

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง*

SPORTS TOURISM BEHAVIOR OF TOURISTS IN RAYONG PROVINCIAL STADIUM

พีระวิทย์ รุ่งแสงทิพย์¹, อนันต์ ธรรมชาลัย² และ พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์³

Peerawit Rungseangthip¹, Anan Thamchalai² and Pongsak Phetsatit³

¹⁻²มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

¹⁻²North Bangkok University, Thailand

Corresponding Author's Email: Peerawit.rung@northbkk.ac.th

Received 2 September 2024; Revised 14 October 2024; Accepted 30 October 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง โดยใช้สูตรของโคแครน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา และขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนชนิดทางเดียว เมื่อพบความแตกต่าง ใช้การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และพบว่า ด้านความต้องการ มีค่าเฉลี่ยมาก

* พีระวิทย์ รุ่งแสงทิพย์, อนันต์ ธรรมชาลัย และ พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์. (2567). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 4(5), 118-134.
Peerawit Rungseangthip, Anan Thamchalai and Pongsak Phetsatit. (2024). Sports Tourism Behavior of Tourists In Rayong Provincial Stadium. Journal of Political Science Mahamakut Buddhist University, 4(5), 118-134.;



ที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความพร้อม ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ ด้านเป้าหมาย และด้านการวางแผน ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง พบว่า จำแนกปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลตามสถานภาพ ภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาว่างต่อสัปดาห์ ประเภทกีฬาที่ใช้บริการ ภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการจำแนกปัจจัยส่วนบุคคลตามเพศ ช่วงอายุ และอาชีพ ภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, สนามกีฬากลางจังหวัดระยอง

Abstract

This research aimed to study 1) The level of sports tourism behavior of tourists in Rayong Provincial Stadium and 2) To compare sports tourism behavior of tourists in Rayong Provincial Stadium classified by personal factors. Data were collected from sports tourists in Rayong Provincial Stadium using Cochran's formula (1963). The sample group was 400 people selected using a Multi-stage sampling method. In the first step, the quota sampling method was applied, and in the second step, the convenience sampling method was employed. The statistics used in the research included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance. When differences were found, the LSD pairwise test was used.

The results of the research revealed that 1) The level of sports tourism behavior of tourists in Rayong Provincial Stadium was at a high level overall. The demand aspect had the highest mean value, followed by the readiness aspect, and then the response to decision-making, goals, and planning, respectively. 2) The results of comparing the level of sports tourism behavior of tourists in Rayong Provincial Stadium showed that classification of personal characteristics by status exhibited a statistically significant difference at the .05 level. The classification by average monthly income, free time per week, and



types of sports participated in demonstrated a statistically significant difference at the .01 level. However, classification by gender, age range, and occupation showed no statistically significant difference.

Keywords: Sports Tourism, Tourist Behavior, Rayong Provincial Stadium

บทนำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มองเห็นแนวโน้มของ “การท่องเที่ยวเชิงกีฬา” ที่กำลังมาแรงและด้วยกระแสของประเทศไทยที่มีการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากที่สุด ในอาเซียนกว่า 28 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 153 และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ปัจจุบันการพัฒนาเมืองหรือจังหวัดให้ไปสู่การเป็นเมืองที่มีความยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยวถือเป็นหมุดหมายที่สำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่น ให้สามารถปกครองตนเองได้อย่างยั่งยืน “การท่องเที่ยวเชิงกีฬา” (Sport Tourism) จึงเป็นอีกเป้าหมายสำคัญของจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมขีดความสามารถที่หลากหลายทางการท่องเที่ยวให้มีความครบวงจรมากขึ้นเพื่อสอดคล้องกับการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและกลยุทธ์กระตุ้นความถี่ในการท่องเที่ยวทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ซึ่งในยุทธศาสตร์ชาติด้านที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลายมิติ ในส่วนของ “การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬาจังหวัดระยอง” จึงถือเป็นการต่อยอดสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิม ด้วยการสำรวจรากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นของทรัพยากรที่มีอย่างหลากหลาย อีกทั้งนี้ในแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2566-2570) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “กีฬาพัฒนาคน สังคม และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจไทย” โดยมีพันธกิจที่สำคัญ 2 ด้าน โดยพันธกิจที่ 1 มุ่งเน้นให้การกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม และพันธกิจที่ 2 ผลักดันให้การกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ซึ่งในพันธกิจด้านนี้มีความต้องการที่จะยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับท้องถิ่นสู่อุตสาหกรรมการกีฬาให้มีการเจริญเติบโต มีการพัฒนาสินค้า บริการ นวัตกรรมที่เกี่ยวกับการ

กีฬา กิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว และรายการแข่งขันกีฬาที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

ทั้งนี้การท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมาได้รับความนิยมหลากหลายมากยิ่งขึ้น ที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยว ซึ่งทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ส่งเสริมให้มีกิจกรรม กีฬาและนันทนาการควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว อาจหมายถึงการดึงดูดศักยภาพหรือจุดแข็งของท้องถิ่นตนเองทั้งในด้านภูมิรัฐศาสตร์ อัตลักษณ์เชิงท้องถิ่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี และอาหารพื้นเมือง มาเป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมด้านกีฬาเพื่อเป็นการเปิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นการมอบความรู้ ความสนุกสนาน และเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมพื้นเมืองให้ประชาชนมีส่วนร่วมในเชิงการโปรโมท (Engagement) เพื่อเป็นการบรรลุเป้าหมายที่สำคัญในการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (กรมการท่องเที่ยว, 2567)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นกระแสนิยมและแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีเทรนด์ของการใส่ใจสุขภาพสูงมากยิ่งขึ้น อีกทั้งจังหวัดระยองกำลังขยายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในทุกด้าน จึงทำให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดระยองต้องปรับตัวเพื่อการส่งเสริม สนับสนุน และสร้างสรรค์โอกาสใหม่ๆในการจัดการแข่งขันกีฬาที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ รวมไปถึงการพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ สนามกีฬา และเครื่องออกกำลังกายให้ทันสมัย ปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้วการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวแบบครบวงจร เช่น ที่จอดรถ ห้องอาบน้ำ ร้านอาหาร คาเฟ่ เป็นต้น เนื่องจากที่ผ่านมา “สนามกีฬากลางจังหวัดระยอง” ซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญในจังหวัดระยองที่รองรับ และสนับสนุนการแข่งขันกีฬาควบคู่กับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การจัดมหกรรมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การจัดกิจกรรมทางการกีฬาให้กับประชาชนได้มีส่วนร่วม บริการสาธารณะในด้านสถานที่เพื่อการออกกำลังกาย ฝึกซ้อมกีฬา และพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น แต่สังเกตได้ว่าหลังจากช่วง COVID-19 นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในสนามกีฬาลดน้อยลง เพราะฉะนั้นการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยองเพื่อต้องการทราบถึงระดับพฤติกรรมและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ



นักท่องเที่ยวนในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง ให้ได้ซึ่งข้อมูลเชิงพฤติกรรมศาสตร์ของนักท่องเที่ยวนเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ต่อยอดพัฒนาสถานที่ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญต่อการศึกษพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนในสนามกีฬากลางจังหวัดระยองเพื่อนำไปเสนอต่อองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยองและคณะกรรมการบริหารสนามกีฬากลางจังหวัดระยองใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง ส่งเสริม และพัฒสนามกีฬากลางจังหวัดระยองให้มีความพร้อมตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ และมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการกีฬาต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวนในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวนในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานในการวิจัย

นักท่องเที่ยวนที่มีปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวนเชิงกีฬาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรให้สอดคล้องตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ โคแครน (Cochran. 1963) ได้กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2549: 74) จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่อาจพบความไม่สมบูรณ์ และความครอบคลุมในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 400 คน



โดยแบ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 10 กลุ่มตามสถานที่ภายในบริเวณสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดลำดับเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยทางลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาว่างต่อสัปดาห์ และประเภทกีฬาที่ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความพร้อม ด้านการวางแผน ด้านเป้าหมาย ด้านความต้องการ ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ

3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้ 1) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Expert Review) ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ มีค่า IOC เท่ากับ 0.95 จึงอาจกล่าวได้ว่า เครื่องมือที่สร้างขึ้นมาถือว่ามีความตรงตามเนื้อหาในระดับดี สามารถนำไปวัดผลได้ 2) การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่สนามกีฬากลางจังหวัดนนทบุรี จำนวน 27 คน จากนั้นนำมาวัดความสอดคล้องภายใน โดยการหาค่าครอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.96 ซึ่งเป็นค่าที่มีความน่าเชื่อถือได้ทางสถิติ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำเครื่องมือการวิจัยที่สร้างขึ้นไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามใส่คำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของตนเองมากที่สุด และยืนยันคำตอบกลับมายังผู้วิจัย โดยลักษณะของคำถามจะเป็นการเลือกตอบ นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นแบ่งเป็น 2 ส่วน



5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม รายคู่ด้วยค่าที (t-test) และการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่ม ขึ้นไป ใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนชนิดทางเดียว (One-way analysis of variance) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเลือกทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง ภาพรวม

ข้อความในแบบสอบถาม	$\bar{X}$	SD.	ระดับพฤติกรรม
1. ด้านความพร้อม	4.22	0.922	มาก
2. ด้านการวางแผน	2.93	0.881	ปานกลาง
3. ด้านเป้าหมาย	3.80	0.727	มาก
4. ด้านความต้องการ	4.24	0.876	มาก
5. ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ	4.15	0.776	มาก
ภาพรวม	3.87	0.836	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวในสนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง ภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความต้องการ (ค่าเฉลี่ย = 4.24) รองลงมาได้แก่ ด้านความพร้อม (ค่าเฉลี่ย = 4.22) ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ



(ค่าเฉลี่ย = 4.15) ด้านเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ย = 3.80) และด้านการวางแผน (ค่าเฉลี่ย = 2.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวยังกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง	เพศ		ช่วงอายุ		สถานภาพ		อาชีพ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		เวลาว่างต่อสัปดาห์		ประเภทกีฬาที่ใช้บริการ	
	t/F	p-value	t/F	p-value	t/F	p-value	t/F	p-value	t/F	p-value	t/F	p-value	t/F	p-value
1.ด้านความพร้อม	2.072 *	0.039	0.179	0.911	1.22 7	0.220	2.3 56	0.07 1	2030 3.00	0.000	0.118	0.889	0.041	0.997
2.ด้านการวางแผน	0.022	0.982	1.185	0.315	1.77 2	0.077	0.3 86	0.76 3	1.11 7	0.342	0.399	0.672	2.548 *	0.039
3.ด้านเป้าหมาย	0.497	0.619	19.20 6**	0.000	0.75 7	0.450	0.3 63	0.78 0	0.65 2	0.582	93.39 0**	0.000	1.062	0.375
4.ด้านความต้องการ	0.402	0.688	1.201	0.309	1.98 0*	0.048	0.0 81	0.97 0	41.3 01**	0.000	0.138	0.872	34.47 8**	0.000
5.ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ	0.345	0.731	0.742	0.527	0.22 0	0.826	0.2 13	0.88 8	0.49 9	0.683	0.255	0.775	1.708	0.147
ผลโดยรวม	1.531	0.127	1.887	0.131	2.37 8*	0.018	0.2 96	0.82 9	154. 010*	0.000	8.393 **	0.000	6.902 **	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล จากผลการวิจัยพบว่า



1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความพร้อมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเป้าหมายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รวมไปถึงภาพรวมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในทุกด้าน และไม่มี ความแตกต่างกัน
5. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความพร้อม และความต้องการ รวมไปถึงภาพรวมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
6. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเวลาว่างต่อสัปดาห์ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเป้าหมาย รวมไปถึงภาพรวมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
7. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประเภทกีฬาที่ใช้บริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านการวางแผนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความต้องการ รวมไปถึงภาพรวมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันในด้านเพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาว่างต่อสัปดาห์ และประเภทกีฬาที่ใช้บริการ มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละด้านที่ต่าง กัน มีเพียงแต่ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพเท่านั้น ที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬาากลางจังหวัดระยอง ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความต้องการ ทั้งนี้เป็นเพราะ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่ต้องการจะได้รับการบริการที่ตอบสนองความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์ (2562)



ได้ทำการศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความต้องการด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการนักท่องเที่ยวที่มีความสุภาพอ่อนโยน สามารถอธิบายได้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านความต้องการต่อแหล่งท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน คาดหวังที่จะให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงสถานที่อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาสภาพแวดล้อมทั้งในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกสถานที่ท่องเที่ยว ด้านความสะดวกของภายในบริเวณสถานที่ ความปลอดภัยของสถานที่ และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมไปถึงการมีกิจกรรมหรืออีเว้นท์ทางการกีฬาและการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งผลต่อความน่าสนใจของสภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นการควบคุม กำกับ ดูแลในด้านราคาการให้บริการและการบริการที่เหมาะสมควบคู่กันไปก็จะสามารถสร้างความพึงพอใจในแง่ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว รองลงมาในด้านความพร้อม ทั้งนี้เป็นเพราะ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง ด้านความพร้อม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสามารถในการศึกษาหาข้อมูลและเข้าถึงแหล่งข้อมูลของสนามกีฬา และการเลือกประเภทกีฬาได้ด้วยตนเอง รองลงมา ได้แก่ ความสามารถในการเดินทางมาสนามกีฬาด้วยตนเอง ท่านมีความสามารถจัดสรรเวลาในการเดินทางมาสนามกีฬาและชมการแข่งขันอย่างเพียงพอ การมีสภาพทางร่างกายและจิตใจที่พร้อมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมทางการกีฬา และการเดินทางมายังสนามกีฬาของท่านสามารถมาได้ด้วยความสะดวก ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรเชียงกุล; และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยตนเอง นำไปสู่การเตรียมความพร้อมทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ การจัดสรรเวลา และเตรียมความพร้อมในการเดินทาง สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านความพร้อมชี้ให้เห็นถึงความใส่ใจในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมือนกัน และมีระดับเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพร้อมในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา การที่นักท่องเที่ยวสามารถ



เข้าถึงแหล่งข้อมูลและเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสถานที่และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ตรงกับความต้องการและจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยว การรับรู้ถึงความพร้อมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การจัดการและการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การบูรณาการร่วมกันในการส่งเสริม และเสริมสร้างให้เกิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในสถานที่ท่องเที่ยวมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อสังคมโซเชียลมีเดีย และการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ตรงตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายแตกต่างกัน เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายโดยใช้กีฬาและการท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลตามเพศ อายุ อาชีพ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง จำแนกตามอาชีพทุกด้านไม่มีความแตกต่างกัน ในส่วนของเพศมีเพียงด้านความพร้อมและอายุมีเพียงด้านเป้าหมาย ซึ่งเป็นเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐริกา ปานมาศ (2561) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตามสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาว่างต่อสัปดาห์ ประเภทกีฬา ภาพรวม มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างนัยสำคัญทางสถิติ .01 ซึ่งมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวิทย์ พันธประวัติ; และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมติดตามชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลไทยฟุตบอลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนและสถานภาพที่แตกต่างกัน

ส่งผลให้พฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกัน เนื่องจากรายได้ และภาระทางสังคมที่ไม่เท่ากันทำให้กำลังการซื้อและบริโภคย่อมไม่เท่ากัน สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน และสถานภาพ มีผลให้พฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลไทยฟุตบอลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร หรือพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีความแตกต่างกัน และสอดคล้องกับทฤษฎีของ มิลล์; และมอริสัน (1992) ได้กล่าวไว้ว่า เวลาว่างเพื่อการท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลต่อเป้าหมายในการท่องเที่ยวเนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการสร้างเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวถูกขับเคลื่อนโดย “ความต้องการ” ในด้านต่างๆ เช่น ความคาดหวังในเรื่องความปลอดภัยของสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน อุปกรณ์และกิจกรรมกีฬาที่ทันสมัยหลากหลาย และค่าบริการที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้สามารถตอบสนองแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี โดยช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์ (2562) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยมีความสำคัญอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ความสุภาพของผู้ให้บริการ ความทันสมัยของเครื่องมือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวก และการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ดีและกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง ให้ความสำคัญในด้าน "ความพร้อม" โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิง ซึ่งให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมมากกว่าเพศชาย โดยพวกเขามีความสามารถในการค้นคว้าหาข้อมูล และเข้าถึงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสนามกีฬา เพื่อใช้ในการตัดสินใจเดินทางและ



เลือกกิจกรรมกีฬาได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชร เวียงกุล; และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงส่วนใหญ่เข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ Youtube ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างความพร้อมในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา การที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลและเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสถานที่และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ตรงกับความต้องการและจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยว การรับรู้ถึงความพร้อมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การจัดการและการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 67.70 ภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเฉพาะในด้านความต้องการ ที่สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อสถานที่ที่มีความปลอดภัย อุปกรณ์กีฬาที่มีความทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ สถานที่ที่มีความสะอาด มีกิจกรรมที่หลากหลาย และราคาการเข้าใช้บริการที่มีความเหมาะสมและคุ้มค่า มีระดับพฤติกรรมอยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐริกา ปานมาศ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่า มีเพียงสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความพร้อม และด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมไปถึงภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวิทย์ พันธประวัติ; และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันสโมสร



ฟุตบอลไทยฟุตบอลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และพบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกัน เนื่องจากรายได้ที่ไม่เท่ากันทำให้กำลังการซื้อและบริโภคย่อมไม่เท่ากัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง จำแนกปัจจัยส่วนบุคคลตามเวลาว่างต่อสัปดาห์ ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านเป้าหมาย รวมไปถึงภาพรวมมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับทฤษฎีของมิลล์; และมอริสัน (1992) ได้กล่าวไว้ว่า เวลาว่างเพื่อการท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลต่อเป้าหมายในการท่องเที่ยวเนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการสร้างเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลาง จังหวัดระยอง ภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความต้องการ ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความพร้อม ด้านการตอบสนองต่อการตัดสินใจ ด้านเป้าหมาย และด้านการวางแผน ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง เมื่อจำแนกปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลตามสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาว่างต่อสัปดาห์ ประเภทกีฬาที่ใช้บริการ ภาพรวมมีความแตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม และสนับสนุนการให้บริการจากสนามกีฬากลางจังหวัดระยองในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริการที่มีความจำเป็นต่อการเสริมสร้างการท่องเที่ยวให้ตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์โปรโมตตามกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกันเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจแตกต่างกัน และการออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจและดึงดูดทั้งบุคคลที่มีสถานภาพโสดและบุคคลที่มีครอบครัว เช่น การจัดการแข่งขันที่สามารถเข้าร่วมเป็นครอบครัว หรือกิจกรรมสำหรับคู่รัก



1.2 ควรมีจัดกิจกรรมในหลายระดับราคาและทบทวนราคาการให้บริการในแต่ละประเภทกีฬาให้มีความเหมาะสมเพื่อให้สามารถเข้าถึงได้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้หลากหลาย เช่น การจัดกิจกรรมฟรีหรือกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายต่ำร่วมกับกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูง

1.3 ควรมีการวางแผนจัดกิจกรรมในช่วงเวลาที่มีความสะดวกสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีเวลาว่างแตกต่างกัน เช่น การจัดกิจกรรมในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และในวันธรรมดาให้เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย

1.4 เน้นการจัดกิจกรรมที่หลากหลายตามความนิยมของประเภทกีฬา และการจัดแข่งขันหรือเวิร์กช็อปเกี่ยวกับฟิตเนส หรือในกีฬาที่ได้รับความนิยมสูง เช่น ฟุตบอล, เทนนิส, แบดมินตัน และว่ายน้ำ เป็นต้น

1.5 สนามกีฬากลางจังหวัดระยองและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณาการร่วมกันในการส่งเสริม และเสริมสร้างให้เกิดการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในสนามกีฬากลางจังหวัดระยอง มุ่งเน้นการตลาดเป้าหมายใช้กลยุทธ์การตลาดที่ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย โดยอิงจากข้อมูลทางสถิติ เช่น การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และการจัดกิจกรรมโปรโมทที่ตรงตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายแตกต่างกัน เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย รวมถึงเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ใกล้เคียงโดยใช้กีฬาและการท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อน

1.6 สนามกีฬากลางจังหวัดระยองควรมีการพัฒนาสภาพแวดล้อมทั้งในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกสนามกีฬา ด้านความสะอาดของสถานที่ภายในบริเวณสนามกีฬา ความปลอดภัยของสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายต่างๆ รวมไปถึงการมีกิจกรรมหรืออีเว้นท์ทางการกีฬาที่หลากหลายส่งผลต่อความน่าสนใจของสภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นการควบคุม กำกับ ดูแลในด้านราคาการให้บริการและการบริการที่เหมาะสมควบคู่กันเพื่อสร้างความพึงพอใจในแง่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.7 ควรมีศึกษาและเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเพื่อสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารวมถึงหน่วยงานท้องถิ่นและผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจาก



การวิจัยไปใช้ในการวางแผนธุรกิจและการจัดกิจกรรมกีฬาในอนาคตต่อไปได้ อาทิเช่น การวิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางในแต่ละช่วงเวลาหรือแต่ละช่วงของฤดูกาล การวางแผนพัฒนาด้านบริการการท่องเที่ยวและการตลาด การวางแผนและป้องกันการเกิดปัญหารวมถึงการวางแผนและพัฒนาด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรให้ความสำคัญในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาและวิจัยถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในสนามกีฬากลางจังหวัดระยองเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เช่น ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในจังหวัดระยองถึงความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก และคุณภาพของกิจกรรมที่จัดขึ้น หรือ สำรวจความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการบริการและกิจกรรมที่จัดขึ้นในอนาคต เป็นต้น

2.2 ควรมีการสำรวจและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในช่วงเวลาต่างๆ ของการจัดกิจกรรมกีฬาเพิ่มเติม นำไปประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากหน่วยงานท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และบูรณาการการเปรียบเทียบข้อมูลกับการวิจัยที่ผ่านมาในจังหวัดอื่นๆ ที่มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสามารถสร้างแรงจูงใจและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวภายในและบริเวณโดยรอบสนามกีฬากลางจังหวัดระยองได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 การสำรวจความต้องการเพิ่มเติม ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมในด้านความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในกีฬาชนิดต่างๆ เพื่อสร้างความหลากหลายของกิจกรรมที่จะจัดขึ้นในสนามกีฬา ควบคู่ไปกับการทำการศึกษการสร้างแบรนด์จังหวัดระยองในฐานะที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566 – 2570) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 22 มิถุนายน 2567 จาก <https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/140D075S00000000002700.pdf>
- กรมการท่องเที่ยว. (2567). 7 นโยบายขับเคลื่อนท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพฯ. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.dot.go.th/news/manager/detail/7387>
- ณัฐริกา ปานมาศ. (2561). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต การสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นพวิทย์ พันธประวัติ และคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการติดตามชมการแข่งขันสโมสรฟุตบอลไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 25(1), 178-191.
- วัชร เชียงกุล และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2562). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 8(1), 92-107.
- วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(1), 45-57.
- Cochran, W.G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Mill, R. & Morrison, A. M. (1992). The Tourism System.: and Introductory Text. New Jersey: Prince-Hall International Inc.