

นโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

The Soccer Tourism Policy of Thailand

พงษ์นรินทร์ ว่องวิทย์¹ เพ็ญศรี ฉิรินัง² อรุณ รักธรรม² และสมพร เพื่องจันทร์²

Pongnarin Wongvit, Pensri Chirinang, Arun Raktam and Somporn Fuangchan

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

² หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: pongnarinwongvit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินผลนโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาของประเทศไทย (2) จำแนกพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก (3) ประเมินความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้นแบบ และ (4) เสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าโคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าส่วนราชการด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวภาคเอกชน จำนวน 8 คน และวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย

ผลการวิจัย พบว่า (1) นโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาของประเทศไทยขาดความชัดเจน และขาดการบูรณาการเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ (2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก ส่วนใหญ่เคยเข้าชมการแข่งขัน 1 - 5 ครั้งต่อฤดูกาล เดินทางโดยรถส่วนตัว ใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล และใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การบริการที่ดีและคุณภาพของที่พัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (3) ความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้นแบบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ (4) แนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล ควรมุ่งเน้นด้านประชาสัมพันธ์โดยใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และสื่อดิจิทัล

คำสำคัญ: นโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬา การท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

Abstract

The purposes of this study were (1) to assess the sports tourism policy of Thailand, (2) to classify behaviors and needs of the visiting tourists at Thai League soccer matches, (3) to evaluate the readiness of Thailand in accommodating soccer tourism using Buriram Province as a model, and (4) to offer developmental guidelines for soccer tourism policy in Thailand.

This study utilized mixed methods. The quantitative data were collected with questionnaires from 400 tourists who have traveled to Buriram to spectate Thai League soccer matches. Statistical software was employed to analyze the data using frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square, and Pearson's product-moment correlation coefficient. The qualitative data were collected using in-depth interviews with eight informants comprising public administrators in tourism and sports and private employees in tourism. The obtained data were analyzed using an inductive analysis.

The results revealed that (1) the sports tourism policy of Thailand lacked clarity and a necessary integration to generate national revenues, (2) the behaviors of most tourists who visited the matches were having 1-5 matches visited per season, traveling with private vehicles, renting hotels, resorts, and bungalows as accommodation, and spending at least 3,000 baht per trip, whereas the highest-rated need was satisfactory services and quality accommodation ($\bar{x}=3.61$), (3) the readiness of Thailand in accommodating soccer tourism using the Buriram model was high ($\bar{x}=3.10$), and (4) the developmental guidelines for soccer tourism policy in Thailand emphasized public relations through technological innovations and digital media.

Keywords: Sports tourism policy, soccer tourism, tourist behaviors and needs

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบัน รัฐบาลจึงได้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา แต่นโยบายที่ถือเป็นจุดเด่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน มีการตื่นตัวที่จะพัฒนางานการกีฬาและวงการท่องเที่ยว ให้สามารถดำเนินไปด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

โดยกีฬาฟุตบอลถือเป็นหนึ่งในประเภทกีฬาที่ควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากได้รับความสนใจ เป็นที่รู้จักและชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่เป็นแฟนกีฬาฟุตบอล ซึ่งมีการติดตามผลการแข่งขันฟุตบอลของทีมที่ตนเองชื่นชอบจากการแข่งขันฟุตบอลลีก ที่มีการแข่งขันในแต่ละสัปดาห์กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ทำให้แฟนกีฬาฟุตบอลบางรายเดินทางเพื่อไปรับชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแข่งขัน ทำให้เกิดผลดีต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่นเดียวกันกับที่ส่งผลดีต่อการพัฒนาศักยภาพด้านกีฬา ซึ่งในการจัดการแข่งขันครั้งหนึ่ง ๆ นั้น จะมีผู้เข้าชมการแข่งขันหลายพันหรือเป็นหมื่นคน ทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการแข่งขัน โรงแรมร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีการจัดแข่งขันได้รับผลประโยชน์ไปด้วย ทำให้สามารถเรียกได้ว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีผล “ตัวคูณ (Multiplier Effect)” ที่สูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่เมื่อมองถึงรูปแบบการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งทางด้านคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค ด้านที่พักต่าง ๆ ของแต่ละจังหวัดที่มีสโมสรฟุตบอลยังไม่มี ความชัดเจน และเป็นรูปธรรม หากภาครัฐมีการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะทำให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว และยังสามารถบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ให้เข้ากับพื้นที่ในแต่ละจังหวัด เพื่อจะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในกีฬาหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยว โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยช่วงหน้าเทศกาล หรือฤดูกาลท่องเที่ยว และอาจเป็นส่วนสำคัญในบทบาทเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะข้างหน้าต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินผลนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
2. เพื่อจำแนกความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก
3. เพื่อประเมินความพร้อมของประเทศไทย ในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้นแบบ
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

ความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก มีความสัมพันธ์กับศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับสูง

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษานโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก ศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย ในการรองรับการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอล และแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เข้ามาชมฟุตบอลไทยลีกของจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และกลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 8 ท่าน วิเคราะห์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่การศึกษา สำหรับการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของอุปสงค์นักท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย
4. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการวิจัยในช่วงเดือนตุลาคม 2561

การดำเนินการวิจัย เรื่อง นโยบายการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 ระยะดังนี้

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 1 : ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) และได้นำไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ที่เข้าชมการแข่งขันลีกกีฬาอาชีพของประเทศไทย แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) ซึ่งแบบสอบถามวิจัยชุดนี้มีเท่ากับ 0.967 แสดงว่าแบบสอบถามวิจัยชุดนี้มีความเชื่อมั่นสูงจึงดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป

โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีกจะทำการแจกแจงความถี่ และการหาร้อยละนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก และศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ การทดสอบสถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพความพร้อมของจังหวัดบุรีรัมย์ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพความพร้อมของจังหวัดบุรีรัมย์ กับความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมฟุตบอล

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 2 : การศึกษาศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวด้านกีฬาฟุตบอลของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยจะเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงวิชาการเพื่อนำไปวิเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

การดำเนินการวิจัยระยะที่ 3 : การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย โดยการนำข้อมูลแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลให้ผู้เชี่ยวชาญได้วิเคราะห์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงตามประเด็นการสัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 8 คน ซึ่งมีการนำเสนอร่างเครื่องมือการวิจัยเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้ (face Validity : ความตรงเชิงพินิจ) จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและ

จากภาคสนาม และนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้บทสรุปมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งในขณะที่เขียนรายงานกับข้อมูลภาคสนามเพื่อยืนยันผลสรุปวิจัยด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation Technique) โดยเมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และจดบันทึกมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ ความถูกต้องเพียงพอและความเชื่อถือได้ของข้อมูลว่าจะสามารถตอบปัญหาของการศึกษาได้อย่าง ครบถ้วน

ผลการวิจัย

1. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย พบว่า ภาครัฐยังไม่ได้มีการพัฒนาหรือส่งเสริมอย่างชัดเจนมากนัก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งประเทศไทยก็ยังขาดองค์ความรู้เชิงบูรณาการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สร้างรายได้ให้กับประเทศอีกทางหนึ่ง อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะเป็นด้านการกีฬา จึงทำให้มองเห็นว่าประเทศไทยจึงยังไม่ค่อยมีความพร้อมที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่อย่างไรก็ดีภาครัฐได้ตระหนักถึงกระแสในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับนานาชาติ จึงได้มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เพื่อจะเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนา การปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการนำไปสร้างนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเร่งการประชาสัมพันธ์แนวทางดังกล่าว เพื่อให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีความพร้อมที่จะรองรับกระแสความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. ปัจจัยส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี รองลงมาอายุระหว่าง 40 - 49 ปี มีสถานภาพโสด มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รองลงมาเป็นการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมาเป็นอาชีพข้าราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 35,000 บาท รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001 - 55,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความต้องการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งตรงกับสมมติฐานการวิจัย ที่ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความต้องการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และเมื่อแยกพิจารณาระดับความต้องการท่องเที่ยวแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านสินค้าและของที่ระลึก อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด ส่วนด้านเทศกาลพิเศษและบันเทิง ด้านธุรกิจท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับความต้องการมาก

ในส่วนของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่จะเคยเข้าชมการแข่งขันประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อฤดูกาล โดยเดินทางไปชมการแข่งขันกับเพื่อนด้วยรถส่วนตัวเพราะสะดวกสบาย มีเป้าหมายในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางมาถึงวันที่แข่งขัน และอยู่ต่อ 1 วันหลังจากการแข่งขัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวตัดสินใจไปท่องเที่ยวก่อนหรือหลังที่มีการแข่งขัน และใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล โดยมีเหตุผลเพราะสะดวกสบาย รองลงมาจะเป็นเรื่องราคาที่เหมาะสม โดยจองที่พักหรือโรงแรมทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาจะเป็นการ walk-in ทั้งนี้ในระหว่างการเดินทางไปท่องเที่ยวจะเลือกรับประทานอาหารพื้นเมือง รองลงมาเลือกกิจกรรมซื้อของพื้นเมืองหรือของที่ระลึก มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป โดยจะเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอุปโภค บริโภค รองลงมาเป็นค่าที่พัก

3. ศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย ในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมมีศักยภาพความพร้อมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ตามสมมติฐานการวิจัย โดยภาครัฐได้เริ่มตระหนักถึงกระแสในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับนานาชาติ จึงได้มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เพื่อจะเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการนำไปสร้างนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4. แนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

จากการที่ได้ศึกษาทั้งด้านวิชาการ และการวิจัย รวมไปถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ทำให้สามารถคาดการณ์แนวโน้ม และทิศทาง เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ได้ดังนี้

1) นวัตกรรมสมัยใหม่ (Innovation) และสื่อดิจิทัล (Digital Media) จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี

2) กีฬาที่เป็นการสืบทอดสิ่งดั้งเดิม (Legacy) ธรรมชาติ (Nature) และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture) เข้าไว้กับกีฬาจะมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากยิ่งขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวสมัยใหม่นี้มีแนวโน้มของการผูกการท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) กีฬา (Sport) และความบันเทิง (Entertainment) เข้าด้วยกัน ทำให้เห็นภาพได้อีกมุมหนึ่งว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลต้องการสิ่งอื่น ๆ มากมายนอกเหนือจากการเล่นกีฬา ดังนั้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ก็ถือว่ารวมอยู่ในแนวโน้มนี้ทั้งหมดด้วย

3) ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทำให้การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่มี 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Service Providers) ตัวแทนจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Travel Agencies and Tour Operators) และผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Input Providers) จะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาความรู้และบทเรียนที่ได้จากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย พบว่าการให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่จำเป็น รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีคุณภาพ และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการเข้าไปชมกีฬาในสนาม ทั้งนี้ การให้การสนับสนุนนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นการสนับสนุนด้านงบประมาณหรือโครงสร้างภาษีแต่เพียงอย่างเดียวการให้การสนับสนุนที่มีค่าไม่น้อยไปกว่ากันได้แก่การสนับสนุนด้านความรู้ (Know How) เช่น ในการสร้างสนามฟุตบอลประจำสโมสร สนับสนุนความรู้ในการสร้างสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานตามมาตรฐานระดับสากล ให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรมี และการให้ความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่ควรให้ความสนใจ เพื่อให้การสร้างสนามฟุตบอลใหม่มีการวางแผนการลงทุныระยะยาวอย่างแท้จริง ทำให้สโมสรไม่จำเป็นต้องย้ายสนามบ่อย ๆ เมื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทกีฬาฟุตบอลของประเทศไทยเป็นที่นิยมมากขึ้นในอนาคต เป็นต้น

นอกเหนือจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่จำเป็นแล้ว การวางกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายบริการที่เกี่ยวข้อง (Cross Sell) กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปในพื้นที่เพื่อสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน (Economic Contribution) ซึ่งภาครัฐควรหาแนวทางในการสร้างผลประโยชน์แบบทวีคูณ (Multiplier Effect) โดยการผนวกการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ในแบบแพ็คเกจ เช่น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอาจประสานงานกับภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อจัดสรรคู่มือการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอล และนำไปเสนอขายให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมกีฬาฟุตบอล โดยคู่มือดังกล่าวจะมีทั้งตัวฟุตบอลชมการแข่งขันฟุตบอล รวมกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงที่ได้รับความนิยมในพื้นที่ เพื่อเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ในช่วงก่อนและหลังการแข่งขันกีฬาได้ด้วย

สิ่งที่สำคัญต่อมาก็คือภาครัฐจำเป็นต้องมีความจริงจังในการกำหนดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาปฏิบัติตาม นอกจากนี้ยังควรคัดเลือกผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านระดับมาตรฐานนั้น ๆ

มานำเสนอสู่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การดำเนินงานในลักษณะนี้เสมือนว่าภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่พิสูจน์แล้วว่ามีความศักยภาพในการให้บริการอย่างมีมาตรฐานแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ท้ายที่สุด ประเทศไทยมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมความเป็นไทย ที่โดดเด่น หลากหลาย และเป็นที่รู้จักเสมอมา หากภาครัฐสามารถผลักดันให้หน่วยงานต่างๆ รวมไปถึงสโมสรฟุตบอลให้ความสำคัญกับการค้นหาเอกลักษณ์ของตนและของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนและพื้นที่ของตนเอง และนำมาผสมผสานกับสโมสรกีฬาของพื้นที่นั้นอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยการสร้างเอกลักษณ์นั้นอาจผ่านการจัดกิจกรรมในระหว่างพักค้างแรมที่เป็นการนำเสนอวัฒนธรรมในพื้นที่แก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากต่างถิ่น และยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกองเชียร์เจ้าถิ่นกับทีมฟุตบอลในพื้นที่ของตนด้วย ซึ่งจะผลักดันให้กองเชียร์มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับสโมสรฟุตบอลมากขึ้น ทำให้กองเชียร์จะเป็นเสมือน “ตัวแทน” (“Ambassador”) ของสโมสร ซึ่งจะช่วยลดประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่วงการฟุตบอลไทยประสบมาตลอด เช่น ปัญหาความรุนแรง และการทะเลาะวิวาทระหว่างกองเชียร์ได้มากขึ้นด้วย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ยังไม่ได้มีการพัฒนาหรือส่งเสริมอย่างชัดเจนมากนักจากภาครัฐ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการกีฬา อย่างไรก็ดี แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ภาครัฐควรต้องเร่งการประชาสัมพันธ์แนวทางดังกล่าว เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีความพร้อมที่จะรองรับกระแสความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับการที่รัฐบาลได้นำการท่องเที่ยวเชิงกีฬามารับในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับล่าสุด เมื่อปี พ.ศ.2560 (ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564) ด้านยุทธศาสตร์ที่ 3 ที่รัฐบาลจะมีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยจัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว ทำให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้ระบุการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ในยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาฉบับล่าสุดเช่นกัน (ฉบับที่ 4 ปี พ.ศ.2560-2564) โดยมีมาตรการและแนวทางปฏิบัติ เพื่อที่จะพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาและการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ โดยการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลที่เคยเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความต้องการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเพียงแค่ความต้องการพื้นฐานทั่วไป ซึ่งหากแต่ละพื้นที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานเหล่านี้ได้ จะสามารถสร้างความพึงพอใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ของตนเองเพิ่มมากขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557) ที่ได้ศึกษาความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย พบว่า ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านคมนาคมขนส่ง และด้านสินค้าและของที่ระลึก ที่อยู่ในระดับมากที่สุด จึงสามารถสรุปผลการวิจัยเรื่องความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ตามหลักองค์ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมฟุตบอลที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในขั้นต้น ซึ่งเมื่อความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนอง และเติมเต็มความต้องการขั้นพื้นฐานนี้แล้ว ก็จะมีการพัฒนาความต้องการที่มากขึ้นไปอีก กลายเป็นการแสวงหาความพึงพอใจ และความต้องการส่วนบุคคล ดังที่จะเห็นได้จากผลการศึกษาที่ความต้องการด้านเทศกาลพิเศษและบันเทิง ด้านธุรกิจท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับความต้องการมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler ที่ได้จัดระดับความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1. ความต้องการในระดับ Need คือ เป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้ในชีวิต เป็นการแสวงหาความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน 2. ความต้องการในระดับ Want คือ ความปรารถนาเพื่อตอบสนองความพึงพอใจที่เฉพาะเจาะจงจากความต้องการขั้นพื้นฐานของ

เราและ 3. ความต้องการในระดับ Demand คือ ความต้องการที่ระบุเป็นสินค้าที่ชัดเจนลงไปเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับ Want โดยมีปัจจัยที่นำมาประกอบเพิ่มเติมคือความสามารถที่จะซื้อและเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness to Buy) อย่างไรก็ดี แนวคิดของ McClelland ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เข้ามามีส่วนร่วมแข่งขันฟุตบอลอาชีพในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และสามารถจำแนกความต้องการได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) ความต้องการนี้กระตุ้นให้บุคคลตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ทำงานหนัก ใช้ทักษะและความสามารถที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Need for Affiliation) จะเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญแก่มิตรภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และความต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น 3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม สามารถมีอิทธิพลและชี้นำผู้อื่นได้

สำหรับในส่วนของการต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก ที่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อแยกเป็นรายด้าน จะพบว่า ศักยภาพความพร้อมด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา และด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีความสัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมกีฬาฟุตบอลไทยลีก อยู่ในระดับต่ำ และเมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลไทยลีก ยังพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล อย่างไรก็ดี จะมีเพียงแต่ศักยภาพความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลไทยลีก แต่ก็ยังอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา และด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ยังไม่มีความพร้อมที่จะรองรับพฤติกรรมในสายตาของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ นฤมล สมิตินันท์ และศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ (2534, หน้า 19-26) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนอาจมีความแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคม ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพึงพอใจส่วนบุคคล และอีกส่วนหนึ่งเพื่อแสดงสถานภาพของตนให้เป็นที่ยอมรับและยกย่องจากสังคม ซึ่งการแสดงออกทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละคนก็ย่อมมีเหตุผลที่ต่างกัน ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์แต่ละคนมีพฤติกรรม ลักษณะนิสัยที่เหมือนและแตกต่างกันไป หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรกำหนดทิศทาง และแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน พัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทำให้มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เกิดการหมุนเวียนในเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ ซึ่งเชื่อมโยงกับแนวความคิดของ Kotler (1997, pp. 171) ที่ได้กล่าวว่าการที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะนำมาจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ควรทราบถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

3. ศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านต่าง ๆ โดยรวมมีศักยภาพความพร้อมอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในระดับความคิดเห็นศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลในจังหวัดบุรีรัมย์ แต่ละด้าน พบว่า ศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา มีความพร้อมอยู่ในระดับมากที่สุด และศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีความพร้อมอยู่ในระดับมาก ซึ่งจังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่กำลังได้รับการพัฒนาจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนให้เป็นเมืองแห่งกีฬา (Sport City) เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น มีการสร้างการรับรู้ และสร้างความเข้าใจของประชาชนในพื้นที่ ถึงการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาเมืองที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และการรับมือกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะหลั่งไหลเข้ามาจำนวนมาก เมื่อมีการจัดกิจกรรมพิเศษของจังหวัด มีการพัฒนาในเรื่องของที่พักรับรองได้มาตรฐาน การจัดระบบคมนาคมขนส่งให้เข้าถึงนักท่องเที่ยว และทำให้สามารถเชื่อมโยงของ

สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลทั่วไปจังหวัดบุรีรัมย์ ของสำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้กล่าวว่า ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ มีแหล่งโบราณสถานและอารยธรรมขอมที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลายและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สนามฟุตบอลที่มีชื่อเสียงและได้มาตรฐาน และสนามแข่งรถมอเตอร์สปอร์ตระดับมาตรฐานโลก ท่าเลที่ตั้งของจังหวัดมีภูมิประเทศที่ดีและการคมนาคมที่สะดวก ซึ่งสอดคล้องตามแนวความคิดของสุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557, หน้า 138) ที่กล่าวไว้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมกันเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งในด้านความสวยงามของทรัพยากรทางธรรมชาติ ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐานในเรื่องระบบการสื่อสาร สาธารณูปโภค การขนส่ง และการต้อนรับอย่างมีมิตรต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดของ Standeven and De Knop (1999, pp.12) ที่ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งที่สำคัญคือจะต้องได้รับการสนับสนุนหรือพึงพิงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการทุกภาคส่วน ซึ่งการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น จะต้องมีการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้พร้อม และทำการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยกระทำอย่างเป็นลำดับและต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญศรี ฉิรินัง (2558) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าจังหวัดกาญจนบุรีมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีมีศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนา มี ศักยภาพของอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

4. แนวทางการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ควรมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมสมัยใหม่ (Innovation) และสื่อดิจิทัล (Digital Media) ที่จะเริ่มมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งนอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการสานต่อสิ่งดั้งเดิม (Legacy) ธรรมชาติ (Nature) และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture) เข้าไว้กับกีฬา ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่งดงามพร้อมทั้งมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับโลกจึงถือได้ว่าได้เปรียบจากการเติบโตของแนวโน้มนี้เป็นอย่างมาก ตลอดจนการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Service Providers) ตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Travel Agencies and Tour Operators) และผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Input Providers) นอกเหนือจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่จำเป็นแล้ว การวางกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายบริการที่เกี่ยวข้อง (Cross Sell) กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปในพื้นที่เพื่อสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน (Economic Contribution) ซึ่งภาครัฐควรหาแนวทางในการสร้างผลประโยชน์แบบทวีคูณ (Multiplier Effect) โดยการผนวกการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ในแบบแพ็คเกจ สิ่งที่สำคัญต่อมาคือภาครัฐจำเป็นต้องมีความจริงจังในการกำหนดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาปฏิบัติตาม นอกจากนี้ยังควรคัดเลือกผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านระดับมาตรฐานนั้น ๆ มานำเสนอสู่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การดำเนินงานในลักษณะนี้เสมือนว่าภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่พิสูจน์แล้วว่ามีความศักยภาพในการให้บริการอย่างมีมาตรฐานแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับโครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Aday&Andersen (1978 อ้างถึงใน สุวนิช ศิลอาอ่อน, 2538; หน้า 32) เพราะแสดงให้เห็นถึงการส่งมอบบริการนั้นสามารถเข้าถึงกับผู้รับบริการได้มากน้อยเพียงพองานเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดแตกต่างกัน โดยดูจากเกณฑ์การพิจารณาที่แบ่งออกเป็น 6 ประการ ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ 2) ความพึงพอใจต่อการประสานงานของการบริการ 3) ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับการ

บริการ 4) ความพึงพอใจต่ออรรถาศัยความสนใจของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอรรถาศัยไมตรีทำทางที่ดี ความเป็นกันเองของผู้ให้บริการและความใส่ใจห่วงใยต่อผู้รับบริการ 5) ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ 6) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของผู้รับบริการ โดยเฉพาะการให้บริการสาธารณะ เช่น การจัดบริการของภาครัฐนั้นมิใช่ทำไปแต่เพียงเพื่อหน้าที่ความรับผิดชอบ แต่ควรที่จะรวมถึงการให้บริการอย่างเต็มใจของพนักงานและเป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย สามารถนำเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว เพื่อนำไปบูรณาการในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเพียงแค่ความต้องการพื้นฐานทั่วไป ซึ่งมีความสัมพันธ์กับศักยภาพความพร้อมด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา และด้านทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น แต่ละพื้นที่จึงควรมุ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับส่วนเกิน (Excess Capacity) ที่จะสามารถใช้ประโยชน์ได้นำไปสู่การใช้ประโยชน์จากศักยภาพที่มีให้เต็มที่ที่สุดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัลมัลติมีเดีย และสื่อสังคมต่าง ๆ ให้เข้ากับยุคสมัย และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี

2. จุดอ่อนสำคัญของศักยภาพความพร้อมของประเทศไทย ในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ที่ถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ทำให้บุคลากรยังขาดทักษะด้านภาษา เทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ทุกภาคส่วนจึงควรเร่งสร้างบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาวานการอบรมทักษะและทัศนคติด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถ่ายทอดประเด็นนโยบายสู่บุคลากรภาคปฏิบัติการ เพื่อมุ่งผลให้เกิดการผลักดันการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3. การทำการตลาดและขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยได้เพียงพอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเพิ่มบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้าไปในจุดบริการนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีศักยภาพ และมีความพร้อมอยู่แล้วในด้านความเหมาะสมของพื้นที่ และโครงสร้างพื้นฐานด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแก่นักท่องเที่ยวได้

4. ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยยังขาดการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบระเบียบ ทำให้ไม่สามารถประเมินมูลค่าหรือสถานการณ์ที่แท้จริงในตลาด จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมการเก็บข้อมูลและศึกษาตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นระบบระเบียบทำให้ไม่สามารถประเมินมูลค่าหรือสถานการณ์ที่แท้จริงในตลาด ตลอดจนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวมาประกอบการส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่

5. การแข่งขันกีฬาในประเทศไทยในระยะหลังประสบปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นด้านความพร้อมของสนามกีฬา ด้านระบบสาธารณูปโภค ด้านการคมนาคม และด้านสิ่งแวดล้อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรเร่งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่แต่ละท้องถิ่นที่มีเวทีบริการประชาชน เพื่อให้สามารถเป็นสถานที่รองรับกิจกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยว

6. การคมนาคมเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากขาดการสัญจรโดยรถสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลไม่สามารถ

เดินทางไปมาระหว่างแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ได้โดยสะดวก ปัจจัยข้อนี้เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ภาครัฐจึงควรสนับสนุนการเชื่อมโยงเส้นทางการคมนาคมและการสัญจรระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกัน ให้สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้หลายแห่ง แม้ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว

7. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการตลาดในทุก ๆ มิติได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ยังคงขาดการดำเนินการอย่างเพียงพอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพิ่มการประสานงานกันระหว่างด้านกีฬาและด้านการท่องเที่ยว ในการให้ข้อมูลด้านการกีฬาตลอดจนข้อมูลของห่วงโซ่อุปทานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม เป็นต้น เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากการตลาดในทุก ๆ มิติได้อย่างครบถ้วน

8. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นไปในเชิงลบด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ภาครัฐจึงควรมุ่งเน้นเสริมสร้างด้านความมั่นคงและความปลอดภัย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

9. ความต้องการด้านสินค้าและของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด ดังนั้นทุกภาคส่วนจึงควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น ของที่ระลึก/ของฝากให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลาย เพิ่มความน่าสนใจและน่าซื้อหาของบรรจภัณฑ์ โดยให้มีการควบคุมด้านราคาสินค้าให้เหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1 ควรศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินกิจกรรมและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของชุมชน

2 ควรศึกษาแนวทางการผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3 ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเภทอื่น ๆ เพื่อให้แต่ละพื้นที่สามารถเตรียมแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)*.

กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2534). *องค์การกับมนุษย์สัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: อักษรวิทยา.

โกมุท พันธผลสินธ์. (2542). *การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

กาญจนา เรืองจิตปกรณ. (2530). *พฤติกรรมของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ธนพรการพิมพ์.

พิทยา บวรวัฒนา. (2550). *ทฤษฎีองค์การสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์นิมิต.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). *การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. สุวีริยาสาส์น: กรุงเทพฯ.

โพธิ์โพธิ์. (2560). *นรกทีมเยือน? : เปิดค่าเฉลี่ยผู้ชมแต่ละสนามไทยลีก 2017 ทีมไหนมากที่สุด-น้อยสุด*.

เข้าถึงจาก <https://www.fourfourtwo.com/th/features/nrkthiimeyuenepidkhaaechliiphuuchmaet>

lasnaamaithylik-2017-thiimaihnmaaksud-nysud. (สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560).

นฤมล สมิตินันท์ และศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. (2534). *โครงการศึกษาวิจัยตลาดสำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย*.

จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 14(55), 19-26.

นิพนธ์ คันทะเสวี. (2528). *มนุษย์สัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสังคม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

โยธิน ศันสนยุทธ์. (2530). *มนุษย์สัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2525. (2526). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. *ความนิยมในกีฬาฟุตบอลของไทย กับบทบาทในกิจกรรมเศรษฐกิจของประเทศ* ประจำปีที่ 2762.

ลงวันที่ 10 สิงหาคม 2559.

ศักดิ์ชาย พัทธังวงศ์. (ม.ป.ป.). *กีฬากับการท่องเที่ยว*. เข้าถึงจาก lib.dtc.ac.th/article/tourism/0031.pdf.

(สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*.

กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศุภร เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.อาร์ บีซิเนสเพรส.

ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). *ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย*.

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรีชล ฉายาพันธ์ (2553). *ความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวนกองบังคับการ*

และอำนาจการตำรวจภูธรภาค 2 ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสถียร เหลืองอร่าม. (2525). *ความต้องการของมนุษย์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม*

แห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564.

สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2560). *แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์*.

สิรินกานต์ ม่องประเสริฐ. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย:รูปแบบสมการโครงสร้าง*.

วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

สุวนิช ศิลาวอน. (2538). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของสำนักงานเทศบาลเมือง*

นครนายก. ภาคนิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรรธรณ ตันติรักษ์ธรรม และคมกริช วงศ์แข. (2555). *สถานการณ์และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความถดถอยด้านการท่องเที่ยว*

ระหว่างประเทศ: การประยุกต์จุดภาคค่าระดับและแนวโน้ม. *WMS Journal of Management*, 3(1), 41-55

อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). *รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม*.

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา.

Buhalis, D. (2000, February). *Marketing the Competitive Destination of the Future*.

Tourism Management, 21(1), 97-116.

Chien-Hsin Wang. (2007). *Sport Tourists' Consumption Behavior: An Empirical Model*. *Doctor of Philosophy*.

College of Natural and Health Sciences. School of Sport and Exercise Science. University of Northern Colorado.

Christopher Adam Brown (2012). *Predicting Expenditure Patterns based on Motivations to Travel for Active*

Sport Tourists. *Doctor of Philosophy in Higher Education*. Department of Educational Research.

Cognition,& Development College of Education. The Graduate College. University of Nevada.

- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. (10 thed). New York: John Wiley & Sons.
- Hinch, T., &Higham, J. (2003). *Sport Tourism Development*. Sydney: Channel View.
- Hinch, T., &Higham, J. (September, 2005). Sport, Tourism and Authenticity. *European Sport. Management Quarterly*, 5(3), 243-256.
- Hinch, T., Jackson, E. L., Hudson, S., & Walker, G. (2005). Leisure constraint theory and sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 142-163.
- Kolter, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and Control*. (9th ed). New Jersey: Prentice Hall.
- Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. (1991). *Consumer Behavior*. (4th ed). New Jersey: Englewood Cliffs.
- McIntosh, R. W., &Goeldner, C. R. (2002). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. (9th ed). New York: John Wiley & Sons.
- McIntosh R.W. & Gupta S. (1980). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. (3rd ed). Ohio: Grid Publishing Inc.
- Richard J. Buning, Jr. (2014). *The Evolution of A SPORT EVENT TRAVEL CAREERS THROUGH CYCLING TOURISM. Doctor of Philosophy*. Florida: Health and Human Performance. University.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Weed, M., & Bull, C. (1997). Influences on sport tourism relations in Britain: The effects of government policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5-12.