมกีฬา ในธรรมชาติ งานวิจัยชี้ว่าการรับรู้ว่าปลายทางมีความสวยงาม ทำทาย และมีการจัดการสิ่งแวดล้อม อย่างเหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกทั้งในมิติด้านเหตุผลและอารมณ์ (Chen & Phou, 2013) ภาพลักษณ์ดังกล่าวมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์จากกิจกรรมกีฬา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมักให้ความสำคัญกับ คุณภาพของพื้นที่ธรรมชาติและความยั่งยืนของกิจกรรมที่เข้าร่วม

ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Intention) เป็นการสะท้อนแนวโน้มพฤติกรรม การเดินทางในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึง ระดับความพร้อมและแรงจูงใจภายในของ บุคคลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางไปยังปลายทางหนึ่ง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการประเมินทั้ง ด้านเหตุผลและอารมณ์ (Ajzen, 1991) งานศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ภาพลักษณ์ ปลายทางและการรับรู้คุณค่าของกิจกรรมกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความตั้งใจกลับมาเยือนและ การแนะนำต่อผู้อื่น (Wicker, Hallmann, & Zhang, 2012)

แนวคิด S-O-R อธิบายว่า สิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมหรือกิจกรรมที่บุคคลได้รับรู้ (Stimulus) จะส่งผลต่อกระบวนการภายในของบุคคล (Organism) ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของการประเมิน การรับรู้ และความรู้สึก ก่อนนำไปสู่การตอบสนองทางพฤติกรรม (Response) (Mehrabian & Russell, 1974) สำหรับการตอบสนอง (Response) งานวิจัยนี้กำหนดให้ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งเสนอว่า ความตั้งใจเป็นตัวทำนายพฤติกรรมที่สำคัญที่สุดของบุคคล (Ajzen, 1991)

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยา การท่องเที่ยว (Stimulus–Organism–Response: S-O-R) เป็นฐานในการอธิบายกลไกเชิงสาเหตุของ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้กรณีศึกษาผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ เป็นบริบทของการศึกษา การออกแบบการวิจัยมุ่งเน้นการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรผ่านการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมการแข่งขันจริงในรายการดังกล่าว จำนวน 1,000 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันในระยะอินทนนท์ 20 และอินทนนท์ 50 ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งนักวิชาการเสนอว่าควรมีจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง และอยู่ในช่วง 15–20 ตัวอย่างต่อหนึ่งพารามิเตอร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Comrey & Lee, 1992; Kline, 2023) การศึกษานี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 17 ตัวแปร งานวิจัยนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามประกอบด้วยส่วนข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และส่วนมาตรวัดตัวแปรหลัก ได้แก่ การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยข้อคำถามในส่วนมาตรวัดคะแนนอันตรภาคชั้นทั้ง 5 ระดับ การพัฒนาแบบสอบถามดำเนินการโดยการดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทกิจกรรมวิ่งเทรลในประเทศไทย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดำเนินการทั้งด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าอยู่มากกว่า 0.5 ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นภายในของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.920 แสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในระดับสูง หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงระยะเวลาการจัดกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ โดยผู้วิจัยได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้จัดกิจกรรมในการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนแล้ว ข้อมูลทั้งหมดถูกนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทำการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม Smart PLS 4.0



ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ยึดถือหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยรวมทั้งหมด 17 ตัวแปรมาตรวัดโดยการนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของค่าเฉลี่ยสรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรได้แต่ละตัวได้ ดังนี้

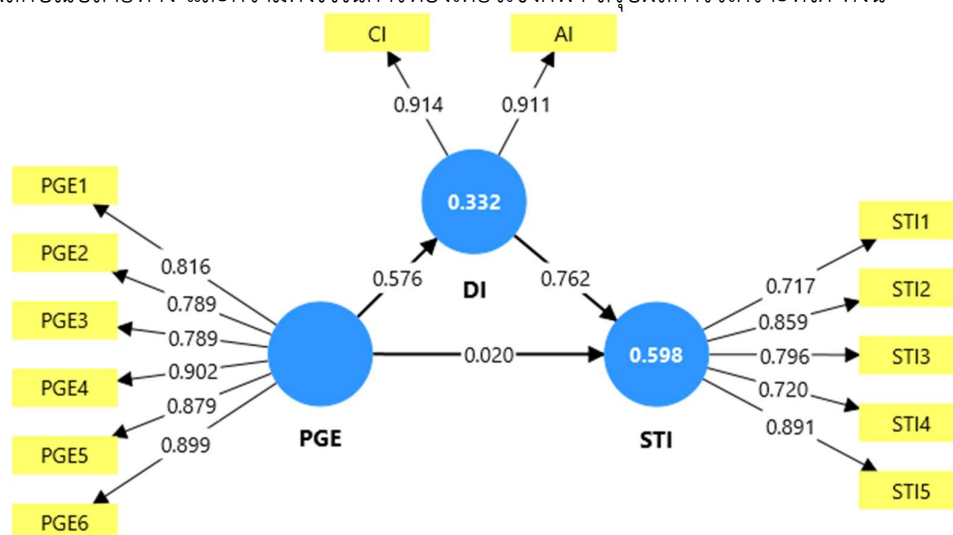
1) การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมาก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 ซึ่งพบว่า กิจกรรมนี้มีการจัดการขยะและลดการใช้วัสดุพลาสติกอย่างเหมาะสม รวมถึงมีการสื่อสารรณรงค์ให้ผู้เข้าร่วมตระหนักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2) ภาพลักษณ์ปลายทางการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.49 ซึ่งพบว่า พื้นที่จัดงานมีภูมิทัศน์ที่สวยงามและน่าท่องเที่ยว พื้นที่จัดกิจกรรมมีความสะอาดและมีสิ่งแวดล้อมที่ดี

3) ภาพลักษณ์ปลายทางด้านความรู้สึก มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 ซึ่งพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกผ่อนคลายและมีชีวิตชีวาเมื่ออยู่พื้นที่แห่งนี้

4) ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 ซึ่งพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตั้งใจจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยวที่ต๋อยอินทนนท์ และจังหวัดเชียงใหม่ แม้ว่าไม่มีกิจกรรมวิ่งเทรลจะตั้งใจมาเที่ยวเชียงใหม่อีก

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า อิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ตาราง 1 แสดงอิทธิพลของบุพปัจจัย (antecedents) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (dependent variable)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ	
			การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม	ภาพลักษณ์ปลายทาง
ภาพลักษณ์ปลายทาง	0.332	DE	0.576	N/A
		IE	N/A	N/A
		TE	0.576	N/A
ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.598	DE	0.020	0.762
		IE	0.439	N/A
		TE	0.459	0.762

หมายเหตุ : DE = Direct effect, IE = Indirect effect, TE = Total effect, N/A = not applicable,

จากแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่าการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.576 และ 0.020 ตามลำดับ ภาพลักษณ์ปลายทาง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.762 และการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.439 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.459 และมีค่า R² เท่ากับ 0.598 สรุปภาพรวมของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 59.80

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแปรทั้งการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม และภาพลักษณ์ปลายทาง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตัวแปรการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกัน ส่วนการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

	สมมติฐาน	coefficientcy	t-stat	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ปลายทาง (PEG-> DI)	0.576	10.117**	สนับสนุน
H2	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (PEG-> STI)	.020	0.485	ไม่สนับสนุน



ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

	สมมติฐาน	coefficientcy	t-stat	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H3	ภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (DI-> STI)	0.762	20.914**	สนับสนุน
H4	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง (PEG-> DI-> STI)	0.439	9.720**	สนับสนุน

หมายเหตุ ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.576$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้และด้านความรู้สึก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงกว่าตัวแปรอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการพักผ่อนและการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ประกอบกับการจัดกิจกรรมวิ่งเทรลที่คำนึงถึงการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ การลดการใช้วัสดุพลาสติก และการสื่อสารรณรงค์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมเกิดการประเมินเชิงบวกต่อทั้งกิจกรรมและพื้นที่ปลายทาง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ผู้เข้าร่วมได้รับจากกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ธรรมชาติ ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติของการออกกำลังกายหรือการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการรับรู้คุณค่าของสิ่งแวดล้อมและความรู้สึกผูกพันกับพื้นที่ปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hinch & Higham (2011), Gibson (2018) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติสามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจและอารมณ์ให้นักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง ในส่วนของความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่าผู้เข้าร่วมมีความตั้งใจกลับมาเยือนและแนะนำพื้นที่ดอยอินทนนท์และจังหวัดเชียงใหม่ให้แก่ผู้อื่น แม้ในกรณีที่ไม่มีการวิ่งเทรล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ปลายทางเชิงบวกที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์ปลายทางของ Echtner & Ritchie (1991) และงานวิจัยของ Chen & Phou (2013) ที่ว่าภาพลักษณ์ปลายทางที่ดีสามารถส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 (H1) อาจเป็นเพราะการรับรู้ว่าการจัดกิจกรรมวิ่งเทรลมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ การลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และการสื่อสารด้านการอนุรักษ์ ช่วยเสริมสร้างการประเมินเชิงบวกต่อพื้นที่ปลายทางในมุมมองของผู้เข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับงานของ Mair & Lainig (2012) ที่ว่าการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม

สามารถยกระดับการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของพื้นที่หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ ในส่วนของภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 (H3) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้เชิงเหตุผลและด้านอารมณ์ความรู้สึก มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งผู้เข้าร่วมให้ความสำคัญกับคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ความท้าทายของกิจกรรม และความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ สอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์ปลายทางของ Echtner & Ritchie (1991), Chen & Phou (2013) ที่ยืนยันว่าภาพลักษณ์ปลายทางเป็นตัวแปรสำคัญในการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์ดังกล่าวนำไปสู่การยืนยันสมมติฐานที่ 4 (H4) ซึ่งระบุว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามกรอบแนวคิดสิ่งเร้า-สิ่งมีชีวิต-การตอบสนอง (S-O-R) ของ Mehabian & Russell (1974) ซึ่งเสนอว่าสิ่งเร้าไม่จำเป็นต้องส่งผลต่อการตอบสนองโดยตรงเสมอไป หากแต่ต้องผ่านกระบวนการรับรู้และประเมินภายในของบุคคลก่อน

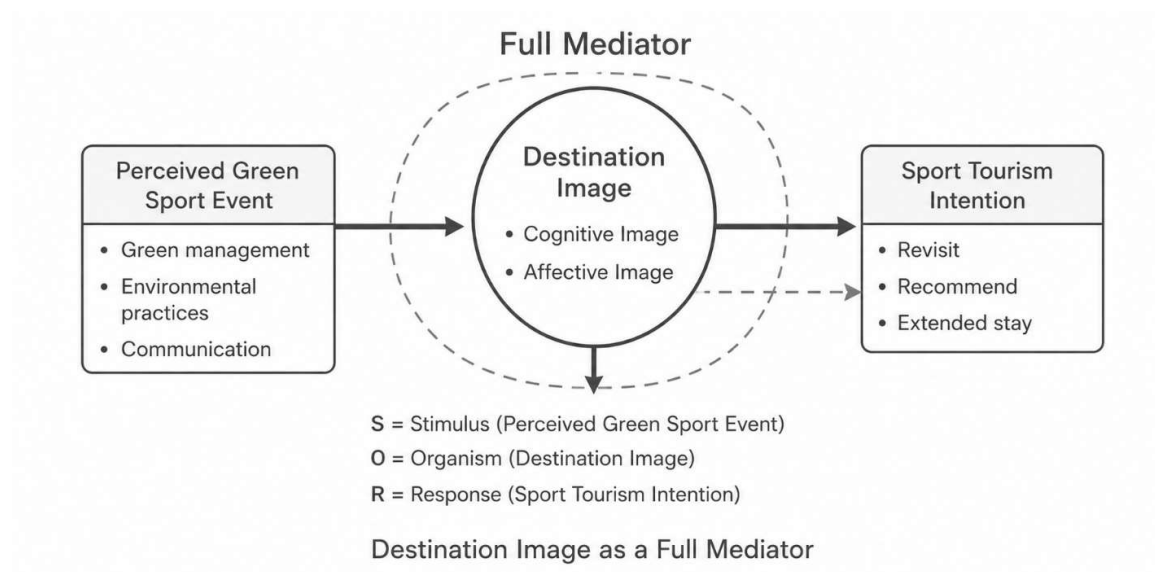
อย่างไรก็ตาม สมมติฐานที่ 2 (H2) พบว่า การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าจะขัดกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา แต่อาจเป็นเพราะความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ได้เกิดจากการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของกิจกรรมโดยตรง แต่ต้องผ่านกระบวนการประเมินภายในของผู้เข้าร่วมในรูปของภาพลักษณ์ปลายทางก่อน ผลการศึกษานี้สะท้อนว่าการรับรู้กิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หากผู้เข้าร่วมยังไม่เชื่อมโยงประสบการณ์ดังกล่าวเข้ากับคุณค่าและความหมายของพื้นที่ปลายทางในภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Duan, Y., & Wu, J. (2024) ที่มองว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินหลายขั้นตอน มิใช่ผลจากการรับรู้คุณลักษณะของกิจกรรมหรือความเขียวของงานเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีระดับการมีส่วนร่วมสูง ผู้เข้าร่วมจำเป็นต้องแปลความหมายของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่การรับรู้คุณค่าและความรู้สึกต่อปลายทางเสียก่อน จึงจะพัฒนาไปสู่ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในที่สุด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่โดยการอธิบายกลไกเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะการเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (full mediation) ของภาพลักษณ์ปลายทาง แม้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลจะรับรู้ถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกิจกรรมในระดับสูง แต่การรับรู้ดังกล่าวไม่สามารถกระตุ้นความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้โดยตรง หากไม่ผ่านกระบวนการประเมินเชิงจิตวิทยาที่สะท้อนออกมาในรูปของภาพลักษณ์ปลายทาง ทั้งในมิติด้านการรับรู้ (Cognitive image) และมิติด้านความรู้สึก (Affective image) ผลการศึกษานี้จึงเสนอกรอบแนวคิดใหม่ในลักษณะ Destination Image-Driven Full Mediation Mechanism ซึ่งอธิบายว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการแปลความหมายจากประสบการณ์กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว



ในเชิงทฤษฎี งานวิจัยนี้ช่วยขยายกรอบแนวคิด Stimulus–Organism–Response (S-O-R) และช่วยเสริมทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ในเชิงบริบท ช่วยเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสามารถใช้เป็นฐานแนวคิดสำหรับการพัฒนาโมเดลการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่มุ่งสร้างคุณค่าระยะยาวให้กับพื้นที่ปลายทางอย่างแท้จริง องค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง โดยการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรง แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง ซึ่งสะท้อนว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงประสบการณ์จากกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในอนาคตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิเทศการเรียนรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมวิเทศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้เข้าร่วมได้ทั้งในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและรักษามาตรฐานการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม

อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่ปลายทาง เพื่อคงไว้ซึ่งระดับการรับรู้เชิงบวกและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว

1.2 ภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้น ควรถูกออกแบบและขับเคลื่อนควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ปลายทางอย่างเป็นระบบ มากกว่าการมุ่งเน้นเพียงการจัดกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงปฏิบัติการเท่านั้น ในเชิงนโยบาย หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการพื้นที่ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นฐานในการกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์ปลายทาง โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ คุณค่า และความหมายของพื้นที่ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว ส่วนในเชิงการจัดการ ผู้จัดการกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมในลักษณะองค์รวม โดยเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาเข้ากับภาพลักษณ์ของพื้นที่ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้ และด้านความรู้สึก การสื่อสารแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมควรดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ เพื่อให้กิจกรรมกีฬาไม่ถูกมองเป็นเพียงเหตุการณ์ชั่วคราว แต่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาในบริบทนี้กับชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากมีชาวต่างชาติเข้าร่วมในกิจกรรมนี้เป็นจำนวนมาก เพื่อศึกษาความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในเชิงลึกเปรียบเทียบกับชาวไทย

2.2 การวิจัยนี้สามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ร้อยละ 59.80 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 49.20 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แรงจูงใจ เป็นต้น เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2565. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กรรณิการ์ พานิชวงศ์ และอิสริย์ ชวนะพานิชย์. (2566). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวไทย*, 18(2), 45–63.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Casper, J. M., Pfahl, M. E., & McCullough, B. P. (2014). Intercollegiate Sport and the Environment: Examining Fan Engagement Based on Athletics Department Sustainability Efforts. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics*, 7(1), Article 13. <https://scholarcommons.sc.edu/jiia/vol7/iss1/13>.



- Chen, C. F., & Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management*, 36, 269–278.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.015>.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- Duan, Y., & Wu, J. (2024). Sport tourist perceptions of destination image and revisit intentions: An adaption of Mehrabian-Russell's environmental psychology model. *Heliyon*, 10, e31810. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31810>.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2–12.
https://www.academia.edu/1799708/The_meaning_and_measurement_of_destination_image
- Gartner, W. C. (1993). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2–3), 191–216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12.
- Gibson, H. J. (2018). *Sport tourism*. Routledge.
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport tourism development* (3rd ed.). Channel View Publications.
- Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport tourism development*. Channel View Publications.
- International Trail Running Association. (2023). *Trail running and sustainability guidelines*. [https://itra.run/About/EcoResponsibility -](https://itra.run/About/EcoResponsibility-).
- Kellison, T. B., & Hong, S. (2015). The adoption and diffusion of pro-environmental stadium design. *European Sport Management Quarterly*, 18(3), 373–386.
<https://doi.org/10.1080/16184742.2014.995690>.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Press.
- Mair, J., & Laing, J. (2012). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 683–700. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819>.
- McCullough, B. P., Pfahl, M. E., & Nguyen, S. N. (2016). The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport in society*, 19(7), 1040–1065.
<https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1096251>.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Pike, S. (2002). Destination image analysis—A review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*, 23(5), 541–549.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson.
- Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management*, 58, 184–195.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014>.



Wicker, P., Hallmann, K., & Zhang, J. J. (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An Investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism*, 17(3), 165–182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14775085.2012>.