

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

ด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต*

DEVELOPING FOOTBALL TOURISM DESTINATIONS

WITH NOSTALGIC EXPERIENCES*

ธีรภัทร ดีเอม**

ศิริเพ็ญ ตาบเพชร***

เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์****

(วันที่รับบทความ: 14 สิงหาคม 2567; วันแก้ไขบทความ: 9 ธันวาคม 2567; วันตอบรับบทความ: 16 ธันวาคม 2567)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้บริหารสโมสรฟุตบอล ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านค้าและของที่ระลึก ประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีทีมฟุตบอลแข่งขันในไทยลีก 1 และไทยลีก 2 จำนวน 32 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า

1) ประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านประสบการณ์ ด้านทีมกีฬา ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกระบวนการทางสังคม ด้านเอกลักษณ์ส่วนบุคคล และด้านเอกลักษณ์ของกลุ่ม

2) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล มี 6 แนวทาง คือ การสร้างสิ่งดึงดูดใจ การท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล และการจัดการความปลอดภัยการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล ผลการวิจัย สามารถช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถสร้างประสบการณ์การถวิลหาอดีตให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

คำสำคัญ: การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล, ประสบการณ์การถวิลหาอดีต

* บทความวิจัย คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

** นิสิตปริญญาเอก, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและจิตบริการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก Email: teerapattarad62@nu.ac.th

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก Email: siripend@nu.ac.th

**** อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก Email: ketwadeebu@gmail.com



DEVELOPING FOOTBALL TOURISM DESTINATIONS WITH NOSTALGIC EXPERIENCES*

TEERAPATTARA DEE-AIM**

SIRIPEN DABPHET***

KETWADEE BUDDHABHUMBHITAK****

(Received: August 14, 2024; Revised: December 9, 2024; Accepted: December 16, 2024)

ABSTRACT

The study aimed to study the nostalgic experiences of football tourism and suggest guidelines for creating football tourism destinations based on nostalgic experiences. This qualitative research utilized in-depth interviews to collect the data with 32 informants including executives of the provincial tourism and sports offices, executives of the provincial administrative organizations, executives of football clubs, hotel business operators, restaurant business operators, souvenir shop owners, local residents and football tourists in areas with football teams competing in Thai League 1 and Thai League 2. The data were analyzed by using content analysis. The findings revealed that the nostalgic experience of football tourism comprised 6 aspects: experience, sport team, environment, socialization, personal identity, and group identity. It was suggested that the guidelines for creating football tourism destinations should include 6 key strategies: creating attractions for football tourism, improving accessibility to football tourism destinations, enhancing facilities for football tourism, organizing football tourism activities, creating an immersive football tourism atmosphere, and managing safety in football tourism. The research results can assist those involved in football tourism by offering products and services that effectively create nostalgic experiences tailored to the needs of football tourists.

Keywords: Creating Football Tourism Destinations, Nostalgic experience

* Research article, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok.

** Doctoral student of Tourism and Hospitality Management Program, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok. Email; teerapattara62@nu.ac.th

*** Assistant Professor, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok. Email; siripend@nu.ac.th

****Lecturer, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, Phitsanulok. Email; ketwadeebu@gmail.com

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลกและมีศักยภาพดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ซึ่งในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตเป็นธุรกิจใ่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมากกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ มีความสำคัญต่อการพัฒนาพื้นที่และประโยชน์ในการสร้างรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีการจัดงานกีฬาและมีแนวโน้มของอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาฟุตบอลที่เป็นกีฬาที่มีความโดดเด่นและได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง ซึ่งในประเทศไทยฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดด้วยเช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากการติดตามชมและเชียร์การแข่งขันฟุตบอลในรายการต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จนกลายเป็นกระแสทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่มีกิจกรรมและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล เช่น การเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอล การเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล การเยี่ยมชมสนามกีฬาและพิพิธภัณฑ์ทางกีฬาฟุตบอล เป็นต้น (Gibson, Attle, & Yiannakis, 1998)

ทั้งนี้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นความสำคัญไปที่คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวและมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำผ่านการเข้ากิจกรรมที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยวได้ อาจกล่าวได้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นตัวแทนของการนำเสนอประสบการณ์ ความทรงจำ และอารมณ์ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม เหตุการณ์ และสถานที่ (Noy, 2008) ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในอดีตและความทรงจำมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการรำลึกและย้อนเวลากลับไปหาอดีต ดังที่ เชน เหย และฮวน (Chen, Yeh, & Huan, 2014) กล่าวว่า ความทรงจำที่ดีในอดีตสามารถทำให้บุคคลหวนคิดถึงความทรงจำอันน่าประทับใจและส่งอิทธิพลต่อการโยยหาประสบการณ์ในอดีต มีความปรารถนาที่จะย้อนกลับไปสัมผัสประสบการณ์ เหตุการณ์และสถานที่ในอดีตอีกครั้ง สอดคล้องกับความคิดเห็นของนักวิชาการหลายท่าน (Hung, Lee, & Huang, 2016; Kim, Ritchie, & Tung, 2010; Yeh, Chen, & Liu, 2012) ที่กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทำให้รำลึกถึงอดีตจากการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกและความผูกพันต่อสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น และจะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้กลับมาเยี่ยมชมสถานที่อีกครั้ง

โดยการศึกษาครั้งนี้ได้นำเอาแนวคิดการถวิลหาอดีตมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อหาความรู้ สัมผัสประสบการณ์ใหม่ และสร้างโอกาสทางแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวหรือแฟนกีฬาที่มีความจงรักภักดีต่อทีมกีฬาฟุตบอลได้กลับมาเยือนสนามกีฬาและแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลอีกครั้งเพื่อตอบสนองต่ออารมณ์ถวิลหาประสบการณ์ในอดีตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ด้วยสาเหตุการ

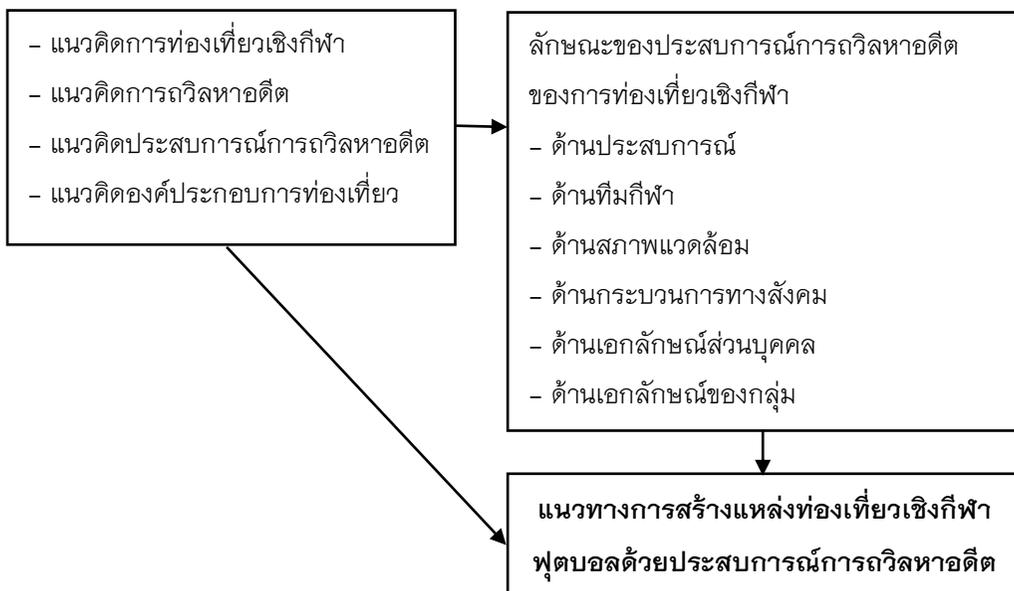
เติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในปัจจุบันจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้สโมสรฟุตบอลและผู้เกี่ยวข้องในกีฬาฟุตบอลต้องตระหนักถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล โดยเพิ่มโอกาสการใช้งานสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเป็นช่องทางเพิ่มรายได้และการประชาสัมพันธ์ที่ดีให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าวิจัยมุ่งศึกษาลักษณะประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบถวิลหาอดีตให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต มีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การถวิลหาอดีตจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Get, 2008; Gibson, 2002) การถวิลหาอดีต (Gibson, 1998) ประสบการณ์การถวิลหาอดีต (Cho, Ramshaw, & Norman, 2014) องค์ประกอบการท่องเที่ยว (Dickman, 1996) โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน โดยเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์การเลือกพื้นที่ศึกษา โดยพิจารณาจากพื้นที่จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ที่มีทีมสโมสรฟุตบอลเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 และไทยลีก 2 ฤดูกาลการแข่งขันปี 2565-2566 จำนวน 2 จังหวัด เป็นพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดชลบุรี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ได้แก่

1.1 หน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล เกณฑ์ในการเลือกเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ คือ ผู้มีบทบาทในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในพื้นที่ทั้งในส่วนของนโยบายและ/หรือส่วนปฏิบัติการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดชลบุรี ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดชลบุรี จำนวน 5 คน

1.2 สถานประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจภาคสินค้าและบริการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดชลบุรี เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวโดยตรงและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าและของที่ระลึก ที่นำเสนอสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล จำนวน 5 คน

1.3 ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 5 ปี และอยู่ในรัศมี 5 กิโลเมตรจากแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อำเภอบางละมุง และอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เนื่องจากจะมีความเข้าใจในลักษณะการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างชัดเจน (Jurowski & Gursoy, 2004) เป็นผู้ที่จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่และเป็นผู้ได้รับผลกระทบกับการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ได้ดีที่สุด (Brunt & Courtney, 1999) จำนวน 5 คน

1.4 สโมสรฟุตบอล ที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดชลบุรี ที่มีทีมสโมสรฟุตบอลเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 และไทยลีก 2 ฤดูกาลการแข่งขันปี 2565-2566 ได้แก่ ผู้บริหาร หรือตัวแทนของสโมสรฟุตบอล ที่มีหน้าที่บริหารงาน ควบคุมดูแลและรับผิดชอบสโมสรฟุตบอล โดยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 5 คน

2) กลุ่มผู้เดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ที่มีอายุมากกว่า 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอย่างน้อย 1 ปี เคยเดินทางเข้ามาชมฟุตบอลและพักค้างคืนในพื้นที่ที่ศึกษา ไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 12 คน

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

การศึกษาคำถามนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก โดยลักษณะคำถามในบทสัมภาษณ์ประกอบไปด้วยคำถามหลักและคำถามย่อยโดยเน้นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลเป็นฝ่ายอธิบายและแสดงความคิดเห็นด้วยความรู้สึกร่วมโดยใช้คำพูดของผู้ให้ข้อมูลเอง (Bobbie, 2011) ประเด็นคำถามที่จะทำการสัมภาษณ์ เป็นคำถามชุดเดียวกัน โดยให้ความสำคัญการใช้คำถามที่ตรงประเด็น มีความกระชับเข้าใจง่าย

ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสัมภาษณ์โดยให้ผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามที่จะดำเนินการสัมภาษณ์ และครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา พิจารณาข้อคำถามรายชื่อ สามารถวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ต้องการจะวัดหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ข้อคำถามที่ได้ค่าความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 – 1.00

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มกราคม 2567 ถึง เดือนมีนาคม 2567 ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล โดยพิจารณาจากสโมสรฟุตบอลที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 และไทยลีก 2 ถูกลงการแข่งขันปี 2565-2566 ของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยได้รับการอนุญาตจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร รหัส IRB No. P2-0303/2565

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลภายหลังจากการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงแก่นสาร (Thematic Analysis) ที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ให้ความสำคัญต่อการระบุแก่นสาร (Theme) โดยมีขั้นตอน ดังนี้ 1) การจัดระเบียบข้อมูล (Preparing and Exploring the Data for Analysis) เป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาถอดข้อความเป็นคำพูดแบบคำต่อคำ และจัดระเบียบข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการนำมาวิเคราะห์ 2) การกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) และจำแนกข้อมูล (คำสัมภาษณ์) และ 4) การนำเสนอข้อมูล (Representing the Data Analysis) การนำเสนอข้อค้นพบโดยการแยกตามหมวดหมู่ของแก่นสาร (Theme)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล พบว่า มีองค์ประกอบของประสบการณ์การถวิลหาอดีตทั้งสิ้น 6 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านประสบการณ์ (Experience) เกี่ยวข้องกับการได้รู้สึกคิดถึงอดีตและประสบการณ์ที่เคยมีในช่วงเวลาหนึ่งที่ได้เข้าไปสัมผัสประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล มักจะเกิดขึ้นเมื่อนึกถึง

ความทรงจำที่มีความหมายหรือมีความสุขในอดีตของกีฬาฟุตบอลผ่านรูป รสชาติ กลิ่น เสียง และบรรยากาศที่คุ้นเคย สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกในปัจจุบันได้ มีส่วนสำคัญในการสร้างความรู้สึกผูกพันและความสุขใจ เช่น คิดถึงกิจกรรมที่เคยทำ คิดถึงบรรยากาศ ความร่าเริง ตื่นเต้นและสนุกสนานในการชมการแข่งขัน ความรู้สึกดีมีความสุขและสนุกสนานทุกครั้งเมื่อไปชมการแข่งขันที่สนามแข่งขัน หรือการดูรูปถ่ายหรือเทปวีดีโอบันทึกภาพทำให้คิดถึงอดีตที่เคยไปสนามฟุตบอลแห่งนั้น นอกจากนี้ประสบการณ์อื่น ๆ นอกสนามแข่งขัน เช่น การได้สัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างของแต่ละพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลทำให้ได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ หรือการได้เดินเที่ยวชมตลาดนัด ซื้ออาหาร เครื่องดื่ม สิ่งของที่นำมาขายรอบ ๆ บริเวณสนามแข่งขัน ประสบการณ์เหล่านี้ได้ตอกย้ำความคิดถึงที่อยากจะย้อนกลับไปหาบรรยากาศเก่า ๆ อีกครั้ง ซึ่งเป็นแรงผลักดันในการแสวงหาการเติมเต็มของชีวิตและประสบการณ์ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการไปชมฟุตบอลที่สนามแข่งขัน

1.2 ด้านทีมกีฬา (Sport team) เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาที่เคยมีความสุขและความผูกพันกับทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบหรือเคยติดตามในอดีต ประสบการณ์นี้มักเป็นแรงบันดาลใจให้แฟนบอลหวนคิดถึงและเชื่อมโยงอารมณ์กับทีมฟุตบอล เช่น การหวนคิดถึงทีมฟุตบอลและนักฟุตบอลที่เคยสร้างผลงานยอดเยี่ยมหรือโค้ชผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงและเคยนำทีมไปสู่ความสำเร็จในอดีต คิดถึงการแข่งขันนัดที่สำคัญของทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ คิดถึงความเป็นเอกลักษณ์ของทีมตั้งแต่อดีต สิ่งเหล่านี้ช่วยดึงดูดใจให้แฟนกีฬาติดตามเชียร์ทีมอยู่เสมอ ดังนั้น ทีมกีฬาจึงมีบทบาทที่สำคัญต่อความผูกพันและเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันกับแฟนกีฬาได้

1.3 ด้านสภาพแวดล้อม (Environment) เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลในอดีต เช่น สนามฟุตบอลมีสถาปัตยกรรมและการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ คิดถึงเสียงเพลงที่เปิดให้ผู้ชมฟังในสนามแข่งขันฟุตบอล คิดถึงอาหารและเครื่องดื่มที่เคยรับประทานในระหว่างเข้าชมการแข่งขันฟุตบอล นอกจากนี้การระลึกถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เคยสัมผัสจากอดีตสู่ปัจจุบัน เช่น การปรับปรุงสนามกีฬา การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่รอบสนาม หรือการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากอดีต ซึ่งการจัดสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ให้สวยงามและบรรยากาศให้มีความน่าสนใจ ช่วยดึงดูดใจให้แฟนบอลมีพฤติกรรมความตั้งใจเดินทางเข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแข่งขันอีกครั้งนั้น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้แฟนบอลหวนคิดถึงบรรยากาศและสภาพแวดล้อมเก่า ๆ ได้

1.4 ด้านกระบวนการทางสังคม (Socialization) เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ความทรงจำในการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันกับแฟนบอลคนอื่น ๆ เช่น ได้พบเพื่อนใหม่ ๆ ได้สร้างมิตรภาพกับแฟนบอลคนอื่น ๆ ได้แสดงออกทางอารมณ์การร่วมเชียร์กับแฟนบอลคนอื่น ๆ ขณะชมเกมการแข่งขัน ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพูดคุยเรื่องราวเกี่ยวกับฟุตบอล มีความทรงจำที่ตีร่วมกันในขณะที่ชมเกมการแข่งขัน ดังนั้น กิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนบอลจึงเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้แฟนบอลได้มาพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกัน เปรียบเหมือนการสื่อสารที่สานสัมพันธ์กลุ่มคนในสังคมโดยมีกีฬาฟุตบอลเป็นสื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการมีรสนิยมร่วม โดยที่สมาชิกมีความสัมพันธ์ที่

แบบแน่นอนภายในกลุ่มแฟนบอล มีค่านิยม ความเชื่อ และลักษณะเฉพาะร่วมกัน เป็นการสื่อความหมายให้สังคมให้รับรู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มแฟนบอลที่มีปฏิบัติการทางสังคมเหมือนกับแฟนบอลอื่น ๆ

1.5 ด้านเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal identity) เกี่ยวข้องกับความปรารถนาที่ต้องการแสดงออกและยืนยันความเป็นตัวตนในฐานะแฟนบอล ทำให้นึกถึงประสบการณ์ในอดีตจากเข้าร่วมชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแข่งขัน เช่น ความภูมิใจที่เป็นแฟนคลับของนักฟุตบอลและทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ การได้มีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่สนามแข่งขัน การได้เป็นส่วนหนึ่งในวันที่เป็นแมตช์สำคัญซึ่งจะตามผลการแข่งขันในอดีตที่ รวมถึงการได้ใส่เสื้อทีมฟุตบอลในแบบเก่า ๆ ทำให้นึกถึงช่วงเวลาที่สำคัญของแฟนบอลกับทีมฟุตบอลชื่นชอบ ดังนั้นการมีส่วนร่วมในการกิจกรรมและการเข้าชมส่งผลต่อการสร้างตัวตนของแฟนบอล โดยแต่ละบุคคลต้องการระบุถึงตัวตนที่แท้จริงของตนเองว่ามีบทบาทในฐานะแฟนบอลหรือมีส่วนร่วมในการเชียร์ที่สนามกีฬาฟุตบอล ประสบการณ์เหล่านี้สามารถเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคลและช่วยให้เกิดความรู้สึกถวิลหาอดีต

1.6 ด้านเอกลักษณ์ของกลุ่ม (Group identity) เกี่ยวข้องกับความทรงจำที่แฟนบอลแต่ละคนมีอยู่ทั้งความทรงจำส่วนตัวและส่วนรวมที่สะท้อนถึงตัวตนของแต่ละบุคคลที่ได้เป็นส่วนหนึ่งกลุ่มแฟนบอลและการได้แสดงออกเพื่อได้รับการยอมรับในฐานะเป็นสมาชิกของกลุ่มแฟนบอล ซึ่งถือได้ว่าเป็นความผูกพันทางอารมณ์กับสมาชิกกลุ่มแฟนบอลด้วยความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน เช่น การรวมกลุ่มกับเพื่อนพากันไปเชียร์ฟุตบอล การสวมใส่เสื้อฟุตบอลทีมสโมสรเดียวกัน การรวมตัวกันไปสังสรรค์ตามบาร์หรือร้านอาหารก่อนและหลังการแข่งขัน แสดงออกการเชียร์ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากกลุ่มอื่นที่สนามแข่งขัน ได้เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มแฟนบอลที่จัดขึ้นในวันที่มีการแข่งขันหรือนอกวันแข่งขัน นอกจากนี้การร่วมตัวทำกิจกรรมของกลุ่มแฟนบอล การสนับสนุนและการแสดงออกของกลุ่มแฟนบอลที่สืบสานวัฒนธรรมการเชียร์ของกลุ่มแฟนบอลยังเป็นแสดงถึงการสร้างความสัมพันธ์และความสามัคคีกันในกลุ่มแฟนบอลที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ และการแลกเปลี่ยนและการเรียนรู้ซึ่งกันและกันในกลุ่มแฟนบอล สิ่งเหล่านี้จึงเป็นความทรงจำที่ลึกซึ้งและความผูกพันที่มีคุณค่าในฐานะได้เป็นส่วนหนึ่งกลุ่มแฟนบอลที่สนับสนุนทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ

2. ผลการศึกษาแนวทางการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต มีองค์ประกอบ 6 แนวทาง ดังนี้

2.1 การสร้างสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล (Attraction) สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลได้ ดังนั้นการสร้างสิ่งดึงดูดใจที่สะท้อนถึงอดีตของทีมฟุตบอล สามารถพิจารณาได้ ดังนี้ 1) การจัดพื้นที่แสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์ทางกีฬาฟุตบอล ที่รวบรวมเรื่องราวของทีมฟุตบอลและนักฟุตบอลในอดีต เช่น เสื้อและชุดแข่งในอดีต อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล ถ้วยรางวัล เหรียญรางวัล รูปภาพนักฟุตบอลในตำนานและรูปภาพการแข่งขันสำคัญ เป็นต้น 2) การจัดทัวร์สนามฟุตบอลโดยจัดกิจกรรมเยี่ยมชมสนามกีฬาที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และเหตุการณ์สำคัญในสนาม

ฟุตบอล เช่น การแข่งขันที่เป็นตำนาน หรือการเปลี่ยนแปลงของสนามในยุคต่าง ๆ การเยี่ยมชมห้องแต่งตัวนักกีฬา ห้องแถลงข่าว ห้องเกียรติประวัติของสโมสรและพื้นที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับทีมฟุตบอลในอดีต เป็นต้น และ 3) การสร้างจุดเช็คอินและจุดถ่ายภาพเชิงย้อนยุคของทีมฟุตบอล สร้างพื้นที่ที่สะท้อนความทรงจำในอดีต เช่น จัดมุมถ่ายภาพที่จำลองเหตุการณ์สำคัญ หรือสร้างโซนที่เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2.2 ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพ (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการวางแผนการเดินทางและในการเพิ่มประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวและการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและเพลิดเพลินกับกิจกรรมและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลในสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายและเหมาะสมตามความต้องการและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ในแต่ละที่ เช่น ความพร้อมของการบริการรถโดยสารสาธารณะและรถรับจ้าง ระยะทางระหว่างที่ตั้งสนามฟุตบอลกับตัวเมืองและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้สะดวกสบาย เป็นต้น นอกจากนี้การจัดทำแอปพลิเคชันแนะนำเส้นทางและข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ทีมฟุตบอลและแหล่งท่องเที่ยวผ่านแอปพลิเคชัน รวมถึงการให้ข้อมูลที่ชัดเจน เช่น ติดตั้งป้ายบอกทางและแผนที่ รวมถึงให้ข้อมูลหลายภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เป็นต้น

2.3 การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพ (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพต้องออกแบบสถานที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด เพื่อให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นและน่าประทับใจ ดังนั้นการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนประสบการณ์การดูกีฬาที่ดี สามารถพิจารณาได้ ดังนี้ 1) มีร้านค้าที่ระลึกจำหน่ายของสะสมและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีมและนักเตะในอดีต เช่น เสื้อทีมฟุตบอลและชุดแข่งที่คลาสสิกในอดีต ผ้าพันคอ ของสะสมรุ่นลิมิเต็ด ภาพโปสเตอร์จากการแข่งขันครั้งสำคัญและนักฟุตบอลในตำนาน 2) มีร้านอาหารและคาเฟ่หรือบาร์ในธีมที่สะท้อนวัฒนธรรมฟุตบอลในอดีต นำเสนอเมนูอาหารที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอดีต เมนูยอดฮิตที่สนามแข่งขันในอดีต อาจมีการใช้ชื่อทีมฟุตบอลและนักฟุตบอลในการตั้งชื่อเมนูอาหาร หรืออาหารที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น 3) การจัดโซนพื้นที่พักผ่อนในธีมที่สะท้อนอดีต โดยมีการออกแบบพื้นที่พักผ่อนที่ตกแต่งในบรรยากาศของยุคที่นักท่องเที่ยวรู้สึกผูกพันกับสถานที่และทีมฟุตบอลในอดีต

2.4 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพ (Activities) ต้องเป็นการจัดกิจกรรมที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพและกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและแฟนกีฬาฟุตบอลได้ทำกิจกรรมร่วมกันในระหว่างที่เข้ามาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวกีฬามืออาชีพ ดังนั้นการสร้างกิจกรรมที่สะท้อนความทรงจำในอดีต สามารถพิจารณาได้ ดังนี้ 1) การจัดกิจกรรมแฟนโซน จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลองสัมผัส เช่น การถ่ายภาพคู่กับถ้วยรางวัล การสวมใส่เสื้อทีมฟุตบอลในยุคเก่า การถ่ายภาพกับนักฟุตบอลในตำนาน หรือการฝึกซ้อมเสมือนจริงกับนักฟุตบอล การแจกของรางวัล มีเกมโชว์ต่าง ๆ และการแสดงดนตรี กิจกรรม Meet & Greet สัมผัสกับนักกีฬาฟุตบอลที่

ชื่นชอบ เป็นต้น 2) การจัดการแข่งขันฟุตบอลในทีมย้อนยุค โดยจัดการแข่งขันกระชับมิตรระหว่างทีมฟุตบอลในอดีตหรืออดีตนักฟุตบอล เพื่อสร้างความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์กับแฟนบอลยุคปัจจุบัน โดยใช้ธีมของยุคสมัยในอดีต เช่น การใส่ชุดแข่งแบบดั้งเดิมหรือแบบคลาสสิก ที่ทำให้นักถึงบรรยากาศเก่า ๆ ของการแข่งขันฟุตบอล เป็นต้น

2.5 การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล (Atmosphere) ปัจจัยบรรยากาศเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลต้องการมาชมเกมการแข่งขันที่สนามกีฬาฟุตบอล ดังนั้นการสร้างบรรยากาศที่สะท้อนการเชื่อมโยงกับอดีต สามารถพิจารณาได้ ดังนี้ 1) การตกแต่งและแสดงสัญลักษณ์ในยุคอดีต เช่น การนำธงที่เป็นเอกลักษณ์ของทีมฟุตบอล การจัดแสง สี เสียงในสนามให้สะท้อนความทรงจำ โลโก้และตราสโมสรฟุตบอลหรือภาพถ่ายเก่า ๆ ของทีมฟุตบอลในอดีตมาใช้ในการตกแต่งสถานที่บริเวณรอบ ๆ สนามฟุตบอลเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดใจ เป็นต้น 2) การใช้เสียงและเพลงที่เชื่อมโยงกับอดีต เช่น การเปิดเพลงเชียร์ประจำทีมฟุตบอล หรือเสียงเชียร์จากการแข่งขันในอดีตเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมของแฟนบอล เป็นต้น

2.6 การจัดการความปลอดภัยการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล (Safety) โดยแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลต้องคำนึงถึงการดูแลรักษาความปลอดภัย และสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลที่เดินทางท่องเที่ยว การจัดการด้านสุขอนามัยอย่างทั่วถึง รวมถึงควบคุมดูแลด้านการจราจรในพื้นที่ โดยเฉพาะในระหว่างทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันจำเป็นต้องดูแลความสงบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอลเพื่อขจัดปัญหาด้านความปลอดภัยและความรุนแรงที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้นการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยและความสงบเรียบร้อยบริเวณสนามกีฬาฟุตบอล การเอาใจใส่ดูแลผู้ชมฟุตบอลที่สนามกีฬาฟุตบอลอย่างทั่วถึงจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลศึกษาสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล พบว่า ลักษณะประสบการณ์การถวิลหาอดีตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านประสบการณ์ เช่น การหวนคิดถึงกิจกรรมที่เคยทำ ความประทับใจที่ไม่อาจลืมเลือน คิดถึงบรรยากาศความเร้าใจ ตื่นเต้นและสนุกสนานในการชมการแข่งขัน การดูรูปถ่ายหรือเทปวิดีโอบันทึกภาพช่วงเวลาในอดีต ประสบการณ์การไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ บริเวณใกล้เคียง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากย้อนกลับไปหาประสบการณ์ในอดีต ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจและเคยสัมผัสจะช่วยสร้างความทรงจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หริปริยะ (Haripriya, 2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีความรู้สึกนึกถึงประสบการณ์และความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอดีตจากการเคยเข้าร่วมกิจกรรมและการชมกีฬา รวมถึงความ

ประทับใจที่เคยเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านทีมกีฬา การคิดถึงทีมฟุตบอล นักฟุตบอล โค้ชผู้ฝึกสอนที่เคยสร้างผลงานยอดเยี่ยมและเคยนำทีมไปสู่ความสำเร็จในอดีต การแข่งขันนัดที่สำคัญต่อทีมกีฬาที่ชื่นชอบ อาจถือได้ว่าการถวิลหาทีมกีฬามีความสำคัญในการสร้างความผูกพันต่อทีมกีฬาที่ชื่นชอบและคอยติดตามเชียร์อยู่เสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ โรบินสัน และเทรล (Robinson & Trail, 2005) ที่สำรวจความผูกพันของผู้ชมกีฬาที่มีต่อทีมกีฬา พบว่า การมีความผูกพันกับทีมกีฬาใดทีมหนึ่ง หรืออาจจะไม่ผูกพันกับทีมกีฬาใดทีมหนึ่ง แต่อาจมีความผูกพันกับบุคคลที่สำคัญบางคน เช่น ความผูกพันต่อโค้ช ผู้ฝึกสอนหรือนักกีฬาบางคน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางกีฬาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มการถวิลหาอดีตในทีมกีฬา 3) ด้านสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมของสนามกีฬาฟุตบอลมีผลต่อการกลับใจชมการแข่งขันที่สนามเป็นอย่างมาก เช่น ความสวยงามและการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์ ระบบแสง สี เสียงและบรรยากาศภายในสนาม ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า แฟนกีฬาฟุตบอลบางคนมีความผูกพันต่อบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสนามกีฬาฟุตบอลในอดีต เมื่อกาลเวลาผ่านไปมีการปรับปรุงสนามกีฬาและพื้นที่บริเวณรอบสนามที่แตกต่างจากอดีต อาจทำให้แฟนกีฬาบางคนนึกถึงสภาพแวดล้อมและบรรยากาศเก่า ๆ ขึ้นมาได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ อาลัมดารี และอับดี (Alamdari & Abdi, 2019) ได้กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่น่าดึงดูดในสนามกีฬาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสนับสนุนการถวิลหากีฬาได้ สภาพแวดล้อมของกีฬามีบรรยากาศที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งผู้คนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและประเพณี และเป็นประสบการณ์ทางสังคมโดยเฉพาะที่บุคคลต่าง ๆ มีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และสร้างความทรงจำที่ดี ดังนั้นด้านสิ่งแวดล้อมจึงมีบทบาทสำคัญในพฤติกรรมในอนาคตของแฟนกีฬา ถึงแม้ว่าการถวิลหาอดีตด้านสิ่งแวดล้อมจะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬากลับมาชมกีฬาที่สนามอีกครั้งหรือไม่ก็ตาม 4) ด้านกระบวนการทางสังคม การเรียนรู้ การสร้างมิตรภาพจากการพบเพื่อนใหม่ การเข้าร่วมทำกิจกรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับแฟนบอลคนอื่น ๆ เป็นปัจจัยที่เกิดการถวิลหาความเป็นตัวตนในสังคม ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า ความคุ้นเคยจากการเข้าร่วมทำกิจกรรมทางสังคมของแฟนบอลในอดีต มีส่วนสำคัญต่อความรู้สึกโหยหาประสบการณ์นั้นอีกครั้ง สอดคล้องกับสอดคล้องกับการศึกษาของ แฟร์รี่ (Fairley, 2003) ที่ได้ศึกษาประสบการณ์ในการเดินทางด้วยรถบัสโดยสารไปชมการแข่งขันกีฬาที่เมืองอื่น ๆ ของกลุ่มแฟนฟุตบอลที่ถือตัวชมเกมฟุตบอลแบบรายปีในลีกออสเตรเลีย พบว่า บรรทัดฐานอย่างหนึ่งของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมสามารถพัฒนาความสัมพันธ์สนมร่วมกันในหมู่คณะ ที่แสดงออกถึงประสบการณ์การทำงานร่วมกันของกลุ่มแฟนบอล ความทรงจำที่ปลูกฝังอยู่ในบรรทัดฐานระหว่างประสบการณ์ของกลุ่มนั้นทำหน้าที่ส่งต่อเรื่องราวและถ่ายทอดประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจสำหรับเข้าร่วมการเดินทางในครั้งต่อไป 5) ด้านเอกลักษณ์ส่วนบุคคล เป็นการแสดงตัวตนของการเป็นแฟนบอลที่มีความภักดีต่อทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบในอดีตให้สังคมได้รับรู้ ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า ความภูมิใจของการเป็นแฟนบอลหรือการได้สวมเสื้อทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ เพื่อแสดงตัวตนว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนบอลที่สนับสนุนและเป็นส่วนหนึ่งของทีมกีฬานั้น สิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความทรงจำที่ลึกซึ้งและคิดถึงอดีตที่ผ่านมาของการเป็นแฟนบอล สอดคล้องกับงานวิจัยของ โช และคณะ (Cho et al., 2014) ที่พบว่า แฟนบอลจะมี

ความรู้สึกถวิลหาอดีต จะต้องมีสาเหตุมาจากความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุเป้าหมาย ความปรารถนาที่จะยืนยันตัวตนในฐานะแฟนคลับ การเห็นคุณค่าของตนเอง และความภาคภูมิใจในการเป็นแฟนคลับของนักกีฬาและทีมกีฬาที่ชื่นชอบ ด้านเอกลักษณ์ของกลุ่ม เป็นความทรงจำที่แต่ละบุคคลมีอยู่ มีทั้งความทรงจำส่วนตัวและส่วนรวมที่สะท้อนตัวตนของบุคคลที่มีและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคมใดกลุ่มหนึ่ง เช่น การรวมพลังและแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มแฟนบอล การสร้างเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการเชียร์ การสร้างความสัมพันธ์และความสามัคคีกันในกลุ่มแฟนบอล สอดคล้องกับการศึกษาของ อาจันต์ ทองอยู่คง (Thongyuekung, A., 2012) ที่กล่าวไว้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนบอลเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้แฟนบอลได้มาพบปะสังสรรค์และทำกิจกรรมร่วมกัน เปรียบเหมือนการสื่อสารที่สานสัมพันธ์กลุ่มคนในสังคมโดยมีกีฬาฟุตบอลเป็นสื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการมีรสนิยมร่วม ที่สมาชิกมีความสัมพันธ์ที่แนบแน่นภายในกลุ่มแฟนบอล มีค่านิยม ความเชื่อ และลักษณะเฉพาะร่วมกัน เป็นการสื่อความหมายให้สังคมได้รับรู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มแฟนบอลที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเหมือนกับกลุ่มแฟนบอลอื่น ๆ ดังนั้นสิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความทรงจำที่ลึกซึ้งและเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการถวิลหาอดีต

2. จากผลการศึกษาแนวทางการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีต ประกอบด้วย 6 แนวทาง 1) การสร้างสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การสร้างสิ่งดึงดูดใจที่สะท้อนถึงอดีตของทีมฟุตบอล อาทิ การจัดพื้นที่แสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์ทางกีฬาฟุตบอล การจัดทัวร์สนามฟุตบอล การสร้างจุดเช็คอินและจุดถ่ายภาพที่สะท้อนความทรงจำในอดีต จุดประสงค์เพื่อในการสร้างสรรค์ความรู้ ถ่ายทอดความเป็นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของกีฬาฟุตบอลและความเพลิดเพลิน ให้กับผู้เยี่ยมชมและนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ หยาง (Yang, 2018) ที่กล่าวไว้ว่า พิพิธภัณฑ์กีฬาฟุตบอลเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อนำเสนอประวัติศาสตร์และวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอล ส่วนใหญ่จะจัดแสดงวัตถุที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอล อาทิเช่น ตู้โชว์ถ้วยรางวัล เหรียญรางวัล รองเท้าฟุตบอล ลูกบอล ชุดกีฬาฟุตบอล อุปกรณ์กีฬาฟุตบอล และนอกจากนี้ข้อมูลทางการเกี่ยวกับนักกีฬา ทีมกีฬา การแข่งขัน สถิติต่าง ๆ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลก็ถูกนำมาแสดงด้วยเช่นกัน 2) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล มีความสำคัญต่อการวางแผนการเดินทางและเพิ่มประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและเพลิดเพลินกับกิจกรรมและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลในสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายและเหมาะสมตามความต้องการและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการตลาดทางการกีฬา ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มที่จะรับรู้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบาย สอดคล้องกับการศึกษาของ ชองก์ และเชลลาดูไร (Shonk & Chelladurai, 2008) พบว่า การเข้าถึงพื้นที่จัดงานกีฬาให้มีความราบรื่น และการเข้าถึงจุดบริการเกี่ยวข้องกับวิธีการที่

นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงพื้นที่การจัดงานกีฬา เช่น จุดเชื่อมต่อไปยังพื้นที่จัดงาน ทางด่วน และ สถานีขนส่งสาธารณะ 3) การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล การจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล เป็นส่วนช่วยเสริมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายในการมาท่องเที่ยว การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนประสบการณ์การช้อปปิ้ง อาทิ มีร้านค้าที่ระลึกจำหน่ายของสะสมและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทีมและนักเตะในอดีต เช่น เสื้อทีมฟุตบอลและชุดแข่งที่คลาสสิกในอดีต ผ้าพันคอ ของสะสม ภาพโปสเตอร์จากการแข่งขันครั้งสำคัญและนักฟุตบอลในตำนาน มีร้านอาหารและคาเฟ่หรือบาร์ในธีมที่สะท้อนวัฒนธรรมฟุตบอลในอดีต การนำเสนอเมนูอาหารที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอดีต เมนูอดีตที่สนามแข่งขันในอดีต อาจมีการใช้ชื่อทีมฟุตบอลและนักฟุตบอลในการตั้งชื่อเมนูอาหาร หรืออาหารที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่น การจัดโซนพื้นที่พักผ่อนในธีมที่สะท้อนอดีต โดยมีการออกแบบพื้นที่พักผ่อนที่ ตกแต่งในบรรยากาศของยุคที่นักท่องเที่ยวรู้สึกผูกพันกับสถานที่และทีมฟุตบอลในอดีต ที่เป็นเช่นนั้น เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นทางเลือกหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกีฬา และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งเนื่องด้วยมีความพร้อมในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ เซน และฟังก์ (Chen & Funk, 2010) ที่กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงจุดบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความต้องการได้รับการตอบสนองไปพร้อมกันกับการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 4) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กีฬาฟุตบอล การมีส่วนร่วมกิจกรรมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูดใจให้แฟนบอลและ นักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่า มีส่วนร่วมกับทีมฟุตบอลและสถานที่จัดการแข่งขันมากขึ้น การสร้างกิจกรรมที่ สะท้อนความทรงจำในอดีต อาทิ การจัดกิจกรรมแฟนโซน จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ ลองสัมผัส เช่น การถ่ายภาพคู่กับถ้วยรางวัล การสวมใส่เสื้อทีมฟุตบอลในยุคเก่า การถ่ายภาพกับนัก ฟุตบอลในตำนาน การแจกของขวัญรางวัล มีเกมโชว์ต่าง ๆ และการแสดงดนตรี กิจกรรม Meet & Greet สัมผัสกับนักกีฬาฟุตบอลที่ชื่นชอบ การจัดการแข่งขันฟุตบอลในธีมย้อนยุคโดยจัดการแข่งขันกระชับมิตร ระหว่างทีมฟุตบอลในอดีตหรืออดีตนักฟุตบอล เพื่อสร้างความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์กับแฟนบอล ยุคปัจจุบันโดยใช้ธีมของยุคสมัยในอดีต เช่น การใส่ชุดแข่งแบบดั้งเดิมหรือแบบคลาสสิก ที่ทำให้นึกถึง บรรยากาศเก่า ๆ ของการแข่งขันฟุตบอล เป็นต้น ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่า การออกแบบและการ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมีความแปลกใหม่ที่มีความน่าสนใจ ในการมอบประสบการณ์ที่ สนุกสนาน ตื่นเต้น และน่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ คิริเพ็ญ ดาบเพชร (Dabphet, 2018) ได้กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายที่สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่ อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก 5) การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล บรรยากาศ ของแหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและมีส่วนเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว การสร้างบรรยากาศที่สะท้อนการเชื่อมโยงกับอดีต อาทิ การตกแต่งและแสดงสัญลักษณ์ใน ยุคอดีต เช่น การนำธงที่เป็นเอกลักษณ์ของทีมฟุตบอล การจัดแสง สี เสียงในสนามให้สะท้อนความทรง

จำ โลโก้และตราสโมสรฟุตบอลหรือภาพถ่ายเก่า ๆ ของทีมฟุตบอลในอดีตมาใช้ในการตกแต่งสถานที่บริเวณรอบ ๆ สนามฟุตบอลเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดึงดูดใจ การใช้เสียงและเพลงที่เชื่อมโยงกับอดีต เช่น การเปิดเพลงเชียร์ประจำทีมฟุตบอล หรือเสียงเชียร์จากการแข่งขันในอดีตเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมของแฟนบอล เป็นต้น ที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจากสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดใจ และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ ซึจิ และคณะ (Tsuji et al., 2007) ที่พบว่า ผู้จัดงานกีฬาควรพิจารณาถึงปัจจัยที่สร้างบรรยากาศที่ดีของงานกีฬาที่เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ไม่เพียงแต่ภาพลักษณ์ของงานกีฬานั้น แต่ยังรวมถึงสถานที่ในการจัดงานกีฬาด้วย 6) การจัดการความปลอดภัยการท่องเที่ยวกีฬาฟุตบอล การจัดเตรียมความพร้อมและดำเนินการเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการแข่งขันฟุตบอลหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ความเชื่อมั่นว่านักท่องเที่ยวและผู้เข้าชมได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและเพลิดเพลิน ที่เป็นเช่นนั้นเพราะว่าปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวโดยส่วนมาก ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อรูปแบบความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจุดหมายปลายทางที่ไม่ปลอดภัยจะมีปัญหาในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของ กีบสัน และคณะ (Gibson et al., 2008) ที่พบว่า ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยเป็นหลัก ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและมีผลต่อการการเดินทางไปร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬา และการชมกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนปี 2008 ณ นครปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สโมสรฟุตบอล โรงแรม และที่พัก ร้านอาหาร และผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว นำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในเป็นแนวทางออกแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวและลักษณะของประสบการณ์การถวิลหาอดีตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกีฬา ที่สอดคล้องต่อความต้องการและประสบการณ์ที่จะได้รับ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วยประสบการณ์การถวิลหาอดีตเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกีฬาชนิดอื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไปที่สามารถนำเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

2) การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม



References

- Alamdari, N. N., & Abdi, K. (2019). The impact of physical activity in the control of abnormal behaviours of Iranian students. *Atena Journal of Sports Sciences*, 1(5), 1–11.
- Babbie, E. R. (2011). Introduction to social research (5th ed.). Wadsworth Cengage learning Belmont, Calif.
- Brunt, P., & Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 493–515.
- Chen, N., & Funk, D. C. (2010). Exploring Destination Image, Experience and Revisit Intention: A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions. *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239–259.
- Chen, H.-B., Yeh, S.-S., & Huan, T.-C. (2014). Nostalgic emotion, experiential value, brand image, and consumption intentions of customers of nostalgic-themed restaurants. *Journal of Business Research*, 67(3), 354–360.
- Cho, H., Ramshaw, G., & Norman, W. C. (2014). A conceptual model for nostalgia in the context of sport tourism: re-classifying the sporting past. *Journal of Sport & Tourism*, 19(2), 145–167.
- Dabphet, S. (2018). Tourism Attributes and Communication Channels of Tourism Image for Future Tourists: The Case of Phitsanulok. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 11(1), 79–98.
- Dickman, S. (1996). *Tourism : an introductory text (2nd ed.)*. Hodder Education Sydney.
- Fairley, S. (2003). In Search of Relived Social Experience: Group-Based Nostalgia Sport Tourism. *Journal of Sport Management*, 17, 284–304.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76.
- Gibson H. J. (2002), Sport Tourism at a Crossroad? Considerations for the future, in Gammon S., Kurtzman J. (a cura di), *Sport Tourism: principles and practice*. Eastbourne: Leisure Studies Association, 76, 111–128.
- Gibson, H. J., Attle, S. P., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the active sport tourist market: A life-span perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 52–64.

- Gibson, H. J., Qi, C. X., & Zhang, J. J. (2008). Destination Image and Intent to Visit China and the 2008 Beijing Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 22(4), 427–450.
- Haripriya, S. (2020). Memory, Ethnography and the Method of Memory. *Sociological Bulletin*, 69(2), 1–16.
- Hung, W.–L., Lee, Y.–J., & Huang, P.–H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31, 296–312.
- Kim, J.–H., Ritchie, J., & Tung, V. (2010). The Effect of Memorable Experience on Behavioral Intentions in Tourism: A Structural Equation Modeling Approach. *Tourism Analysis*, 15, 637–648.
- Noy, C. (2008). The Poetics of Tourist Experience: An Autoethnography of a Family Trip to Eilat. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 5, 141–157.
- Robinson, M. J., & Trail, G. T. (2005). Relationships among Spectator Gender, Motives, Points of Attachment, and Sport Preference. *Journal of Sport Management*, 19(1), 58–80.
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of sport management*, 22(5), 587–602.
- Thongyuukong, A. (2012). *Fans: cultural practices of Thailand's domestic football club fans*. Bangkok: Faculty of Sociology and Anthropology Thammasat University.
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer satisfaction with an action sports event. *Sport Marketing Quarterly*, 16, 199–208.
- Yang, J. (2018). Football Museums: History, Identity, and Connection. *The International Journal of the History of Sport*, 1–11.
- Yeh, S.–S., Chen, C., & Liu, Y.–C. (2012). Nostalgic Emotion, Experiential Value, Destination Image, and Place Attachment of Cultural Tourists. In J. S. Chen (Ed.), *Advances in Hospitality and Leisure* (Vol. 8, pp. 167–187). Emerald Group Publishing Limited.