

การให้ความหมายต่อการวิ่งและแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง:
ศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยเข้าร่วมงานวิ่ง

ณัชชา รัตนศักดิ์

คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วันที่รับบทความ 13 พฤษภาคม พ.ศ.2562

วันที่แก้ไขบทความ 18 มิถุนายน พ.ศ.2562

วันที่ตอบรับบทความ 18 มิถุนายน พ.ศ.2562

บทคัดย่อ

การศึกษากการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งและแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง: ศึกษาเฉพาะนักวิ่งที่เคยเข้าร่วมงานวิ่งมีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาความหมายที่นักวิ่งมีต่อการวิ่งในงานวิ่ง 2.) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักวิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมงานวิ่ง โดยอาศัยวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจำนวน 359 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลจำนวน 3 คน จากจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักวิ่งที่เข้าร่วมงานวิ่ง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 21-60 ปี มีสถานภาพมีคู่/แต่งงาน ใกล้เคียงกับโสด ส่วนมากมีวุฒิการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรีและประกอบอาชีพพนักงานเอกชนจำนวนมาก พฤติกรรมการวิ่งพบว่า ส่วนมากออกกำลังกายด้วยการวิ่ง 3-4 วัน/สัปดาห์ และส่วนมากมักเข้าร่วมงานวิ่งคนเดียว

การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ถูกแบ่งเป็น 1.) ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 2.) ด้านอารมณ์ความรู้สึก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความหมายในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากกว่าด้านอารมณ์ความรู้สึก โดยเฉพาะความหมายเกี่ยวกับสุขภาพ และแรงจูงใจที่ส่งผลให้เข้าร่วมงานวิ่งส่วนมากมาจากแรงจูงใจภายในมากกว่าแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในที่พบมากที่สุดคือความต้องการเอาชนะใจตัวเองของนักวิ่ง โดยผลที่ได้จากการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพนั้นมีความสอดคล้องกัน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาเชิงคุณภาพมาอธิบายขยายความผลการวิจัยเชิงปริมาณ

คำสำคัญ: การวิ่ง, งานวิ่ง, มารathon, การให้ความหมาย, แรงจูงใจ

Defining of Running and Motivation to Participate in Running Events: Case Study of Event's Runner

Natcha Rattanasak

Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasat University

Received 13 May 2019

Received in revised 18 June 2019

Accepted 18 June 2019

Abstract

The objectives of the research on Defining of running in running events and Motivation to participate in running events: Case study of event's runner were 1) to study the meaning of running that runner defines in running events 2) to study motivations of runner that affect participation in running events. Data collection of this research applied mixed method between quantitative research and qualitative research. In quantitative research researcher took survey research by collecting data from 359 runners and applied the study on relevant documents, and in-depth interview with 3 informants in qualitative research. Research findings revealed that Most of the samples were male. The age range between 21-60 years old. The marital status is being married/married as many as single. The highest education is bachelor's degree. Most of them are employees. Exercise behavior by running found that the samples exercised by running about 3-4 days per week. Most of them attend running events alone.

Definition of running in the running event is divided into 2 aspects: 1) science and medicine 2) emotional aspects. Research findings revealed that most of runners focused on science and medicine more than emotional aspect, especially the meaning of health/ health dimension. In addition, the intrinsic motives affected attending the running event more than extrinsic motive. The most common intrinsic motive is self-conquest of the runner. The results of the study using quantitative and qualitative research methods are in the same direction.

Keywords: Running, Marathon, Definition, Motivation

บทนำ

“วิ่ง” เป็นการเคลื่อนไหวขั้นพื้นฐานที่อยู่คู่กับมนุษย์มาอย่างยาวนาน ตั้งแต่สมัยมนุษย์สมัย โบราณ เป็นยุคที่ธรรมชาติคือศัตรูรอบตัว การวิ่งเท่ากับการเอาชีวิตรอดของมนุษย์ ไม่ว่าจะวิ่งจาก ถิ่นอันตรายหรือสัตว์ร้ายต่าง ๆ หรือการวิ่งเพื่อล่าหาอาหาร แม้ว่าเวลาจะผ่านจากจุดนั้นมานานมากแล้ว แต่การวิ่งยังคงอยู่กับมนุษย์จนถึงปัจจุบัน ในประวัติศาสตร์การวิ่งประเทศไทยเริ่มจากการได้รับอิทธิพล มาจากค่านิยมตะวันตก ในรูปแบบของกีฬากีฬา ช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้จัดให้มีการแข่งขันกรีฑาเป็นครั้งแรก นับตั้งแต่นั้นมาวัฒนธรรมการวิ่งขยายตัวมากขึ้นตามช่วงเวลา ที่ ผ่านมา จนในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้มีพระบรมราโชวาทและพระราช ดำรัส เกี่ยวกับการกีฬาและการออกกำลังกาย โดยอยากให้คนไทยใส่ใจในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย มากขึ้น และรัฐบาลในยุคนั้นก็ยอมรับพระบรมราโชวาทนำมาปรับเป็นโครงการและนโยบายต่าง ๆ ทำให้ผู้คนเริ่มสนใจการวิ่งมากขึ้น แต่การวิ่งยังไม่เป็นที่นิยมในคนไทยส่วนใหญ่ โดยจุดเริ่มต้นของแรง บันดาลใจและกระแสการวิ่งออกกำลังกายในไทย เริ่มต้นเมื่อระยะเวลาประมาณ 30 ปี ที่ผ่านมาโดย ศ.นพ.อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม เป็นผู้บุกเบิกกระแสการวิ่งในเมืองไทย ผ่านหนังสือ “วิ่งสู่ชีวิตใหม่” เล่าเรื่องราวการผู้เอาชนะโรคหัวใจตีบด้วยการวิ่งออกกำลังกาย และยังเป็นผู้ริเริ่มคิดการวิ่งเพื่อระดมทุน เพื่อสร้างตึกในโรงพยาบาลศิริราช ปิยมหาราชการุณย์ ด้วยการประกาศชวนนักศึกษาแพทย์มาวิ่งจาก เชียงใหม่มากรุงเทพมหานครอีกด้วย และในเวลาใกล้เคียงกันก็มีคนไทยคนแรกที่เริ่มวิ่งข้ามจังหวัดจาก อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไปที่อำเภอสายบุรี จังหวัดสงขลา คือ นายไชยวัฒน์ วรเชษฐาราวีตรี โดยมี จุดประสงค์เพื่อรับบริจาคช่วยเหลืออาหารกลางวันเด็กนักเรียน 24 โรงเรียน ซึ่งทำให้ผู้คนในประเทศ ค่อย ๆ เริ่มสนใจการวิ่ง จนกระทั่งในปีพ.ศ. 2530 ประเทศไทยได้จัด “งานวิ่งลอยฟ้าเฉลิมพระเกียรติ” บนสะพานแขวนพระราม 9 นับเป็นการวิ่งมาราธอนอย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทย โดยครั้ง นั้นมีผู้มาร่วมงานนับแสน และตั้งแต่นั้นมาคนไทยก็หันมาใส่ใจและสนใจการวิ่งออกกำลังกายมากขึ้น

ในช่วงนั้นคณะรัฐมนตรีได้ดำเนินงานตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2531 - 2539) ที่มีใจความสำคัญว่าด้วยเรื่องการพัฒนาการกีฬาเพื่อสุขภาพ ได้ทำการประชาสัมพันธ์ใน ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าของการเล่นกีฬา และออกกำลังกายมากขึ้น ต่อมาในช่วงแผนพัฒนาการ กีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2540-2544) และฉบับที่ 3 (พ.ศ.2545-2549) พบว่าประชาชนชาวไทยมี ความตื่นตัวในการออกกำลังกาย และเล่นกีฬา เริ่มหันมาใส่ใจและสนใจการวิ่งออกกำลังกายมาก ยิ่งขึ้นไปอีก เพราะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรหลักทางภาครัฐและองค์กรหลักภาคเอกชน ประกอบ กับรัฐบาลพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้จัดตั้งโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า หรือเรียก “30 บาท รักษาทุกโรค” ที่เป็นโครงการที่ภาครัฐทำขึ้นเพื่อให้ประชาชนมีหลักประกันสุขภาพ เข้าถึงบริการ สาธารณสุขที่มีมาตรฐานอย่างทั่วถึง ตั้งแต่ การสร้างเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสมรรถภาพที่จำเป็นต่อสุขภาพ และการดำรงชีวิต ส่งผลให้คนไทยหันมาใส่ใจเรื่องของ

สุขภาพมากขึ้น และปี พ.ศ. 2544 ยังมีการจัดตั้งสมาพันธ์ชมรมวิ่งเพื่อสุขภาพและมูลนิธิสมาพันธ์ชมรมเดิน-วิ่งเพื่อสุขภาพไทย ทำให้เกิดการรวมตัวของนักวิ่งในประเทศไทย

จากแผนส่งเสริมสุขภาพคนไทยในอดีตได้ส่งผลมาถึงในปัจจุบัน ทำให้การออกกำลังกายด้วยการวิ่งนั้นเป็นที่นิยมอย่างสูง วัดได้จากงานวิ่งมาราธอนและมินิมาราธอนที่จัดขึ้นแทบทุกอาทิตย์ทั่วประเทศ โดยมีนักวิ่งจำนวนมากทั้งหน้าใหม่หน้าเก่าที่เข้าร่วมงานวิ่งอยู่ทั่วประเทศ โดยจุดที่ผลักดันให้การวิ่งนั้นสู่กระแสหลักและโซเชียลมีเดีย นั้น เริ่มจากภาพยนตร์เรื่อง รัก 7 ปี ดี 7 หน ซึ่งเข้าฉายในปี พ.ศ. 2555 ได้จุดประกายสู่งานวิ่งมาราธอนให้กับคนรุ่นใหม่หันมาวิ่งออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้ผู้คนมองภาพการวิ่งในมิติใหม่ ๆ จนกระทั่งต่อมาในปี พ.ศ.2560 คุณตูน บอดี้สแลม นักร้องชื่อดัง ได้ร่วมมือโรงพยาบาล 11 แห่งและมหาวิทยาลัยมหิดลจัดทำโครงการ “ก้าวคนละก้าว” เพื่อเชิญชวนประชาชนบริจาคเงินซื้ออุปกรณ์การแพทย์ให้โรงพยาบาล 11 แห่งทั่วประเทศ ในงานวิ่งการกุศลครั้งนี้นับเป็นปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง แม้ว่าคุณตูนจะไม่ใช่คนแรกในการวิ่งการกุศลจากเบงตู่แม่สาย แต่อย่างไรก็ตามก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าคุณตูนได้สร้างอิทธิพลให้คนไทยหันมาใส่การวิ่งมากกว่าเดิม และสร้างนักวิ่งหน้าใหม่ โดยสื่อต่าง ๆ ก็มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอภาพของการวิ่งในรูปแบบหลากหลายมิติอีกด้วย

การวิ่งออกกำลังกายกลายเป็นไลฟ์สไตล์และวิถีการเข้าสังคมรูปแบบหนึ่งในช่วงที่ผ่านมา จากการสำรวจของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2559) ผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่งในประเทศไทย มีจำนวน 11.96 ล้านคน แบ่งเป็นเพศหญิง 7.4 ล้านคน เพศชาย 4.56 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน 6.88 ล้านคน และยังพบอีกว่าการวิ่งนับเป็น 18.2% ของกิจกรรมการออกกำลังกายของคนไทย มากเป็นอันดับ 2 รองจากการเล่นกีฬาชนิดอื่น โดยตัวเลขนี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งในปีต่อมาสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดลได้ทำการสำรวจข้อมูลประชากรพบว่าในปี พ.ศ.2560 มีจำนวนกว่า 15 ล้านคนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2559 ที่มีอยู่ 12 ล้านคน และหากเปรียบเทียบกับจากปีพ.ศ. 2545 เป็นช่วงแรกที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) รมรณรงค์ให้มีการวิ่งออกกำลังกายซึ่งพบว่ามีนักวิ่งประมาณแค่ 5.8 ล้านคนจึงเป็นสิ่งที่ยืนยันได้เป็นอย่างดีว่านักวิ่งในไทยเพิ่มอย่างก้าวกระโดด ปรากฏการณ์นี้ที่ทำให้การออกกำลังกายด้วยการวิ่งของคนไทยได้รับความนิยม เนื่องจากในอดีตการวิ่งออกกำลังกายนิยมในกลุ่มผู้มีอายุ 40 ปีขึ้นไป แต่หลังจากปี พ.ศ.2555 เริ่มมีคนวัยหนุ่มสาวออกมาวิ่งมากขึ้นจากการฉายภาพยนตร์เรื่องรัก 7 ปีดี 7 หน ทั้งนี้ปัจจัยที่สำคัญอีกหนึ่งปัจจัยมาจากปรากฏการณ์ที่คุณตูนบอดี้สแลมวิ่งระดมทุนโครงการก้าวคนละก้าว รวมถึงกระแสการสื่อสารทางโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้จากนั้นมานักวิ่งในไทยมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องและยังส่งผลให้มีอัตราการจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอนมีจำนวนพุ่งสูงขึ้นเช่นเดียวกัน จากการรวบรวมข้อมูลรายการวิ่งทั่วประเทศที่ประกาศผ่านทางเว็บไซต์วิ่งไหนดีที่มีมินิมาราธอนฮาล์ฟมาราธอนมาราธอนรวมทั้ง เทล พบว่าในปีพ.ศ.2561 มีการจัดงานวิ่งทั้งหมด 990 รายการเฉลี่ยสัปดาห์ละ 19

รายการนับว่ามากที่สุดเป็นประวัติการณ์ของการจัดงานวิ่งในไทย ปรากฏการณ์การวิ่งมีมุมมองและ กระแสที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงมุมมองการให้ความหมายต่อการ วิ่งเฉพาะในงานวิ่ง ว่านักวิ่งที่เข้าร่วมงานวิ่งนั้นมีการให้ความหมายอย่างไร เนื่องจากงานวิ่งในปัจจุบันมี วัตถุประสงค์ที่หลากหลายทั้งจัดขึ้นในเชิงธุรกิจเพื่อแสดงผลกำไร จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เพื่อระดมทุนทำบุญช่วยเหลือคนยากไร้ หรือเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบองค์กร เป็นต้น และสนใจที่จะ ศึกษาแรงจูงใจที่แท้จริงที่ทำให้นักวิ่งตัดสินใจเข้าร่วมงานวิ่ง เพื่อให้รับรู้และเข้าใจมุมมองของนักวิ่ง หลากหลายมิติ ต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คือ ประเด็นการให้ความหมายต่อ การวิ่งเฉพาะงานวิ่ง และการกำหนดรูปแบบการให้ความหมายนั้น ได้รวบรวมมาจากการทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการเปรียบเทียบเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักวิ่ง โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่ สามารถสร้างเป็นตัวชี้วัดในเชิงปริมาณและสามารถนำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ และอภิปรายผล การศึกษา ประกอบไปด้วย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสมรรถภาพทางกาย แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ การวิ่ง แนวคิดและทฤษฎีการที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ (ตัวแปรอิสระ) และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องมือทางสังคม (ตัวแปรอิสระ) ในขณะที่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของนักวิ่ง กับการให้ความหมาย ผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง (ตัวแปรตาม) เป็น 2 มิติ คือ 1) มิติเชิงวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 2) มิติเชิงอารมณ์ ความรู้สึก ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ วิโรจน์ สุทธิสีมา (2554) ที่ค้นพบว่าทฤษฎีการวิ่งที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 ยุค ได้แก่ 1. ยุคโบราณ การ วิ่งในฐานะส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ 2. ยุคเปลี่ยนผ่าน วาทกรรมวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 3. ยุคปัจจุบัน วาทกรรมผสมผสานและวาทกรรมอารมณ์ความรู้สึก แต่พบว่าวาทกรรมที่ค้นพบให้สื่อ กิจกรรมหรืองานวิ่งยุคปัจจุบันมีเพียง 2 วาทกรรมที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งจะถูกอธิบายร่วมกับ 2 แนวคิด หลักก่อนหน้า คือ แนวคิดและทฤษฎีการที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทาง สังคม

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

งานวิ่ง หมายถึง รายงานวิ่งที่มีวัตถุประสงค์การจัดเพื่อการแข่งขัน หรือส่งเสริมสุขภาพ หรือ การกุศล หรือเนื่องในโอกาสครบรอบองค์กร ซึ่งมีระยะมาตรฐานในการวิ่ง ได้แก่ ระยะมาราธอน 42.195 กิโลเมตร ระยะฮาล์ฟมาราธอน 21 กิโลเมตร ระยะมินิมาราธอน 10.5 กิโลเมตร และระยะฟัน รัน 5 กิโลเมตร

นักวิ่ง หมายถึง บุคคลที่เคยเข้าร่วมงานวิ่ง

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจอันเป็นส่วนสำคัญให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ กัน ออกไปตามเหตุปัจจัยเฉพาะตัวบุคคล ซึ่งมีผู้ให้นิยามมากมายดังเช่น Domja (1996) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำ กิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ประเภทของแรงจูงใจนั้น ได้มีนักวิชาการหลายได้ท่านกำหนดประเภทของแรงจูงใจ โดยในการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้สรุปประเภทของแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) Taylor & Luthans (1987) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากแรงกระตุ้น อย่างไม่อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง โดยไม่มีผลจากสาเหตุภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง Deci, Cascio, & Krusell (1975) ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ว่าเป็นความต้องการของบุคคลที่จะมีความรู้สึกรู้ว่าตนเองมีความสามารถและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการยืนยันว่าพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจภายใน (Intrinsically Motivated Behaviors) เป็นพฤติกรรมซึ่งถูกจูงใจความต้องการของบุคคลเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถ (Competence) และตัดสินใจด้วยตนเอง (Self-Determining) สวงวน สุทธิเลิศอรุณ (2528) ให้ความหมายต่อแรงจูงใจภายในว่า เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล โดยไม่มีสิ่งล่อใจภายนอกมากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมนั้น ตัวอย่างแรงจูงใจภายใน เช่น ความรัก ความอยากรู้อยากเห็น ความสำเร็จ ความศรัทธา เป็นต้น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) Taylor & Luthans (1995) ได้ให้ความหมายของ แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากแรงผลักดันจากภายนอก หรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวนักกีฬา เช่น เงินทอง รางวัล ชื่อเสียง เป็นต้น แรงจูงใจชนิดนี้เกิดจากแรงผลักดันของสังคมเป็นตัวกระตุ้น ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อสนองความต้องการของสังคม สวงวน สุทธิเลิศอรุณ (2528) ให้ความหมายต่อแรงจูงใจภายนอกว่า เป็นแรงจูงใจจากภายนอกตัวบุคคล ที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมาตามความต้องการ เช่น การแข่งขัน การยกย่อง การชมเชย ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากนักกีฬาคิดมี จะส่งผลให้นักกีฬายังเกิดความมานะพยายามให้การซ้อมมากขึ้น

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคม

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) มีพัฒนาการมาจากพื้นฐานของ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange) โดยในเครือข่ายจะต้องประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน

และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลก็ขึ้นอยู่กับความรู้และตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ที่อาจโยงด้วยผลประโยชน์ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน หรือ การอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน (ภัทรภกร พลพนาธรรม, ปาริชาติ รัตนบรรณสกุล และ ปรมมาภรณ์ สุกใส, 2553)

พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (2547) ได้ให้นิยามของเครือข่ายทางสังคมว่าเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันในสังคมมนุษย์ในระดับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ระดับปัจเจกบุคคล ปัจเจกบุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม และกลุ่มกับเครือข่าย เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย

ในขณะที่ Alter และ Hage (1993 อ้างถึงใน นฤมล นิราทร, 2543) กล่าวว่า เครือข่าย (Network) คือรูปแบบทางสังคม ที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์การ เพื่อแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และการร่วมกันทำงาน เครือข่ายประกอบด้วยองค์การจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีอาณาเขตที่แน่นอนหรือไม่ก็ได้ และองค์การเหล่านี้ มีฐานะเท่าเทียมกัน

Boissevain (1974) ให้นิยามของเครือข่ายทางสังคมว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน สรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคม (Pattern of Social Relationship) ของปัจเจกบุคคล (Individual) กลุ่ม (Group) และองค์กร (Organization) ผ่านรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมีเป้าหมายร่วมกัน

ประเภทของเครือข่ายทางสังคม (Type of Social Network)

สามารถแบ่งประเภทของเครือข่ายทางสังคมได้ในรูปแบบ โดยมีนักวิชาการหลายคน พอสรุปโดยสังเขป (นฤมล นิราทร, 2543) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม ตามมิติ 4 มิติ ดังนี้

- 1) จำแนกมิติตามพื้นที่ดำเนินการ เช่น เครือข่ายระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และประเทศ
- 2) จำแนกมิติตามกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณสุข เศรษฐกิจ พัฒนาชุมชน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม
- 3) จำแนกมิติตามอาชีพหรือสถานภาพทางสังคม เช่น เครือข่ายด้านแรงงาน เครือข่ายครู พัททษัสิทธิเด็ก เครือข่ายสาววัยรุ่นนักเรียน
- 4) จำแนกมิติตามรูปแบบโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ ทำให้เกิดเครือข่ายใน 2 ลักษณะ คือ

เครือข่ายตามแนวตั้ง คือ (1) เครือข่ายที่มีโครงสร้างเป็นช่วงชั้น ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน (2) เครือข่ายตามแนวนอนเป็นเครือข่ายที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายเท่าเทียมกัน

ประเภทของเครือข่าย ยังอาจจำแนกตามระดับของการศึกษาวิเคราะห์เครือข่าย (Network Analysis) แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ (1) เครือข่ายระดับปัจเจกบุคคล (Individual level Network) (2) เครือข่ายระดับหน่วยธุรกิจ (Business Unit Level Network) (3) เครือข่ายระดับองค์การ (Organization Level Network) และ (4) เครือข่ายระดับอื่น ๆ (Other Level Network) หรือระดับระหว่างองค์การ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิโรจน์ สุทธิสีมา (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารกับวาทกรรมการวิ่งในสังคมไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวาทกรรมการวิ่งผ่านสื่อในสังคมไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งศึกษาสื่อทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ สื่อใหม่ และสื่อกิจกรรม โดยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้แบ่งวาทกรรมออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ 1. ยุคโบราณ: การวิ่งในฐานะส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ 2. ยุคเปลี่ยนผ่าน: วาทกรรมวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 3. ยุคปัจจุบัน: วาทกรรมผสมผสานและวาทกรรมอารมณ์ความรู้สึก

งานศึกษานี้ พบว่าวาทกรรมที่ค้นพบให้สื่อกิจกรรมหรืองานวิ่งยุคปัจจุบันมีเพียง 2 วาทกรรมที่มีความหมายเชิงบวก คือ 1. การวิ่งในความหมายเชิงวิทยาศาสตร์และการแพทย์ ที่เน้นการใช้ตรรกะเหตุผล และมักอิงกับสถิติตัวเลข โดยเฉพาะเรื่องของการวิ่งเพื่อสุขภาพ มีการนำตัวเลขมาประยุกต์ใช้กับวิธีการบริหารจัดการร่างกาย เช่น การนับปริมาณแคลอรี 2. การวิ่งที่มีความหมายเชิงอารมณ์ความรู้สึกและผสมผสาน วาทกรรมนี้มีความโดดเด่นเทียบเคียงกับวาทกรรมทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี จึงทำให้ยุคนี้กลายเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมออนไลน์ และรวมไปถึงชนวนเหตุสำคัญหลายอย่างที่ทำให้การวิ่งในสังคมถูกมองในมิติใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลาย เช่น ภาพยนตร์เรื่องรัก 7 ปี ดี 7 หน (2555) หรือโครงการก้าวคนละก้าวของพี่ตูนที่ทำให้ผู้คนเริ่มเห็นการวิ่งในมุมมองที่แปลกใหม่และเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น

องค์กร RunningUSA (2561) ได้ทำการสำรวจนักวิ่งแห่งชาติ 2017 เพื่อสำรวจประชากร, วิถีชีวิต, ทักษะคิด, นิสัย ของประชากรที่วิ่งทั่วประเทศ พบว่า นักวิ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็น 63% อายุเฉลี่ยผู้คนส่วนใหญ่อยู่ที่ 35-44 ปี คิดเป็น 28% สถานภาพส่วนใหญ่ แต่งงานแล้ว คิดเป็น 68% การศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรีคิดเป็น 36% และปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการเข้าร่วมคือ: ระยะเวลา สถานที่ เวลาซ้อม สุขภาพ และพบว่าแรงจูงใจหลักในการเริ่มต้นวิ่ง 4 อันดับแรกคือ เพื่อออกกำลังกาย ลดน้ำหนัก ครอบครัวยุติ หรือคนรอบข้างชักชวน และต้องการแข่งขัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าคุณลักษณะของนักวิ่งมีความแตกต่างกันทั้งด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและพฤติกรรมการวิ่ง อีกทั้งยังค้นพบว่าแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแสดง พฤติกรรมการวิ่งนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ได้นำเสนอภาพเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นต่อการพยายาม ตอบโจทย์ตามวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความหมายที่นักวิ่งมีต่อการวิ่งในงานวิ่ง 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ของนักวิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมงานวิ่ง

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ระหว่างรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักวิ่งที่เคยเข้าร่วมงานวิ่ง โดยผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยเอง ซึ่งเก็บข้อมูลจากงานวิ่ง 1 แห่ง คือ “เดิน-วิ่ง ศูนย์โรคหัวใจสิรินธร ครั้งที่ 10” และจากสวนสาธารณะขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานคร 3 แห่ง ได้แก่ สวนสาธารณะศูนย์กีฬาบึงหนองบอนร่วมกับสวนหลวงร.๙ , สวนวชิรเบญจทัศ และสวนลุมพินี ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เลือกเฉพาะผู้ที่เคยเข้าร่วมงานวิ่งเท่านั้น ซึ่งก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูล ต้องทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างว่าเคยเข้าร่วมงานวิ่งหรือไม่ ผู้วิจัยใช้วิธีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของคอคแรน (Cochran) เนื่องจากเป็นกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร ซึ่งปรากฏกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล 385 คน แต่ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้เพียง 359 คนเท่านั้น โดยอาศัยวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งเป็นแผ่นและวิธีนำโทรศัพท์มือถือให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อชี้วัดตัวแปรตามกรอบแนวคิดในการศึกษาและอาศัยเทคนิควิธีการทางสถิติให้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการวิจัย และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประมวลข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ในการพรรณนาตัวแปรต่าง ๆ และใช้การวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกแบบทวินาม (Binary Logistic Regression) ในการศึกษาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะทั่วไป, แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง และเครือข่ายสังคมกับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกแบบทวินาม เนื่องจากการศึกษาการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งนั้น ผู้วิจัยได้จำแนกการให้ความหมายออกเป็น 2 มิติ ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวินามนั้นเหมาะที่จะใช้กับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรณีที่มีตัวแปรตามหรือตัวแปรตอบสนองเพียง 2 กลุ่ม โดยมีลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผล และการสร้างมาตรวัดตัวแปรด้วยกัน 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา อาชีพ จำนวนวันวิ่งต่อสัปดาห์ และบุคคลที่ร่วมวิ่งด้วย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเรื่องการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 มิติ 1. ด้านการวิทยาศาสตร์และ

การแพทย์ 2. ด้านอารมณ์ ความรู้สึก เป็นคำถามตามตัวแปรตาม รูปแบบของคำถามมีลักษณะเป็น มาตรฐานแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scales) เป็นความคิดเห็น 5 ระดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่งถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการเข้าร่วมงานวิง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีต่อการไปร่วมงานวิง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ 1. แรงจูงใจภายใน 2. แรงจูงใจภายนอก เป็นคำถามตามตัวแปรอิสระ รูปแบบของคำถามมีลักษณะเป็นมาตรฐานแบบลิเคิร์ต สเกล (Likert Scales) เป็นความคิดเห็น 5 ระดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่งถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคมของท่าน ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม ทั้งบุคคลรอบข้างและสังคมออนไลน์ เป็นคำถามตามตัวแปรอิสระ

ขั้นตอนที่สอง ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การศึกษารวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) และการสัมภาษณ์ (Interviews) จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 คน ได้แก่ 1.) คุณกัมพู (นามสมมติ) 15 ปี เพศหญิง อาชีพ นักเรียน มีประสบการณ์การวิ่งทั้งสิ้น 8 ปี 2.) คุณพิมพ์ (นามสมมติ) 17 ปี เพศหญิง อาชีพ นักเรียน มีประสบการณ์การวิ่งทั้งสิ้น 2 ปี 3.) คุณคีโอ (นามสมมติ) 35 ปี เพศชาย อาชีพ อิสระ มีประสบการณ์การวิ่งทั้งสิ้น 2 ปี เพื่อให้เข้าใจความหมายที่นักวิ่งมีต่องานวิง และแรงจูงใจในการเข้าร่วมอย่างลึกซึ้ง ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสัมภาษณ์นั้น ก่อนอื่นผู้วิจัยจะต้องทำการเก็บข้อมูลในส่วนของวิธีการวิจัยเชิงปริมาณก่อน กล่าวคือ เป็นการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม โดยในที่สุดท้ายของแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้ใส่ข้อความที่ถามว่า “ท่านสะดวกที่จะให้สัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่” ตามด้วยช่องทางติดต่อหากผู้กรอกแบบสอบถามสะดวก ทั้งติดต่อช่องทาง Facebook, E-mail, Line หรือเบอร์โทรศัพท์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับคุณลักษณะที่ผู้วิจัยต้องการ และทำการติดต่อกลับเพื่อขอความอนุเคราะห์เพื่อขอสัมภาษณ์ โดยในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ด้วยการคุยโทรศัพท์ทาง Line และซักถามประเด็นที่ตักค้ำกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน และนัดพบกันเพื่อทำการสัมภาษณ์โดยเฉพาะจำนวน 1 คน โดยการสัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับประเด็นการให้ความหมายและแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิงอย่างเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและสามารถนำไปอธิบายข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีรายละเอียดคำถาม ดังนี้

ประเด็นที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบไปด้วยข้อความเกี่ยวกับ ชื่อ, เพศ, อายุ, พฤติกรรมออกกำลังกายด้วยการวิ่ง, จุดเริ่มต้นของการเริ่มต้นมาวิ่ง, ระยะเวลา-ระยะทางของการวิ่ง, สถานที่ที่วิ่งเป็นประจำ, ความถี่ในการเข้าร่วมงานวิง เป็นต้น

ประเด็นที่ 2 มุมมองในเชิงการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิงทั้งเชิงบวก และเชิงลบ มุมมองที่เปลี่ยนแปลงไปหลังจากระยะเวลาผ่านไป

ประเด็นที่ 3 แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง ประกอบไปด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับว่าอะไรเป็นสาเหตุหรือแรงจูงใจที่ผู้ให้สัมภาษณ์เข้าร่วมงานวิ่งในครั้งแรก จนถึงปัจจุบันมีแรงจูงใจเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร (เป็นแนวคล้ายกับเล่าประสบการณ์)

ประเด็นที่ 4 เครือข่ายสังคม ประกอบไปด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับคนรอบตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งเพื่อน ครอบครัว และสังกัดชมรมวิ่งสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มี วามักปฏิสัมพันธ์ มีการรวมกลุ่มกันอย่างไร

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

จากข้อมูลตัวอย่างที่เป็นนักวิ่งที่เคยเข้าร่วมงานวิ่ง จำนวนทั้งสิ้น 359 คน นักวิ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสัดส่วนสูงกว่าเพศหญิงและเพศทางเลือก อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากอยู่ในช่วงอายุ 21-60 ปี ส่วนมากอยู่ในวัยทำงาน และมีสถานภาพแต่งงาน/มีคู่ แต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับก็กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาพบว่ามากกว่า 1 ใน 2 ของกลุ่มตัวอย่างมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ร้อยละ 40.8 พนักงานราชการ/ข้าราชการ ร้อยละ 25.4 และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.9 ตามลำดับ แต่เป็นที่น่าแปลกใจว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษามีเพียงร้อยละ 7.3 ที่เข้าร่วมงานวิ่ง ทั้ง ๆ กระแสงานวิ่งยังคงเป็นหนึ่งในกระแสสังคมในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการออกกำลังกายเป็นประจำด้วยการวิ่ง 3-4 วัน/สัปดาห์ และพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งส่วนมากมีทั้งกลุ่มที่เข้าร่วมงานวิ่งแบบคนเดียว และเข้าร่วมงานวิ่งกับเพื่อน อัตราส่วนใกล้เคียงกัน โดยการให้ความหมายต่อการเข้าร่วมงานวิ่งของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง

	จำนวน	ร้อยละ
การให้ความหมายต่อการวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์	292	81.6
การให้ความหมายต่อการวิ่งด้านอารมณ์ ความรู้สึก	66	18.4

เมื่อพิจารณารูปแบบการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมานั้น งานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยกำหนดการให้ความหมายเป็น 2 ด้าน คือ 1.) ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 2.) ด้านอารมณ์ความรู้สึก และเป็นที่น่าสนใจว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความหมายการวิ่งในเชิงวิทยาศาสตร์และการแพทย์ว่า “เป็นการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง” มากที่สุด

การให้ความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายออกเป็น 3 นัยยะ คือ นัยยะเชิงปรัชญาชีวิตและจิตวิทยา นัยยะเชิงสังคมศาสตร์ และนัยยะเชิงความเชื่อศาสนา นัยยะที่ 1 เชิงปรัชญาชีวิตและจิตวิทยา จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความหมายความหมายเชิงจิตวิทยามากที่สุด โดยเฉพาะความหมายที่ว่า “การวิ่งคือการเอาชนะใจตัวเอง” มากถึง 3 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นอกเหนือจากนี้ยังมีความหมายอื่น เช่น “การวิ่งในงานเป็นการทำตามเป้าที่ตั้งไว้” ต่อมา นัยยะที่ 2 เชิงสังคมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความหมายความหมายด้านสังคมศาสตร์มากใน ความหมายว่า “การมาวิ่งในงานถือเป็นกิจกรรมการรวมกลุ่มของนักวิ่ง” “การวิ่งในงานวิ่งคือกระแสสังคมในปัจจุบัน” และ “งานวิ่งเป็นงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็น” นัยยะสุดท้ายนัยยะที่ 3 เชิงความเชื่อ ศาสนา ผลการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังคงมีความคิดว่าการวิ่งในงานวิ่งคือการสร้างบุญกุศลและบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบปัญหา

สรุปผลการศึกษาตามตารางแสดงผลลัพธ์ของการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ อัตราส่วนมากถึงร้อยละ 81.6 และยังพบว่าในการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ ไม่มีกลุ่มตัวอย่างใดเลยที่มีความคิดเห็นด้วยระดับน้อย ตรงกันข้ามกับหากเปรียบเทียบกับ การให้ความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากน้อยค่อนข้างกระจายตัว ในขณะที่ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์จะกระจุกตัวอยู่ในระดับมาก

การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งแบ่งตามระดับ

ผู้วิจัยได้กำหนดการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งออกเป็น 2 ด้าน และกำหนดระดับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยน้อย ปานกลาง และมาก เป็นที่น่าตกใจว่ากลุ่มตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 80 ขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นนักวิ่งประเภทใด ก็มีความคิดเห็นระดับมากในความหมายการให้ความหมายการวิ่งให้เชิงวิทยาศาสตร์และการแพทย์ และเป็นที่น่าตกใจยิ่งขึ้นไปอีกว่า ร้อยละ 0.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดหรือไม่มีนักวิ่งคนใดเลย ที่มีความคิดเห็นระดับน้อยในความหมายการให้ความหมายการวิ่งให้เชิงวิทยาศาสตร์และการแพทย์ และยังค้นพบอีกว่าไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีแรงจูงใจหรือเครือข่ายสังคมแตกต่างกัน ก็ไม่ได้ทำให้ระดับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์เปลี่ยนแปลงไป และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความหมายด้านอารมณ์ความรู้สึก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความเห็นด้วยระดับปานกลางถึงมากในความหมายการวิ่งเชิงอารมณ์ ความรู้สึก แต่ไม่ได้มีอัตราส่วนน้อยมากแตกต่างกันชัดเจนเหมือนการให้ความหมายด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งที่ผสมผสานความเป็นวิทยาศาสตร์และการแพทย์กับอารมณ์ ความรู้สึกอยู่มาก เนื่องจากบางสถานการณ์อาจไม่สามารถระบุหรือนิยามความหมายได้ชัดเจนว่าจะนิยามความหมายไปในทิศทางใด และให้น้ำหนักมากน้อยเพียงใด แต่ข้อค้นพบก็ยังชัดเจนว่านักวิ่งส่วนมากให้ความหมายไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากกว่าด้านอารมณ์ความรู้สึก

การให้ความหมายต่อการวิ่งในด้านใดด้านหนึ่ง

ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คือ การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งของนักวิ่งที่เคยเข้าร่วมงานวิ่ง เพื่อที่จะสำรวจมุมมองความคิดของนักวิ่งในปัจจุบันว่ามีมุมมองอย่างไรต่อการวิ่งในงานวิ่ง เนื่องจากปัจจุบันมีการนำเสนอภาพของงานวิ่งค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะมีสัดส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิงและเพศทางเลือก และมีคุณลักษณะด้านอายุ สถานภาพ การศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน สุดท้ายแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนมากก็ให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า หากนักวิ่งมีพฤติกรรมออกกำลังกายด้วยการวิ่งต่อสัปดาห์มากเพียงใดยังมีแนวโน้มที่จะให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากเพียงนั้น

งานศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประเภทของแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก และได้ผลการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 ระดับแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง

แรงจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
แรงจูงใจภายใน		
น้อย	1	0.3
กลาง	29	8.1
มาก	329	91.6
แรงจูงใจภายนอก		
น้อย	81	22.6
กลาง	237	66.0
มาก	41	11.4

แรงจูงใจภายในที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นความต้องการที่จะมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง แต่ทั้งนี้ยังมีแรงจูงใจภายในด้านอื่น ๆ เช่น ความรักและสนใจในการวิ่ง

ความต้องการมีรูปร่างกระชับได้สัดส่วน ต้องการผ่อนคลายความเครียด เป็นต้น ที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน ในส่วนของแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งของกลุ่มตัวอย่างส่วนมาก คือความต้องการ เหยี่ยวรางวัล การได้ไปท่องเที่ยว และต้องการเป็นนักวิ่งที่มีชื่อเสียง ผลการศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่เข้าร่วมงานวิ่งมีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้เข้าร่วมงานมากกว่าแรงจูงใจภายนอก สะท้อนให้เห็นว่านักวิ่งส่วนมากให้ความสำคัญกับสิ่งกระตุ้นภายในจิตใจ เช่น ความรัก ความชอบ ความต้องการมีร่างกายที่แข็งแรง มากกว่าสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น เสื้อ เหยี่ยวที่ระลึก เงินรางวัลหรือคนดัง เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งกับการให้ความหมายนักวิ่งที่มีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ่งไม่ว่าจะในระดับน้อย ปานกลาง หรือมาก ส่วนมากแล้วจะให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ อัตราสูงถึงร้อยละ 80.0 ขึ้นไป แต่เมื่อพิจารณาส่วนของนักวิ่งที่มีแรงจูงใจภายนอกกระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ่ง กลับพบว่าไม่ว่านักวิ่งจะมีแรงจูงใจภายนอกกระตุ้นใด ส่วนมากยังคงให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งไปในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์

ในส่วนของเครือข่ายสังคมของนักวิ่งนั้น ผู้วิจัยกำหนดประเภทของเครือข่ายสังคมออกเป็น 3 ประเภท คือ 1.) สื่อใหม่ (Online) 2.) คนรอบข้าง 3.) กลุ่มนักวิ่ง จากการศึกษาพบว่าเครือข่ายสังคมประเภทสื่อออนไลน์กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่ติดตามเว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนการส่งเสริมสุขภาพ (โดยหน่วยงานรัฐ) แต่มากถึงร้อยละ 93.6 เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊ก ที่ส่วนใหญ่จัดตั้งเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดและแบ่งปันประสบการณ์ในกลุ่มนักวิ่ง นอกจากนี้พบว่า 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดถูกชักชวนให้เข้าร่วมงานวิ่งจากครอบครัว/เพื่อน และเมื่อพิจารณาเครือข่ายสังคมประเภทกลุ่มนักวิ่งพบว่าร้อยละ 31.1 ของกลุ่มอยู่ในสังกัดหรือชมรมวิ่ง แต่ร้อยละ 41.8 ของกลุ่มตัวอย่างกลับไม่มีเพื่อนที่เป็นนักวิ่ง ซึ่งข้อค้นพบนี้อาจแฝงด้วยนัยยะบางอย่างที่แสดงให้เห็นว่างานวิ่งถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถทำคนเดียวได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นการรวมกลุ่มเสมอไป

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสังคมของกลุ่มนักวิ่งกับการให้ความหมายพบว่าเครือข่ายสังคมประเภทสื่อใหม่ ผู้ที่ติดตามเพจหรือเว็บไซต์ของ (สสส.) ส่วนมากจะให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ แต่นำแปลกใจที่ว่ากลุ่มตัวอย่างติดตามเพจหรือเว็บไซต์ของ (สสส.) มากกว่าที่จะเป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊ก ทั้ง ๆ ปัจจุบันกลุ่มพูดคุยเรื่องวิ่งในเฟซบุ๊กมีจำนวนมากและเข้าถึงง่าย แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าเครือข่ายสังคมประเภทสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างจะมีลักษณะใดกลุ่มตัวอย่างส่วนมากก็ยังคงให้ความหมายด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ และข้อค้นพบสุดท้ายเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมประเภทอิทธิพลคนรอบข้าง และเครือข่ายสังคมประเภทสังกัด/ชมรมวิ่ง ยังคงพบว่าไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในชมรมนักวิ่งหรือไม่ หรือมีเพื่อนที่เป็นนักวิ่งหรือไม่

ก็มีการให้ความหมายต่อการวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากกว่าด้านอารมณ์ความรู้สึก เช่นเดียวกับกลุ่มเครือข่ายสังคมทุกประเภท

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวินามในการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไป แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งและเครือข่ายสังคมของนักวิ่งกับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ซึ่งมีความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง 2 ด้าน คือ ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ และด้านอารมณ์ความรู้สึก ผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวินาม (Binary Logistic Regression) มาใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ครั้งนี้ ผลปรากฏว่า หากพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทั่วไปกับการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง จะพบว่า เพศมีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง กล่าวคือกลุ่มที่เป็นเพศชาย กับ เพศหญิง/เพศทางเลือก มีการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาคุณลักษณะทั่วไปประเภทอื่น ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และพฤติกรรมการวิ่ง พบว่าความแตกต่างกันในคุณลักษณะดังกล่าวไม่ได้ส่งอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง ต่อมาเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งกับการให้ความหมายต่อการวิ่ง พบว่าปัจจัยด้านแรงจูงใจ ทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ล้วนมีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง แต่ทว่าหากกลุ่มตัวอย่างมีระดับแรงจูงใจภายในที่แตกต่างกันจะส่งผลให้มีการให้ความหมายไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน สุดท้ายเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสังคม 3 ประเภท ได้แก่ สื่อใหม่, คนรอบข้าง และสังกัด/ชมรมวิ่งกับการให้ความหมายต่อการวิ่ง พบว่าเครือข่ายสังคมประเภทสื่อใหม่ (Online) มีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง แต่ทว่าการเป็น/ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊กนั้นส่งผลต่อการให้ความหมายไปในทิศทางตรงกันข้ามกัน กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊กมีการให้ความหมายแตกต่างจากกลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊ก

ตาราง 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป แรงจูงใจ และเครือข่ายสังคม

คุณลักษณะกลุ่มตัวอย่าง	B	S.E.	Sig	Exp (B)	
เพศชาย (Ref: หญิง/ทางเลือก)	-0.934***	0.317	0.003	0.393	
อายุ (Ref: ≤ 20/21-40/41-60/60 ปีขึ้นไป)	0.071	0.323	0.825	1.074	
มีคู่/แต่งงาน (Ref: โสด/หย่าร้าง)	-0.461	0.333	0.166	0.630	
ปริญญาตรี (Ref: ต่ำกว่ามัธยมตอนปลาย/มัธยมตอนปลาย หรือเทียบเท่า/ปริญญาโท/ปริญญาเอก)	-0.238	0.310	0.442	0.788	
พนักงานเอกชน (Ref: นักเรียน/นักศึกษา/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/พนักงานราชการ/ข้าราชการ/อื่นๆ)	0.016	0.306	0.958	1.016	
3-4 วัน (Ref: 1-2 วัน/5-7 วัน)	-0.225	0.308	0.465	0.799	
คนเดียว (Ref: เพื่อน/ครอบครัว/กลุ่มเพื่อนนักวิ่ง)	0.524	0.348	0.132	1.689	
แรงจูงใจในการเข้าร่วมงาน	แรงจูงใจภายใน	-0.145**	0.061	0.018	0.865
	แรงจูงใจภายนอก	0.091**	0.040	0.023	1.095
เครือข่ายสังคม					
<i>สื่อใหม่ (Online)</i>					
ติดตามเว็บไซต์/เฟสบุ๊กของสสส.	0.514*	0.311	0.098	1.672	
เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟสบุ๊ก	-1.087**	0.526	0.039	0.337	
<i>คนรอบข้าง</i>					
ครอบครัว/เพื่อนเข้าร่วมงานวิ่งเป็นประจำ	0.335	0.366	0.360	1.398	
ถูกชักชวนในเข้าร่วมงานวิ่งจากครอบครัว/เพื่อน	0.480	0.393	0.222	1.617	
<i>สังกัด</i>					
อยู่ในชมรมนักวิ่ง	-0.012	0.355	0.973	0.988	
มีเพื่อนที่เป็นนักวิ่งโดยเฉพาะ	-0.034	0.354	0.924	0.967	
ค่าคงที่ (Constant)	1.089	1.393	0.434	2.970	
Cox and Snell R-Square	0.112				
Nagelkerke R Square	0.181				
n	359				

หมายเหตุ

- 1.) * Significance at 0.1, ** Significance at 0.05, *** Significance at 0.01
- 2.) B = สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบโลจิสติก (Logistic Regression Coefficient), S.E. = ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error), Exp (B) = อัตราส่วน Odd (Odd Ratio)

จากผลการศึกษาข้างต้น สรุปได้ว่าเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อกรวิ่งในงานวิ่ง พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะทั่วไปทางเพศ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งทั้งภายในและภายนอก และปัจจัยด้านเครือข่ายสังคมประเภทสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อกรวิ่งในงานวิ่งที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ประเด็นที่ 1 จุดเริ่มต้นของการวิ่งพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีจุดเริ่มต้นของการวิ่งอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 เริ่มต้นวิ่งเพื่อสุขภาพ รูปแบบที่ 2 ถูกชักชวนจากคนใกล้ชิด พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ท่านมีจุดเริ่มต้นในการวิ่งมาจากความต้องการที่จะมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ส่งผลให้ผู้ให้สัมภาษณ์สนองความต้องการของตัวเองด้วยการออกมารวิ่ง ประกอบกับการถูกชักชวนโดยคนใกล้ชิดในครอบครัว และมีผู้ให้สัมภาษณ์ 1 ท่านที่มีจุดเริ่มต้นของการวิ่งมาจากเป็นนักกีฬาวอลเลย์บอลแล้วครูฝึกบังคับให้วิ่งด้วยการจัดตารางวิ่ง ประกอบกับครูฝึกเห็นว่ามีความสามารถทางการวิ่งจึงชวนไปซ้อมวิ่งโดยเฉพาะ และนิสัยส่วนตัวชอบการเล่นกีฬาหลายประเภท

ประเด็นที่ 2 การให้ความหมายต่อกรวิ่งในงานวิ่งพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีการให้ความหมายแบบผสมผสานกันทั้งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ กับด้านอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งการให้ความหมายนี้มีน้ำหนักไม่เท่ากัน และเปลี่ยนแปลงตามประสบการณ์การวิ่งของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยความหมายที่พบมากที่สุดคือเป็นการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง และเป็นการแข่งขันกับตัวเองเพื่อเอาชนะใจตนเอง

ประเด็นที่ 3 แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกที่กระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ่ง ที่เห็นได้ชัดที่สุดคือแรงจูงใจภายใน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนหนึ่งต้องการดูแลสุขภาพให้หายจากโรคประจำตัว และส่วนหนึ่งต้องการแข่งขันเพื่อถ้วยรางวัล แต่ทั้งนี้ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งที่กำลังกล่าวที่กล่าวนอกเหนือจากคนอื่นว่าบางทีเข้าร่วมงานวิ่งเพื่อทำบุญ และไปทำกิจกรรมพบเจอเพื่อน ๆ อีกด้วย

ประเด็นที่ 4 เครือข่ายสังคม พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ 2 คน เป็นนักกีฬา จึงทำให้มีเพื่อนที่เป็นนักวิ่งจำนวนมาก เช่น คุณพิมพาที่ส่วนตัวเป็นคนที่ชอบเล่นกีฬาหลายประเภท ประกอบกับครูฝึกเห็นแววการวิ่งจึงพาเข้าร่วมกรวิ่งและยิ่งทำให้เขามีเพื่อนที่เป็นนักวิ่งเพิ่มขึ้นไปอีก จะออกเป็นแนวเครือข่ายของนักกีฬา นอกจากนี้ทั้ง 2 คนยังเป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊กและมีสังกัดชมรมวิ่งด้วย ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งที่ไม่ได้เป็นนักกีฬาพบว่า การเริ่มต้นออกมารวิ่งนั้นเขามีเพียงพี่สาวที่ออกกำลังกายด้วยการวิ่งไม่มีสังกัด แต่หลังจากที่เขาได้เข้าร่วมงานวิ่งเขาก็เริ่มมีเพื่อน และมีการสร้างกลุ่มไลน์พูดคุยกันเรื่องวิ่งอีกด้วย

สุดท้ายผลการศึกษาพบว่า การให้ความหมายต่อการวิ่งส่วนใหญ่ ผู้ให้สัมภาษณ์จะมีการให้ความหมายลักษณะผสมผสานหลายความหมาย และมีความสับสนเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตามแรงจูงใจในแต่ละช่วงเวลา และประโยชน์ที่ได้จากการเข้าร่วมงานวิ่งนั้น หลังจากที่ผู้ให้สัมภาษณ์เข้าร่วมงานวิ่งล้วนมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและมีเพื่อนที่เป็นนักวิ่งเพิ่มมากขึ้น มีการติดต่อสื่อสารและทำกิจกรรมร่วมกันอยู่บ้าง เช่น ช้อมวิ่งด้วยกัน นัดกินข้าวกัน ไปเข้าร่วมงานวิ่งด้วยกันอีก เป็นต้น

ผลการศึกษาส่วนวิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ มีลักษณะที่สอดคล้องกันทั้งในเรื่องการให้ความหมายและแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่ง จึงทำให้สามารถนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้มาอธิบายขยายความผลการศึกษาเชิงปริมาณ และยังได้ผลการศึกษาจากวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่นอกเหนือไปจากการวิจัยเชิงปริมาณที่มีลักษณะตายตัวจากการกำหนดแบบสอบถาม การวิจัยเชิงคุณภาพทำให้เห็นถึงการให้ความหมายที่มีความผสมผสานและมีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา

สรุปและอภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย 212 คน เพศหญิง 140 คน และเพศทางเลือก 2 คน และไม่ระบุ 5 คน รวมทั้งสิ้น 359 คน ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี รองลงมาคือ 21-40 ปี น้อยกว่า/เท่ากับ 20 ปี และมากกว่า 60 ปี ตามลำดับ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคู่/แต่งงานแล้ว แต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการออกกำลังกายด้วยการวิ่งส่วนใหญ่วิ่งประมาณ 3-4 วันต่อสัปดาห์ และมักเข้าร่วมงานวิ่งคนเดียว สุดท้ายแล้วพบว่า การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะให้ความหมายด้านวิทยาศาสตร์และสุขภาพมากกว่าด้านอารมณ์ความรู้สึก และมีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ่งมากกว่าตัวกระตุ้นจากแรงจูงใจภายนอก ส่วนลักษณะเครือข่ายสังคมของกลุ่มตัวอย่างมากถึง 336 คน จาก 359 คน เป็นสมาชิกกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊ก แต่กลับติดตามเว็บไซต์/เพจของสำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพเพียง 137 คน และ 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีเพื่อนหรือครอบครัวถูกชักชวนให้เข้าร่วมงานวิ่ง และกลุ่มที่อยู่ในสังกัดหรือชมรมวิ่งมีเพียง 112 คน คิดเป็น 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง

กลุ่มตัวอย่างให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งในด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากถึง 4 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยส่วนมากให้ความหมายว่าการวิ่งในงานวิ่งเป็นเหมือนการออกกำลังกายดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง เป็นการลดน้ำหนักส่วนเกินและเป็นการบำบัดโรคซึมเศร้า กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความหมายต่อการวิ่งในด้านนี้มักออกกำลังกายเป็นประจำ และเป็นกลุ่มที่มีแรงจูงใจภายในตั้งแต่ระดับน้อยไปถึงมาก และกลุ่มที่มีแรงจูงใจภายนอกตั้งแต่ระดับปานกลางไปถึงมาก ยิ่งไปกว่านั้นพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมักติดตามเรื่องวิ่งผ่านสื่อออนไลน์อีกด้วย และเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่มี/ไม่มีคนใกล้ชิดอย่างเพื่อนหรือครอบครัวเข้าร่วมงานวิ่ง พบว่ากลุ่มที่ไม่มีคนใกล้ชิดเข้าร่วมงานวิ่งจะมีการให้ความหมายการวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากกว่ากลุ่มที่มีคนใกล้ชิดเข้าร่วมงาน

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่ง

การศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ่งมากกว่าแรงจูงใจภายนอก เห็นได้จากระดับของแรงจูงใจภายในส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์มาก ในขณะที่ระดับของแรงจูงใจภายนอกส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง โดยแรงจูงใจภายในส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมงานวิ่งเพราะต้องการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่ต้องการมีรูปร่างกระชับได้สัดส่วน และกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยเช่นกันรักและสนใจในการวิ่ง แรงจูงใจภายในที่กล่าวมาเหล่านี้ล้วนส่งผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมงานวิ่งของนักวิ่งกลุ่มตัวอย่าง ส่วนด้านแรงจูงใจภายนอกที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งนั้นส่วนมากจะเป็นเพราะการเข้าร่วมงานวิ่งทำให้ได้มีโอกาสไปท่องเที่ยวด้วย แต่ก็มีนักวิ่งอีกส่วนหนึ่งที่ต้องการเสื้อ เหรียญรางวัล และเงินรางวัลจากการเข้าร่วมงานวิ่ง รวมทั้งไปพบปะพี่น้องนักวิ่ง คล้ายการรวมกลุ่มกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งของนักวิ่ง ถูกกำหนดการให้ความหมายออกเป็น 2 ด้าน คือ 1.) ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ 2.) ด้านอารมณ์ ความรู้สึก ผลการศึกษาพบว่าอัตรา 4 ใน 5 ของนักวิ่งทั้งหมดมีน้ำหนักไปในทางการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์มากกว่าความหมายด้านอารมณ์ ความรู้สึก และเมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์การให้ความหมายระหว่างเพศชายกับเพศหญิงและทางเลือก พบว่าคุณลักษณะทางเพศมีความสัมพันธ์ต่อการให้ความหมายในทิศทางตรงกันข้ามกัน กล่าวคือหากเพศชายให้ความหมายต่อการวิ่งในงานว่าเป็นเรื่องของวิทยาศาสตร์และการแพทย์ ฉะนั้นมีโอกาสที่เพศหญิงและเพศทางเลือกจะให้ความหมายต่อการวิ่งในด้านอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าเพศชาย ดังเช่น

“การวิ่งในงานวิ่งสำหรับพี่มันคือการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อวิ่งมาราธอนตามระยะทางที่กำหนด และอีกอย่างมันเป็นการออกกำลังกายเพื่อรักษาโรคซึมเศร้าของพี่ด้วย พอได้วิ่งแล้วมันก็ได้ระบายความเครียด ความโกรธ ความเศร้า”

(คีโอ, สัมภาษณ์, 2562)

จะเห็นว่าการให้ความหมายต่อการวิ่งในเพศชายมีหลายคนให้ความหมายไปให้เชิงการวิ่งเพื่อดูแลสุขภาพร่างกาย แต่หากพิจารณาการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งสำหรับเพศหญิง จะมีลักษณะ

ในการให้ความหมายเชิงอารมณ์ความรู้สึก ดังเช่น

“การวิ่งของหนูมันเป็นความต้องการทำลายสถิติ การไปเจอคนเยอะ ๆ ไปเอา
บรรยากาศใหม่ ๆ และไปล่าถ้วยเอาเหรียญ”

(กัมพู, สัมภาษณ์, 2562)

ประเด็นศึกษาที่น่าสนใจที่สุดจากการสัมภาษณ์ พบว่านักวิ่งเกือบทุกคนมีการให้ความหมาย
หรือมีมุมมองต่อการวิ่งในงานวิ่งเปลี่ยนไป มีหลากหลายทั้งเปลี่ยนจากมุมมองในเชิงวิทยาศาสตร์และ
การแพทย์เป็นมุมมองเชิงอารมณ์ หรือบางคนเปลี่ยนจากมุมมองเชิงอารมณ์เป็นมุมมองเชิงการแพทย์
และหลายคนก็มีการให้ความหมายแบบผสมผสานกัน ดังเช่น

“หนูคิดว่ามันเป็นการแข่งขันนะ แต่แข่งขันในที่นี้คือการแข่งขันกับตัวเองอะ
เหมือนสนามเป็นที่ทดสอบความสามารถของร่างกายว่าที่เราวิ่งมาทั้งหมด เราวิ่งได้
แค่ไหน”

(พิมพ์, สัมภาษณ์, 2562)

สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ข้างต้น เมื่อพิจารณาให้ละเอียดถี่ถ้วนจะพบว่าเธอมีการให้ความหมายใน
ด้านวิทยาศาสตร์และการแพทย์ผสมผสานกับด้านอารมณ์ความรู้สึก ในแง่ที่ว่ากรวิ่งเป็นการแข่งขันกับ
ตัวเอง ที่คล้ายกับต้องเอาชนะใจตัวเอง ต้องฝึกฝน ต้องซ้อมแล้วไปทดสอบร่างกายตัวเองในสนามที่งาน
วิ่ง นั้นสะท้อนให้เห็นว่าการให้ความหมายเป็นเรื่องไม่ตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลาและ
ประสบการณ์ของนักวิ่งแต่ละคน ดังเช่น

“แต่ก่อนหนูคิดว่ามันเป็นการแข่งขันนะ แต่หลัง ๆ มานี้หนูเริ่มสนใจอยากเป็น
Pacer ตามงานวิ่งที่คอยพาคนที่เพิ่มเริ่มวิ่งหรือยังคุมเวลาไม่ได้ ให้จบตามเป้าที่ขา
อยากจบ”

(พิมพ์, สัมภาษณ์, 2562)

ผลการศึกษานี้พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวิโรจน์ สุทธิสีมา (2554) ที่ว่านักวิ่งมี
การให้ความหมายต่อการเข้าร่วมงานวิ่งในความหมายเชิงบวก คือ 1. การวิ่งในความหมายเชิง
วิทยาศาสตร์และการแพทย์ ที่โดยเฉพาะเรื่องของการวิ่งเพื่อสุขภาพ 2. การวิ่งที่มีความหมายเชิงอารมณ์
ความรู้สึกและผสมผสาน

นอกจากคุณลักษณะทางเพศที่แตกต่างกันแล้ว เมื่อพิจารณาตัวแปรแรงจูงใจที่มีผลต่อการการ
เข้าร่วมงานวิ่ง จะเห็นว่างานวิจัยชิ้นนี้กำหนดแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ 1.) แรงจูงใจภายใน 2.)
แรงจูงใจภายนอก และหากจะวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งกับ

การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่ง พบว่านักวิ่งที่มีระดับแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกที่ต่างกันจะให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วนักวิ่งที่มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งแบบใด จะมีการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งสอดคล้องกันกับแรงจูงใจ ดังเช่น

“สาเหตุที่ที่วิ่งเกิดจากโรคซึมเศร้า และโรคทางจิตเวช พี่สาวที่เป็นคนชวนออกมาวิ่ง เริ่มต้นวิ่งของพี่มันเป็นการออกกำลังกาย”

“หลัง ๆ มาการวิ่งของพี่ พี่มีความสุขที่ได้ออกไปวิ่งและมีเพื่อนออกกำลังกายด้วยกัน”

“แต่ตอนนี้การวิ่งของพี่มันเป็นการเอาชนะใจตัวเอง”

(คีโอ, สัมภาษณ์, 2562)

“เริ่มต้นวิ่งเพราะตาวิ่งอยู่แล้วเลยชวนออกไปวิ่ง และเป็นภูมิแพ้ด้วย” ซึ่งเคยมีการให้ความหมายต่อการวิ่งของคุณก้ามปูช่วงหนึ่งว่าเป็นการออกกำลังกายเพื่อร่างกายแข็งแรงไม่เจ็บไปป่วย

(ก้ามปู, สัมภาษณ์, 2562)

เมื่อพิจารณาจะพบว่านักวิ่งหนึ่งคนสามารถมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ่งที่หลากหลาย และเปลี่ยนไปได้ ซึ่งส่งผลให้การให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งเปลี่ยนแปลงตามไป สะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจใดที่กระตุ้นให้นักวิ่งเข้าร่วมงานวิ่ง แรงจูงใจนั้นย่อมส่งผลต่อการให้ความหมายต่อการวิ่งในงานวิ่งเช่นกัน

ผลการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมงานวิ่งจากการเก็บข้อมูลทางสถิติพบว่า นักวิ่งมีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมเข้าร่วมงานวิ่งมากกว่าแรงจูงใจภายนอก ซึ่งแรงจูงใจภายในส่วนใหญ่ คือ ความต้องการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง และผ่อนคลายความเครียด ดังเช่นการสัมภาษณ์คุณคีโอ และคุณก้ามปูจากบทสัมภาษณ์ที่กล่าวมาข้างต้น มีใจความว่าต้องการหายจากอาการซึมเศร้าและภูมิแพ้ ส่วนแรงจูงใจภายนอกที่เข้าร่วมงานวิ่งพบว่าการเข้าร่วมงานวิ่งทำให้ได้มีโอกาสไปท่องเที่ยว และยังได้รับเสื้อ เหรียญที่ระลึกและเงินรางวัล โดยมีตัวอย่างคุณก้ามปูที่ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการได้ไปพบเจอบรรยากาศใหม่ ๆ และตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกอื่น ดังเช่น

“ที่ยังไปงานวิ่งต่อเพราะเห็นคนที่ได้รางวัลรุ่นเดียวกันแล้วอายุเท่ากัน ก็เลยคิดว่าเราอยากได้บ้าง แถมเป็นนักกีฬาอยู่แล้ว ไม่น่ายากเกินไป”

(พิมพ์, สัมภาษณ์, 2562)

สุดท้ายนี้แรงจูงใจในการเข้าร่วมงานวิ้งสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม คือแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก จากการศึกษาพบว่านักวิ้งหนึ่งคนสามารถมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกพร้อมกันได้ แต่มักมีการให้น้ำหนักต่อแรงจูงใจไม่เท่ากัน ไม่เอนเอียงไปทางใดก็ทางหนึ่ง ซึ่งแรงจูงใจเหล่านั้นมีผลต่อการให้ความหมายต่อการวิ้งในงานวิ้งด้วย มากไปกว่านั้นผลการศึกษายังพบว่านักวิ้งส่วนใหญ่มีแรงจูงใจภายในกระตุ้นให้เข้าร่วมงานวิ้งมากกว่าแรงจูงใจอื่นใด สะท้อนให้เห็นว่านักวิ้งมีความต้องการภายในตัวบุคคลกระตุ้นให้รู้สึกอยากแสดงพฤติกรรมบางอย่าง มากกว่าจะมีสิ่งล่อใจภายนอกมากระตุ้น

ประเด็นสุดท้ายการศึกษาเครือข่ายสังคม ในงานวิจัยครั้งนี้กำหนดเครือข่ายสังคม

ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1.) สื่อออนไลน์ 2.) คนใกล้ชิด (เพื่อน/ครอบครัว) 3.) สังกัด/ชมรม/นักวิ้ง เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสังคมประเภทสื่อออนไลน์กับการให้ความหมายต่อการวิ้งในงานวิ้ง พบว่านักวิ้งที่ติดตามเพจของสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) และนักวิ้งที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิ้งในเฟซบุ๊กมีการให้ความหมายต่อการวิ้งในงานวิ้งแตกต่างจากนักวิ้งที่ไม่ติดตามสื่อออนไลน์ กล่าวคือนักวิ้งที่ติดตามเพจของสำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) นั้นมีการให้ความหมายต่อการวิ้งในเชิงวิทยาศาสตร์และสุขภาพมากกว่าด้านอารมณ์ความรู้สึก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่าในเพจมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพโดยเฉพาะ ในทางกลับกันนักวิ้งที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มวิ้งในเฟซบุ๊กกลับมีการให้ความหมายต่อการวิ้งในเชิงอารมณ์ความรู้สึกมากกว่านักวิ้งที่มีเครือข่ายสังคมรอบข้างประเภทอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทการเป็นสมาชิกกลุ่มวิ้งในเฟซบุ๊กมีผลต่อการให้ความหมายต่อการวิ้งในงาน ทิศทางตรงกันข้ามกัน

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากประเด็นการนิยามความหมายนั้น เป็นเรื่องยากที่ให้อำนาจจำกัดความได้ครบทุกมิติ อีกทั้งการให้ความหมายยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยคิดว่าควรวางแผนวิจัยไว้หลายรูปแบบ แล้วเลือกวิธีที่ดีที่สุดออกมาใช้ วิธีวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ก็เป็นวิธีการหนึ่งที่ดี แต่ทั้งนี้ในการกำหนดความหมายต่อการวิ้งไว้ 2 ด้านตั้งแต่แรกในแบบสอบถามปลายปิด อาจเป็นการปิดกั้นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพราะอย่างที่กล่าวมาว่า เป็นไปได้ยากมากที่จะนิยามความหมายออกมาได้ทุกรูปแบบ จึงมีการสัมภาษณ์ถึงความหมายอื่นเพิ่มเติม แต่ควรสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายมากกว่านี้

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการสำรวจการให้ความหมายต่อการวิ้งในงานวิ้งของนักวิ้งไปแล้ว สำหรับในงานศึกษาครั้งต่อไป ควรมีวิจัยที่ทำการศึกษาแนวคุณภาพที่คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของนักวิ้งทุกคนได้ ศึกษาตั้งแต่จุดเริ่มต้นการวิ้ง ความหมายที่การเปลี่ยนแปลงไป อย่างลงรายละเอียดที่เจาะลึกหรืออาจมีประเด็นอื่นที่น่าสนใจ เช่น การแสดงอัตลักษณ์ของนักวิ้ง เป็นต้น เพื่อเป็นสนับสนุนและการ

สร้างแรงบันดาลใจให้พี่น้องนักวิ่งด้วยกัน เพราะจากการสำรวจพูดคุยกลุ่มวิ่งในเฟซบุ๊ก พบว่ามีพี่น้องนักวิ่งจำนวนมากไม่น้อยต้องการที่จะอ่านงานศึกษาเกี่ยวกับเรื่องวิ่ง/ชีวิตนักวิ่ง อีกทั้งหน่วยงานที่ดูแลด้านรับผิดชอบด้านสุขภาพของคนไทย สามารถนำงานศึกษาเหล่านี้ไปพัฒนารูปแบบการจัดสวัสดิ์เพื่อสุขภาพให้คนไทยได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.mots.go.th/>

กรมอนามัย. (2543). *คู่มือการส่งเสริมการออกกำลังกายสำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.

นฤมล นิราทร. (2543). *การสร้างเครือข่ายการทำงาน : ข้อควรพิจารณาบางประการ*. กรุงเทพฯ: โครงการระหว่างประเทศว่าด้วยการจัดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก.

ปฏินุช เย็นภิรมย์. (2557). *ทำไมต้องวิ่งมาราธอน*. การประชุมวิชาการครั้งที่ 30 , 49.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และ ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. (2546). *สื่อสารกับสังคมเครือข่าย*. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.

พระมหาสุทิตย์ อาภากรโร. (2547). *เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

ภัทรภร พลพนาธรรม, ปาริชาติ รัตนบรรณสกุล, และ ปรมมาภรณ์ สุกใส. (2553). *เครือข่ายทางสังคม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้อย อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วีโรจน์ สุทธิสีมา. (2554). *การสื่อสารกับวาทกรรมการวิ่งในสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภภัทรา บุญสุรภัค. (2559). *พฤติกรรมการใช้ VDO Content กับการทำคัลยกรรมความงาม*. (สารนิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. “สถิติผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่งในประเทศไทย”. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.thaihealth.or.th>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. “พระบรมราโชวาท พระราชดำรัส เกี่ยวกับกีฬา”. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.thaihealth.or.th>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑”. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.nesdb.go.th>
หะริน จงเจริญรัตน์. (2560). อิทธิพลของเนื้อหาทางการตลาด ความสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการบอกต่อทางการตลาดแบบ Viral Marketing ของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อาร์วายทีไนน์. “รายงานผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 1”. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.ryt9.com>

อาร์วายทีไนน์. “ร่างกรอบแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 3”. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://www.ryt9.com>

อุดมศิลป์ ศรีแสงนาม. (2537). *วัง...สู่วิถีชีวิตใหม่*. กรุงเทพฯ: หอมข้าวบ้าน. BIT Bangkok. “สถิติตัวเลขนักวิ่งในไทย”. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.bltbangkok.com>

ภาษาอังกฤษ

Boissevain, J. (1974). *Friends of Friends: Network, Manipulators and Coalitions*. Oxford: Basil Blackwell.

Deci, E. L., Cascio, W. F., & Krusell, J. (1975). *Cognitive evaluation theory and some comments on the Calder and Staw critique*. *Journal of personality and social psychology*, 31(1), 81 - 85.

Runningusa. (2017). *2017 National Runner Survey*. Retrieved February, 15 2019, form <https://cdn.trustedpartner.com>

Taylor, L., & Luthans, F. (1984). *Organizational Commitment: Analysis of Antecedents*. *Human Relation*, 40, 219 - 236.

สัมภาษณ์

ก้ามปู (นามสมมติ). สัมภาษณ์. 15 เมษายน พ.ศ.2562.

พิมพา (นามสมมติ). สัมภาษณ์. 16 เมษายน พ.ศ.2562.

คีโอ (นามสมมติ). สัมภาษณ์. 20 เมษายน พ.ศ.2562.