



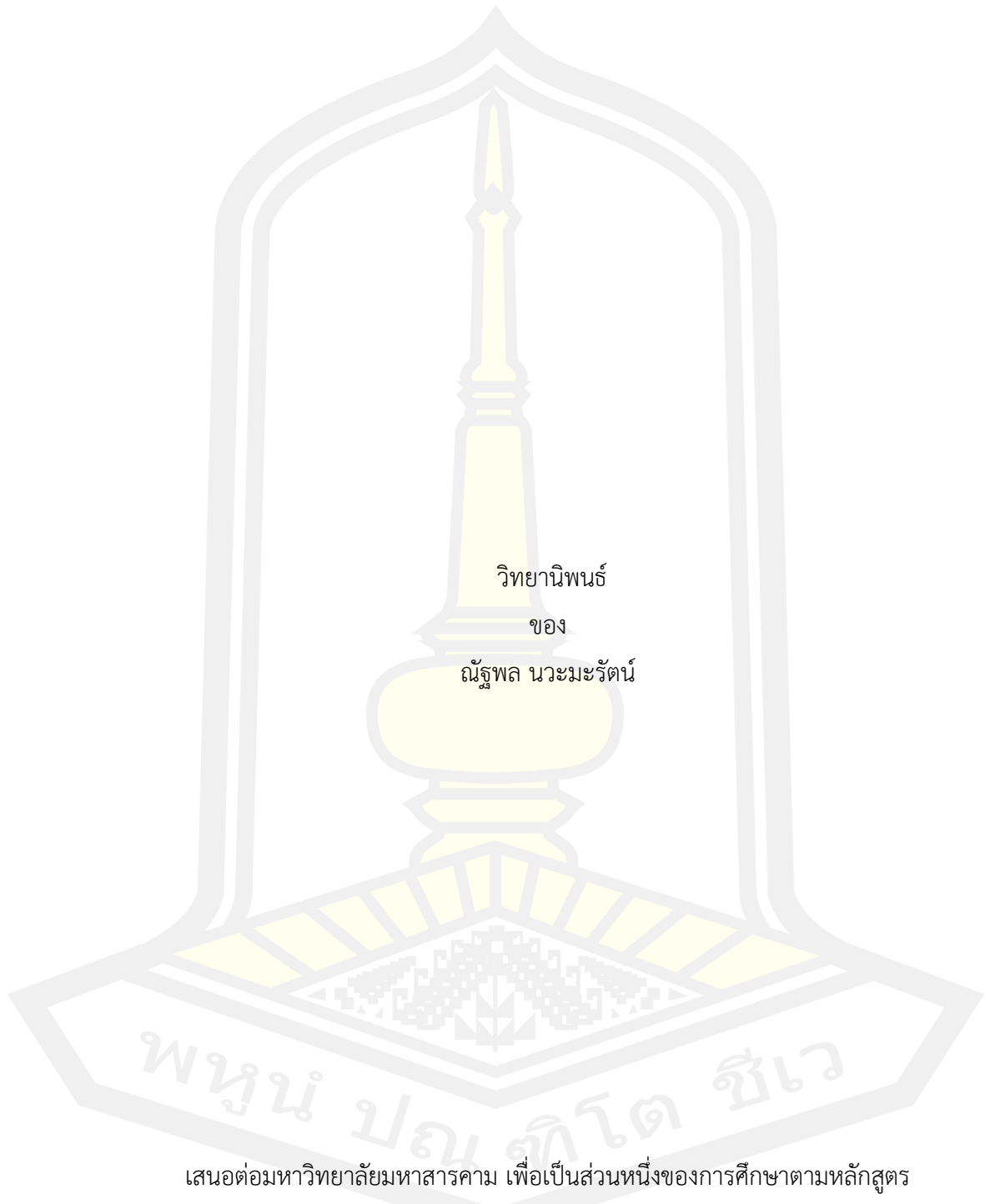
ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

วิทยานิพนธ์
ของ
ณัฐพล นวะมรัตน์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
ธันวาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์



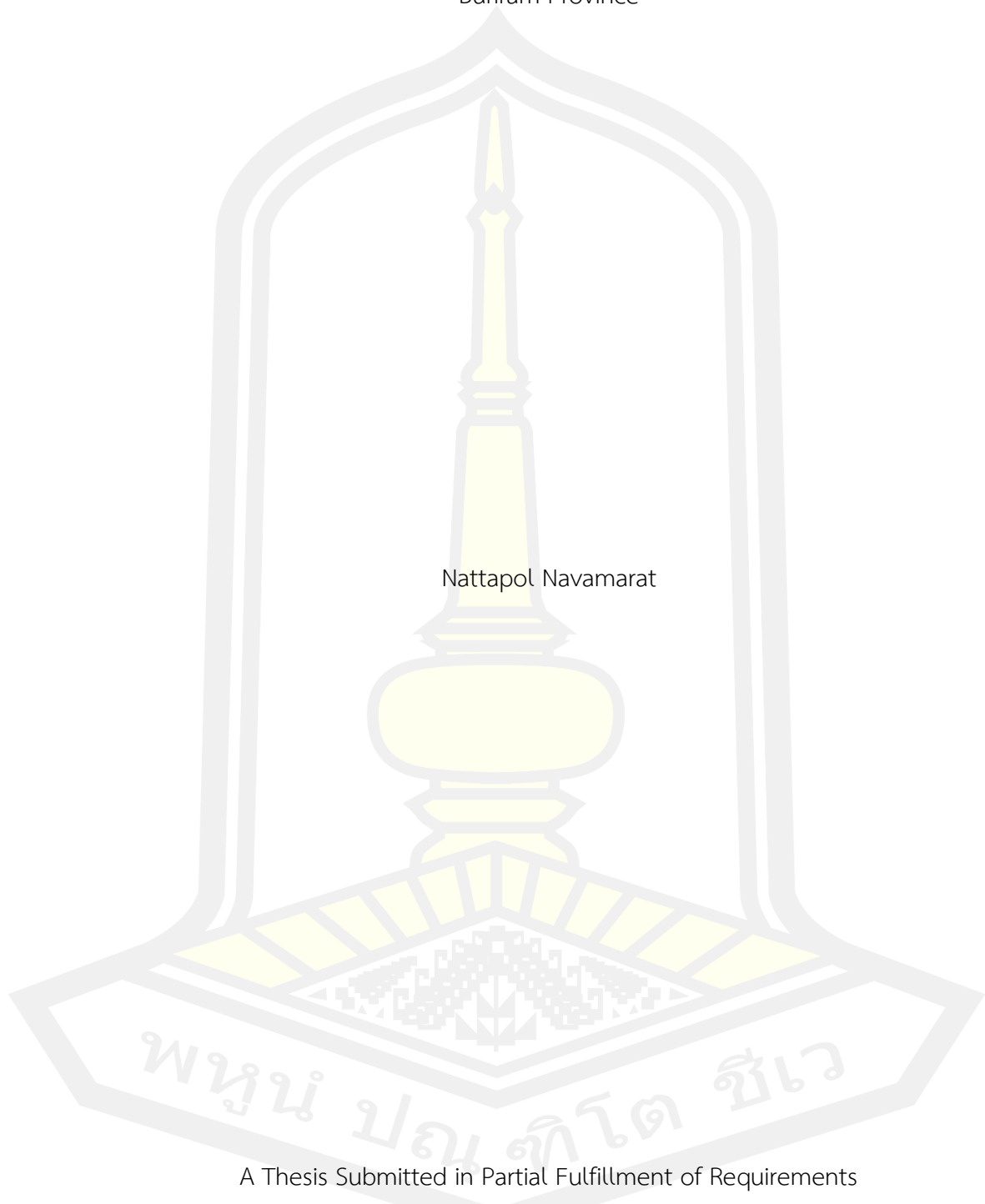
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ธันวาคม 2565

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Relationship between Satisfaction and Loyalty of Sports Tourism Management in
Buriram Province

Nattapol Navamarat



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Tourism and Hotel Management)

December 2022

Copyright of Maharakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายณัฐพล นวะมะรัตน์
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี่)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. กันติมาลย์ จินดาประเสริฐ)

..... กรรมการ

(อ. ดร. โอชญญา บัชรรม)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. สุวภัทร ศรีจองแสง)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัย
มหาสารคาม

.....
(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	ณัฐพล นวะมระรัตน์		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2565

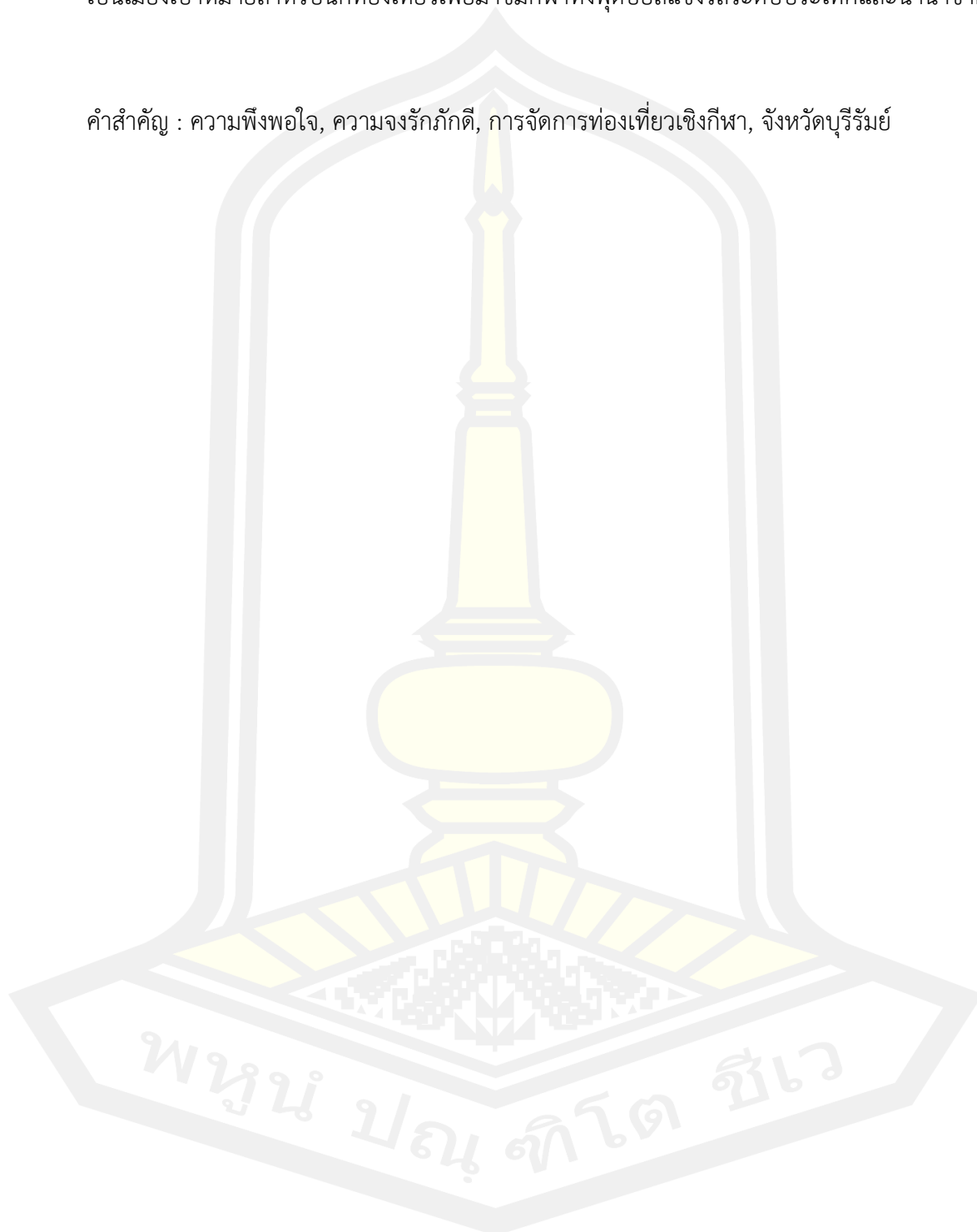
บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมากเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ความพึงพอใจ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านผลจากการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกอยู่ระดับสูงเท่ากับ 0.736 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การดำเนินงานของทุกภาคส่วน

มีประสิทธิภาพผ่านระบบข้อมูลส่วนกลางเป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจบุรีรัมย์
เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมาชมกีฬาทั้งฟุตบอลแข่งระดับประเทศและนานาชาติ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดี, การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, จังหวัดบุรีรัมย์



TITLE	The Relationship between Satisfaction and Loyalty of Sports Tourism Management in Buriram Province		
AUTHOR	Nattapol Navamarat		
ADVISORS	Assistant Professor Kantimarn Chindaprasert , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2022

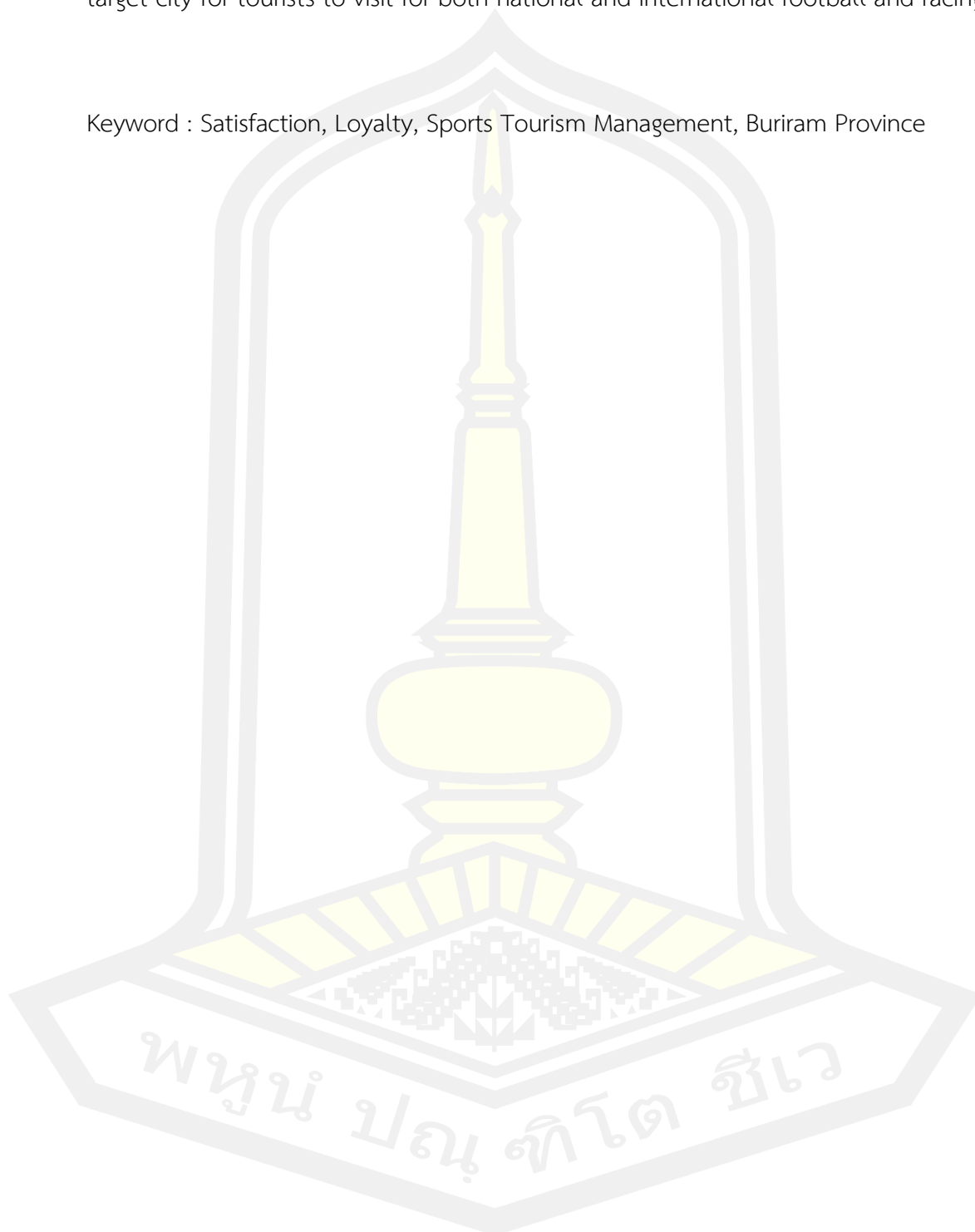
ABSTRACT

The objectives of research were: 1) to study the satisfaction of tourists towards sports tourism in Buriram province; 2) to study the loyalty of tourists towards sports tourism in Buriram province; 3) to study the relationship between satisfaction and destination loyalty of tourists towards sports tourism in Buriram province; and 4) to provide guidelines for sports tourism management to enhance loyalty of sport tourists in Buriram province. The samples were 400 Thai tourists who traveled to Buriram province and stakeholders were interviewed. Research tools consisted of a 5-points rating scale questionnaire and an interview form verified by experts. Statistics used for data analysis were frequency, mean, standard deviation, and multiple correlation analysis. The study found that

The overall satisfaction of tourists who visited Buriram was at a high level and the overall loyalty of tourists who visited Buriram was also at a high level as well. Further, the study also showed that the overall correlation coefficient of the relationship between the satisfaction of tourists and the loyalty of sports tourists in Buriram province in 5 aspects consisted of safety, service of staffs, service process, facilities, and service outcomes was positively at a high level ($r = 0.736$) with a statistical significance at the 0.05 level. Owing to guidelines for the development of the sports tourism industry, there should be cooperation between the public, private, and community sectors under the efficient operation of all sectors through

the central information system according to the relevant laws. Buriram should be a target city for tourists to visit for both national and international football and racing.

Keyword : Satisfaction, Loyalty, Sports Tourism Management, Buriram Province



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลัย จินดาประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และชี้แนะแนวทางในการทำงานวิจัย ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาของการศึกษา

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.โอชัญญา บัวธรรม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภภัทร ศรีจงแสง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ในการเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้กรุณาตรวจสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ และแนะนำแนวทางในการจัดทำงานวิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภภัทร ศรีจงแสง และอาจารย์ ดร.เยาวภา นียากร ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ และแนะนำแนวทางในการจัดทำเครื่องมือวิจัย

ขอขอบคุณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ สนามช้างอารีนา และสนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้อนุเคราะห์สถานที่ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้จัดการสนามช้างอารีนา ผู้จัดการสนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว และผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้อนุเคราะห์ให้ข้อมูลแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ตลอดจนเพื่อน ๆ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรมทุกท่าน สมาชิกในครอบครัว และผู้ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ให้กำลังใจในระหว่างที่ศึกษา และจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ณัฐพล นวะมระรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพประกอบ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์.....	8
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	12
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	34
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว.....	39
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	51

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	51
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	52
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	54
การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	56
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์.....	61
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	65
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความ จงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์	67
ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้าง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์	68
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	73
สรุปผล	74
อภิปรายผล.....	78
ข้อเสนอแนะ	82
บรรณานุกรม.....	84
ภาคผนวก.....	92
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	93
ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	108

ภาคผนวก ค เอกสารรับรองโครงการวิจัย..... 120

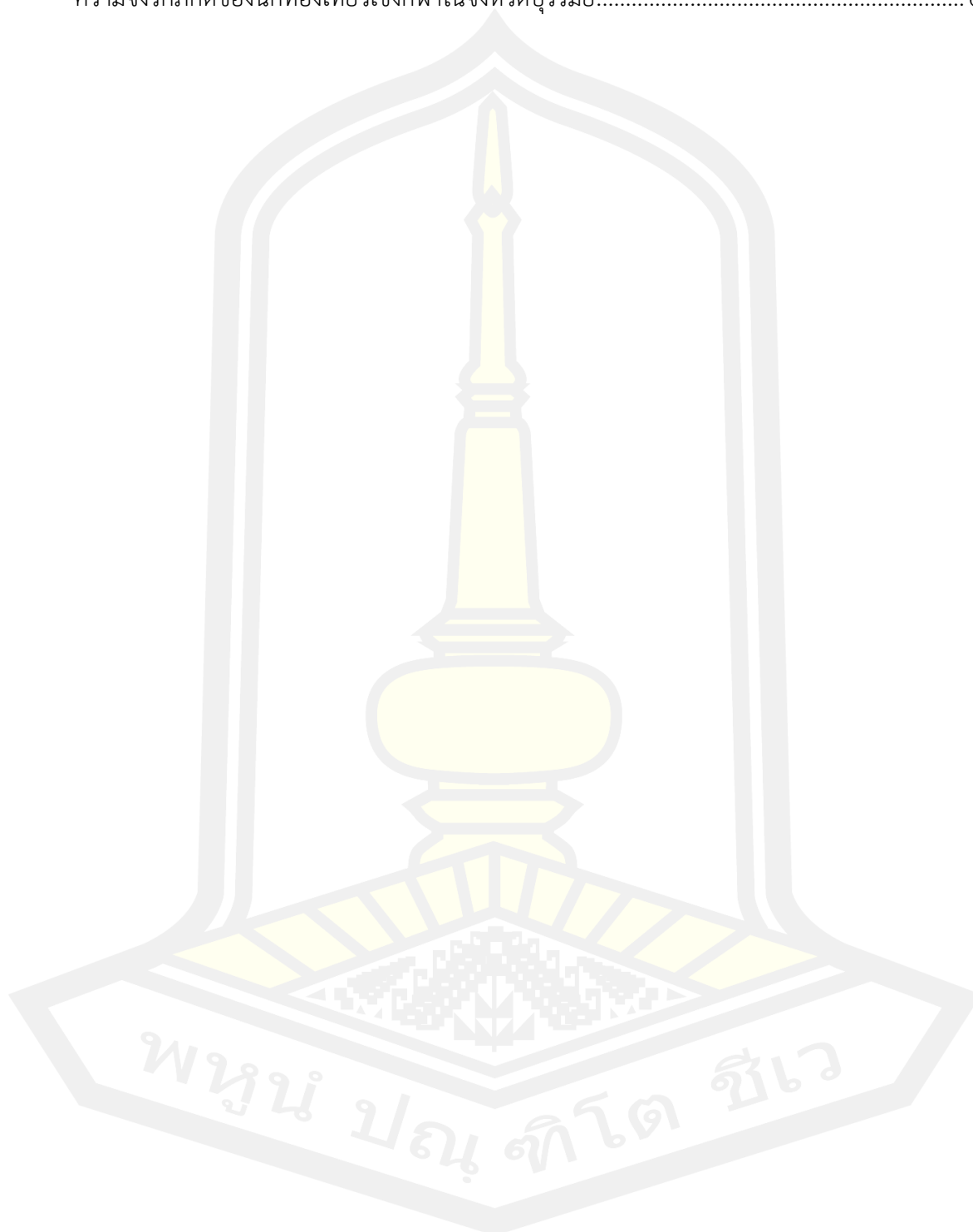
ประวัติผู้เขียน..... 124



สารบัญตาราง

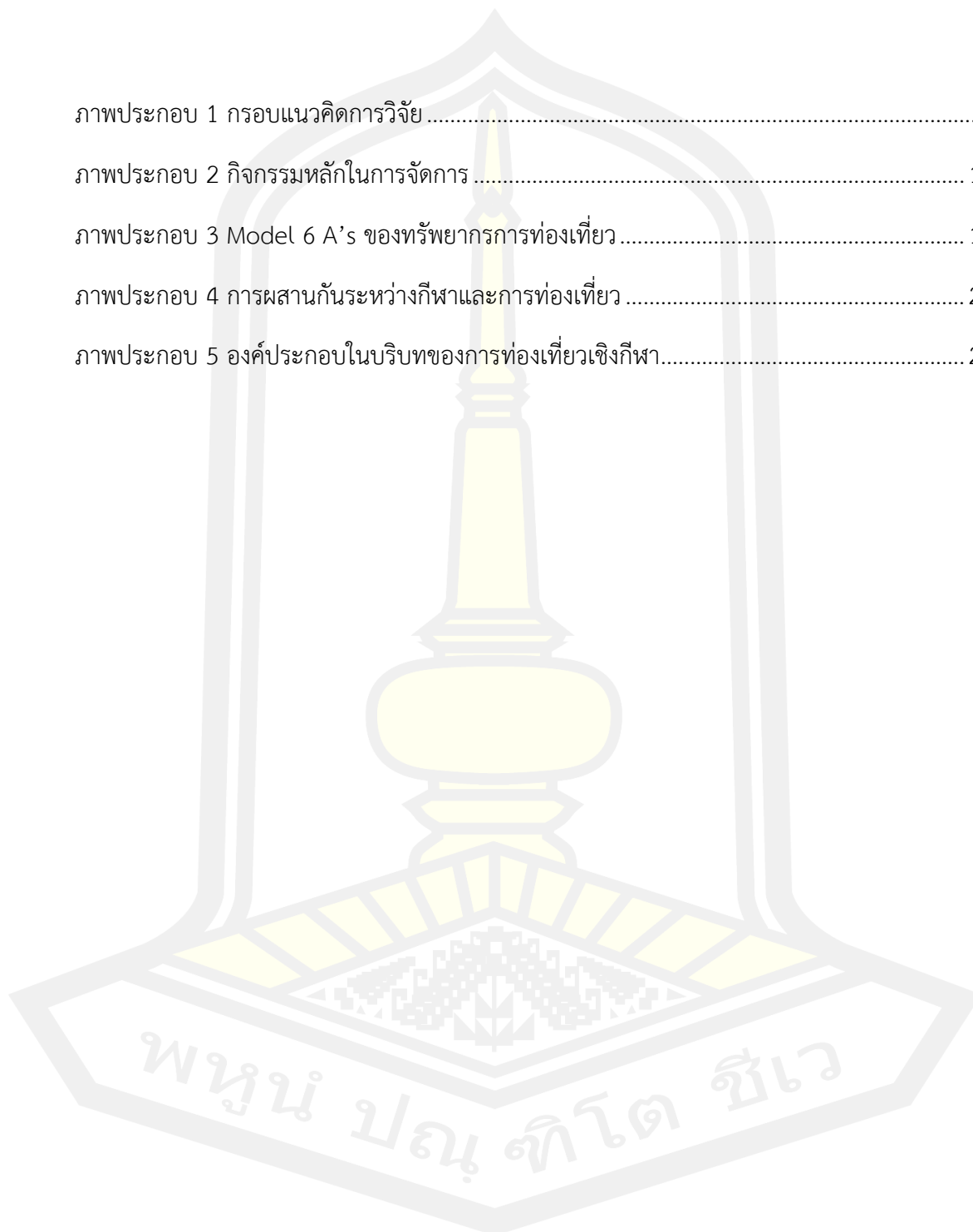
	หน้า
ตาราง 1 รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	19
ตาราง 2 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว.....	29
ตาราง 3 องค์ประกอบคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	30
ตาราง 4 ประเภทและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	33
ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม.....	62
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านความปลอดภัย.....	62
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่.....	63
ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ.....	63
ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	64
ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านผลจากการให้บริการ.....	65
ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม.....	65
ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ.....	66
ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการแนะนำต่อคนอื่น	67

ตาราง 15 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับ ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์.....	68
--	----



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพประกอบ 2 กิจกรรมหลักในการจัดการ.....	13
ภาพประกอบ 3 Model 6 A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยว.....	18
ภาพประกอบ 4 การผสมผสานกันระหว่างกีฬาและการท่องเที่ยว.....	27
ภาพประกอบ 5 องค์ประกอบในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	28



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่วนใหญ่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ส่งผลให้ภาคส่วนต่าง ๆ ร่วมกันสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น “การท่องเที่ยวเชิงกีฬา” (Sport Tourism) จึงจัดเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถดำเนินการจัดการจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับการมีแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละครั้ง มีความสนใจท่องเที่ยวเฉพาะทางด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย ประกอบกับมีความต้องการกิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของตนมากที่สุด (วัชรเชียงกุล และเทิดชาย ช่วยบำรุง, 2560)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว เพราะจากการสำรวจพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามักใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ถึง 3-4 เท่า ขณะเดียวกันยังใช้เป็นโอกาสประชาสัมพันธ์สถานที่จัดการแข่งขันให้ยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา แบ่งเป็น 3 รูปแบบ (Dash MV, 2564) ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเพื่อร่วมลงเล่นกีฬา จากเดิมที่การเดินทางเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬามีเฉพาะในกลุ่มนักกีฬามืออาชีพของกีฬาบางประเภท อาทิ กอล์ฟ รถแข่ง เรือใบ เทนนิส และฟุตบอล แต่ในระยะหลังเมื่อความนิยมออกกำลังกายมีมากขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพตนเอง อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในหลายประเทศนิยมจัดกิจกรรมกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ทั้งนักกีฬามืออาชีพและนักกีฬามือสมัครเล่นจำนวนมากสามารถเข้าร่วมได้ ประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติหลายรายการ อาทิ เชียงใหม่มาราธอนซึ่งมีผู้เข้าร่วมกว่า 11,000 คน โดยมีนักกีฬาต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันจาก 53 ประเทศ และกรุงเทพมหานครมาราธอนซึ่งมีผู้เข้าร่วมแข่งขันกว่า 37,000 คน โดยมีนักกีฬาต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันประมาณ 3,000 คน จาก 60 ประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยโปรโมทเมืองที่ใช้เป็นสถานที่จัดการแข่งขันให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย 2) การท่องเที่ยวเพื่อร่วมชมการ

แข่งขันกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมเชียร์นักกีฬาหรือชมการแข่งขันกีฬาในสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดการแข่งขันขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ อาทิ โอลิมปิกฤดูร้อน โอลิมปิกฤดูหนาว การแข่งขันรถยนต์ Formula One Grand Prix และฟุตบอลโลก และ 3) การท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของกีฬา เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของกีฬาหรือการเข้าค่ายฝึกกีฬากับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง อาทิ กีฬามวยไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละท้องถิ่นอย่างมวยไชยา มวยโคราช ล้วนมีส่วนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาเข้าคอร์สฝึกมวยไทยกับค่ายมวยที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้ การฝึกมวยไทยจะต้องใช้เวลาเรียนรู้และฝึกฝนสักระยะหนึ่งจึงจะสามารถออกอาวุธได้คล่องแคล่ว คาดว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจค่ายมวย และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ กางเกงมวยไทย เสื้อกล้าม นวม ผ้าพันมือ เป้าหมัด เป้าแตะ กระสอบทราย และน้ำมันมวย

จังหวัดบุรีรัมย์ถือเป็นต้นแบบของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถดึงดูดผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากกระแสการตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์จัดได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวของตน นอกเหนือจากการนาคำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเล็งเห็นถึงโอกาสในการมุ่งพัฒนาสู่เป้าหมายหลักเป็นเมืองกีฬามาตรฐานโลก โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญของประเทศไทย (บุรีรัมย์กูรู, 2557) สอดรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการมุ่งพัฒนาการกีฬาสู่สากล พร้อมเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้ควบคู่กันไป เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (สิงห์ชัย ผ่องบุรุษ, 2557) ทั้งนี้ นายเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ถือเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์สู่เมืองท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบผ่านการจัดทำสโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทั้งนี้สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้จัดทำการศึกษาสำรวจส่วนแบ่งหรือการครอบครองตลาดของสโมสรฟุตบอลต่าง ๆ ที่มีอยู่ในทุกระดับของประเทศไทย พบว่า สโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ดจัดเป็นสโมสรฟุตบอลที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดในประเทศไทย (ไทยรัฐออนไลน์, 2557) และมีสนามการแข่งขันฟุตบอลที่ได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทยประกอบกับการเกิดขึ้นของสนามการแข่งขันรถความเร็วสูง “ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” ซึ่งเป็นสนามแข่งรถที่ได้รับรองมาตรฐานโลกจากแห่งแรกของประเทศไทย จากการเกิดขึ้นของสนามแข่งขันฟุตบอลและสนามแข่งรถความเร็วสูง แสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยสำนักงานคลังจังหวัดบุรีรัมย์ชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จังหวัดมีการเพิ่มสูงขึ้นจาก 51,641.43 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2547 เป็น 75,181.57 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 50 โดยมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ ซึ่งถือเป็นอีกดัชนีหนึ่งที่บ่งชี้ว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ไทยรัฐออนไลน์, 2557)

จากการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเต็มรูปแบบของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีความโดดเด่นและมีการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นั้น ไม่เพียงสร้างการจดจำที่ดีของนักท่องเที่ยว ยังเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีและเกิดความชื่นชอบ มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เป็นผลให้เกิดความต้องการกลับไปท่องเที่ยวซ้ำหรือต้องการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นความภักดีทางการท่องเที่ยว ซึ่งความสำคัญของการท่องเที่ยวนั้นเริ่มจากความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว จนกระทั่งเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเดิม สิ่งเหล่านี้นำไปสู่ความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว สอดคล้องกับ กรวรรณ สังขกร (2559) ได้กล่าวถึงความภักดีทางการท่องเที่ยว อาจเกิดจากความสนใจ การเห็นคุณค่าจนกลายเป็นความรับรู้ องค์ประกอบด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งสะท้อนจากภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นไปในทิศทางเชิงบวก นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี และความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างยั่งยืน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสความได้เปรียบด้านการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากยิ่งขึ้นและสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยประยุกต์แนวคิดของ ประภัสสร มีน้อย (2560); ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ (2562); และกิตติมา แซ่โ (2559) ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

- 1.1 ความปลอดภัย (Safety)
- 1.2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Staff Service)
- 1.3 กระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (Process)
- 1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)

1.5 ผลจากการให้บริการ (Service Result)

2. ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยประยุกต์แนวคิดของ Chang และ Chen (2008); Stone Woodcock และ Machtynger (2000) ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

2.1 การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisiting)

2.2 การแนะนำต่อผู้อื่น (Recommend to others)

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด ความสัมพันธ์ของ ความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1. ด้านความปลอดภัย
2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่
3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
5. ด้านผลการให้บริการ



ความจงรักภักดี

1. ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ
2. ด้านการแนะนำต่อผู้อื่น

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

สมมติฐานของการวิจัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อทราบถึงระดับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเอกชนในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีความสามารถทางการแข่งขัน และนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 2,267,080 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน ได้โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตาราง Krejcie and Morgan (1970; อ้างถึงใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้แก่ หน่วยงานจัดการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

1. ภาคเอกชน ได้แก่

- 1.1 HR Manager ของสนามช้างอารีนา จำนวน 1 คน
- 1.2 ผู้จัดการสนามช้างอารีนา จำนวน 1 คน /ผู้จัดการสนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จำนวน 1 คน
- 1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม จำนวน 1 คน
- 1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน

2. ภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 คน

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

- 2.1.1 ด้านความปลอดภัย (Safety)
- 2.1.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Staff Service)
- 2.1.3 ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ (Process)
- 2.1.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) และ
- 2.1.5 ด้านผลจากการให้บริการ (Service Result)

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่

- 2.2.1 ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ
- 2.2.2 ด้านการแนะนำต่อผู้อื่น

3. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สนามช้างอารีนา และ สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ประเทศไทย

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ เมษายน-มิถุนายน 2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย 5 ด้าน

1.1 ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง สภาพที่คลาดแคล้ว พ้นจากภัย สภาพที่ไม่มีภัยอันตรายใดใดเกิดขึ้น ไม่อยู่ในสภาพความเสี่ยงหรือโอกาสการเกิดอุบัติเหตุ หรือการติดเชื้อโรค หมดไป

1.2 การให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Staff Service) หมายถึง การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การให้คำแนะนำและตอบข้อซักถามอย่างชัดเจนการให้บริการด้วยความสะดวกและรวดเร็วการเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ การให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร

1.3 กระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (Process) การดำเนินงานในด้านการ ให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง ระยะเวลาในการให้บริการมีความเหมาะสม ขั้นตอนในการให้บริการ

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) การอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านการบริการโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

1.5 ผลจากการให้บริการ (Service Result) ความพึงพอใจเกิดจากความคาดหวังและการรับรู้ ของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว หรือ บริการและยังส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้ซ้ำของนักท่องเที่ยว

2. ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ ได้แก่

2.1 การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisiting) คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีพันธะสัญญาว่าจะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ เกิดจากความชื่นชอบในด้านต่าง ๆ ในการบริการ

2.2 การแนะนำต่อผู้อื่น (Recommend to others) ของลูกค้า หมายถึง การแนะนำบอกต่อข้อมูลจากการเดินทางมาท่องเที่ยว แล้วเกิดความประทับใจหรือพึงพอใจ จึงมีการชักชวนบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยว และบอกเล่าประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยการเผยแพร่ผ่าน Facebook, Line และ Instagram

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมและเยี่ยมชมกิจกรรมกีฬาและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา

4. นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ผู้ที่มีสัญชาติไทยและมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เดินทางไปยังจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมและเยี่ยมชมกิจกรรมกีฬาและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา

5. การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การวางแผน การบริหาร การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกีฬา อันได้แก่ ฟุตบอล การแข่งรถ สถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับกีฬา เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และประทับใจ เกิดความจงรักภักดี กลับมาเที่ยวซ้ำ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเอกสารอ้างอิงออกเป็นประเด็นในการศึกษาข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดบุรีรัมย์

1. ประวัติความเป็นมา

นักโบราณคดีและนักประวัติศาสตร์ให้ข้อสันนิษฐานโดยสรุปว่า จังหวัดบุรีรัมย์เคยเป็นที่ตั้งอาณาจักรอันยิ่งใหญ่ รุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 12-16) เชื่อมต่อจนถึงสมัยลพบุรี (พุทธศตวรรษที่ 16-18) จากนั้นก็เริ่มเสื่อมอำนาจลงและแตกแยก อาจจะต้องด้วยเหตุภัยธรรมชาติหรือสงคราม ประชาชนกระจ่ายออกไปตั้งชุมชนเล็ก ๆ ตามป่าหรือชายแดนเรียกว่า “เขมรป่าดง” สมัยกรุงธนบุรี พ.ศ. 2319 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชขณะดำรงพระยศเจ้าพระยาจักรี เสด็จฯ มาทรงจัดระเบียบการปกครองเมืองนางรอง รวบรวมผู้คนเมืองตลุง เมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ และเมืองขุขันธ์ ก่อตั้งเป็นเมืองใหม่ ณ ชัยภูมิป่าทุ่งต้นแป๊ะเรียกว่า “เมืองแป๊ะ” คือเมืองบุรีรัมย์ปัจจุบัน ความชอบครั้งนี้ ได้รับพระราชทานพระอิสริยยศ เป็นสมเด็จเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก พ.ศ. 2550 ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้กระทรวงมหาดไทยปรับปรุง

จังหวัดบุรีรัมย์หมายถึงเมืองแห่งความรื่นรมย์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญน่าเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่ง

โบราณสถานศิลปะแบบขอมโบราณที่มีอยู่มากมายกระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี และเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรม จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม”

ขณะเดียวกันบุรีรัมย์ก็มีบทบาทสำคัญในด้านอุตสาหกรรมอีกสถานะหนึ่งเพราะเป็นแหล่งผลิตหินก่อสร้างแหล่งใหญ่ที่มีคุณภาพดีที่สุดของประเทศ โดยเฉพาะในย่านอำเภอเมืองบุรีรัมย์ อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติฯ สามารถส่งหินจำหน่ายให้แก่จังหวัดต่าง ๆ ในเขตภาคอีสานตอนล่างและภาคอื่น ๆ

2. ลักษณะทางกายภาพ

ตำแหน่งที่ตั้ง

จังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ ประมาณ 385 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 376 กิโลเมตร

ขอบเขตจังหวัด

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคามจังหวัดสุรินทร์

ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดสระแก้ว และประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา

พื้นที่จังหวัด

จังหวัดบุรีรัมย์ มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้น 10,393.945 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,451,178.125 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6.11 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และคิดเป็นร้อยละ 2.01 ของพื้นที่ประเทศไทย

3. ข้อมูลเศรษฐกิจ

สภาพทางเศรษฐกิจ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ ขึ้นกับการผลิต 4 สาขาหลัก ได้แก่ สาขาเกษตร สาขาการค้า สาขาอุตสาหกรรม และสาขาการบริการ

ส่วนภาคการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอารยธรรมขอมโบราณ เช่น ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เขาอังคาร เขาปลายบัด บุรีรัมย์เป็นเมืองภูเขาไฟ มีภูเขาไฟที่ดับแล้ว จำนวน 6 แห่ง มีปล่องภูเขาไฟที่ชัดเจน โดยเฉพาะที่เขาคะโดง ในเขตอำเภอเมืองฯ ซึ่งจังหวัดกำลังพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ พื้นที่ชุ่มน้ำบุรีรัมย์ (อ่างเก็บน้ำสนามบิน อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

และอ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ วนอุทยานเขากระโดง มีแหล่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ได้แก่ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ในต้นเดือนเมษายนของทุกปี เตาเผาเครื่องเคลือบพันปี ศูนย์หัตถกรรมอำเภอนาโพธิ์ และศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สนามฟุตบอลไอโมบาย สเตเดียม สนามแข่งรถบุรีรัมย์ช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และจุดผ่อนปรนการค้าช่องสายตะกู

4. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยเดินทางรถยนต์ประมาณ 412 กิโลเมตร มีเนื้อที่รวม 10,322,885 ตารางกิโลเมตร ซึ่งในจังหวัดบุรีรัมย์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น วนอุทยานภูเขาไฟภูกระโดง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เพ ลา เพลิน ซึ่งเป็นอุทยานไม้ดอกไม้ประดับ พันธุ์ไม้หายากมาไว้ที่จังหวัดบุรีรัมย์ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญ เช่น สนามช้าง อารีนา และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในบริเวณสโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สนใจและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลให้เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นอกจากนี้ ยังมีสนามแข่งรถยนต์ระดับโลกอย่างสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เพื่อรองรับผู้ที่สนใจชมการแข่งขันให้มาที่จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์มีศักยภาพเพียงพอในการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวทางประเพณีวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แม้ว่าที่ผ่านมาจังหวัดบุรีรัมย์ จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีจำนวนไม่น้อย แต่ตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัด บุรีรัมย์ ค่อนข้างเงียบเหงาและเติบโตช้า ๆ จังหวัดบุรีรัมย์ถือเป็นเมืองผ่านของนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่น ๆ ข้างเคียง แต่ในช่วง 8 – 9 ปี ที่ผ่านมา จังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นเชิงการกีฬา จาก การที่จังหวัดบุรีรัมย์มีสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานระดับโลก และสนามแข่งรถที่ได้มาตรฐานโลก ประกอบกับจังหวัดบุรีรัมย์มีนโยบายที่จะทำจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็นเมืองแห่งกีฬา “Sports City” และได้มีการจัดงาน กิจกรรมทางด้านการกีฬาอยู่เป็นประจำจึงส่งผลทำให้มีประชาชนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศไทย จนได้รับการ ยกย่องว่า เป็นเมืองต้องห้าม...พลาดและเปลี่ยนจากเมืองผ่านให้เป็นเมืองพักของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผล ให้ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว การโรงแรม ร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ มีรายได้ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วท่องเที่ยว ทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น จากปรากฏการณ์ ดังกล่าว หากมีการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน และประชาชนร่วมมือกันจะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดและบุรีรัมย์มีความเติบโตและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมี

ความใกล้ชิดกับพื้นที่มาก ที่สุด จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ร่วมกับโครงการชลประทานจังหวัด และอีกหลายหน่วยงานในสังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมบูรณาการออกแบบและจัดสร้างถนนไบค์เลนรอบพื้นที่ชุ่มน้ำ อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก ตำบลเสม็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ระยะทางกว่า 18 กิโลเมตร เป็นจุดพักผ่อนชมวิว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ชมนก ที่มีทั้งนกกระเรียนพันธุ์ไทยที่ใกล้สูญพันธุ์ ที่ทางองค์การสวนสัตว์ฯ ร่วมกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นำมาเพาะเลี้ยงปล่อยคืนสู่ธรรมชาติ นอกจากนั้น ยังมีนกประจำถิ่น และนกอพยพหนีหนาว ที่ได้เข้ามาหากินและอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากรวม 100 ชนิด ซึ่งถือว่าจังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม (วรพรรณ แดงพุททางกูร, 2564)

แผนพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ (พ.ศ. 2561 – 2565)

**เป้าหมายการพัฒนา : ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกีฬา
มาตรฐานโลก เศรษฐกิจมั่นคง สังคมเข้มแข็ง**

1. ด้านเศรษฐกิจ “เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอม กีฬา มาตรฐานโลก และการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้พื้นฐานของการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย”
2. ด้านสังคมและคุณภาพชีวิต “คนบุรีรัมย์มีคุณภาพชีวิตที่ดี มั่นคง ยั่งยืน บนพื้นฐานความพอเพียง”
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม “ทรัพยากรธรรมชาติสร้างสรรค์ชีวิตและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ : กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด)

5. การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

การส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ปรับเปลี่ยนโฉมหน้าของเมืองบุรีรัมย์ให้เหมาะสมกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับโลกได้ ได้แก่ ถนนที่เรียบเป็นระดับและกว้างขวางพื้นที่จอดรถ และขนส่งผู้ชมจากเมืองไปสนามกีฬาและสนามแข่งรถการปรับปรุงสนามบินเพื่อให้สะดวกต่อการเดินทางของนักกีฬาและแฟนกีฬาปัจจัยสำคัญอันดับสอง คือการเติบโตของฟุตบอล ลีกไทยโดยรวมมีการสร้างทีมบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต ที่แข็งแกร่งในระดับชั้นนำทั้งในไทยและเอเชีย รวมถึงการสร้างสนามให้สวยงามมีมาตรฐานยอมกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบฟุตบอลและปัจจัยอันดับสามคือการชะลอการพัฒนาของจังหวัดข้างเคียงนครราชสีมาเป็นจังหวัดใหญ่มีประชากรมากมีความเจริญมายาวนานนั้นทำให้ขาดความคล่องตัวการบริหารจัดการ นอกจากนี้ ยังมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์อันประกอบด้วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์โดยพัฒนาระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

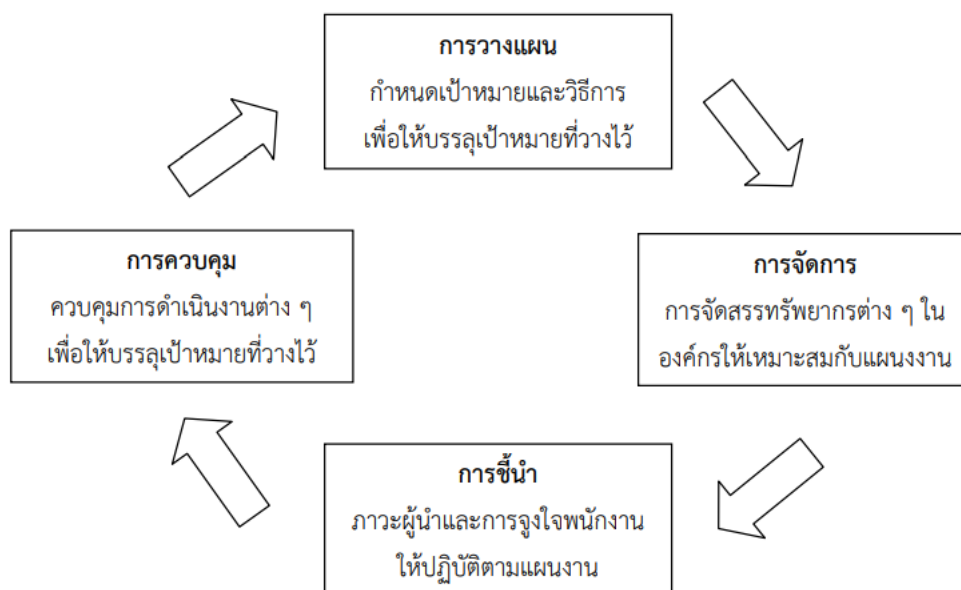
และสร้างการเผยแพร่ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เกศรินทร์ วิมลธาดา และจรัสพงศ์ คลังกรณ์ (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีผลมาจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับโลกได้ปัจจัยอันดับสอง คือการเติบโตของฟุตบอลลีกไทยโดยการสร้างทีมบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด รวมถึงการสร้างสนามฟุตบอลมีมาตรฐาน ย่อมกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบฟุตบอล และปัจจัยอันดับสามคือความรุ่งโรยและการขาดวิสัยทัศน์ของจังหวัดข้างเคียง ปัจจัยทั้งสามข้อเมื่อผนวกความเป็นเอกชนที่ริเริ่มและก่อสร้างได้อย่างรวดเร็วก็ช่วยขับเคลื่อนในการพลิกฟื้นเมืองทางผ่านให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ระดับต้องห้ามพลาดโดยปัจจัยอันดับแรกเกี่ยวข้องกับการเมืองโดยนายเนวิน ชิดชอบ ช่วยหนุนเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ปรับเปลี่ยนโฉมหน้าของเมืองบุรีรัมย์ให้เหมาะสมให้บุรีรัมย์ก้าวขึ้นมาเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำจากเมืองที่เคยเงียบเหงาและเป็นเมืองผ่าน ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว กลับมาเป็นเมืองที่มีชีวิตใหม่อีกครั้ง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความหมายของการจัดการ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการจัดการไว้ดังนี้

Robbins และ DeCenzo (2005; อ้างถึงใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550) กล่าวว่า การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (Process) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ขบวนการ (Process) ในความหมายของการจัดการนี้ หมายถึง หน้าที่ต่าง ๆ ด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มน้าองค์การ และการควบคุม เกี่ยวกับหน้าที่และขบวนการจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับ ดรัคเกอร์ (Druck, 2006; อ้างถึงใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550) กล่าวไว้ว่า การจัดการ หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทางการจัดการ ซึ่งรวมถึงกิจกรรม 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การขึ้น ๑ และการควบคุมองค์การ นอกจากนี้กิจกรรมการจัดการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การตัดสินใจในการบริหารจัดการการจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบริหารกลุ่ม และการจัดการในสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 กิจกรรมหลักในการจัดการ
ที่มา: Dalf (2006; อ้างถึงใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การจัดการหมายถึง กระบวนการที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ โดยเกิดจากการวางแผน การจัดการ การขึ้นนำ/สั่งการ และมีการควบคุม เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ประสบความสำเร็จในที่สุด

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์เพื่อสร้างความผ่อนคลาย ความสุขในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยว ดังนี้

Goeldner และ Ritchie (2006) กล่าวว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการกระทำและ กิจกรรมของมนุษย์ที่เดินทางจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งอยู่นอกชุมชนของพวกเขา โดยมีวัตถุประสงค์ก็ติดตามยกเว้นการเดินทางออกไปทำงานประจำวัน

Ge e และ Choy (1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากบ้านและเดินทางเพื่อไปอาศัยยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน

Coltman (1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวคือรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน โดยความเกี่ยวข้องขององค์ประกอบทั้ง 4 ที่กล่าวมาต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

McIntosh และ Goelder (1984) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่รวมเอา ปรากฏการณ์ต่าง ๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ดำเนินธุรกิจ ประเทศเจ้าภาพ ประชาชน และบริการต่าง ๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันเชื่อมโยงเกี่ยวพันกับกิจกรรมหรือส่งถึงความพึงพอใจด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว

Pond (1993) กล่าวว่า การท่องเที่ยว คือ กิจกรรมที่มุ่งเน้นการให้บริการและอำนวยความสะดวก สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

สำหรับนักวิชาการของไทย ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายถึงเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน แต่เป็นการเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้เพื่อเล่นกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง กันนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนันทนาการจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเป็นการเดินทางไป ด้วยความสมัครใจไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือการประกอบอาชีพ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางแบบชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การบังคับหรือการว่าจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมเยียนมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

พรพิมล ศรีธเรศ (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ปกติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มิใช่การเดินทางเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ และใช้เวลาสั้นที่สุดคือ 24 ชั่วโมง

นิตา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทางและจะต้องมีกิจกรรม 3 เรื่องนี้เป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการรับประทานอาหาร

จากความหมายของการท่องเที่ยวที่กล่าวมา จึงสามารถระบุถึงลักษณะของการท่องเที่ยวได้ดังที่ ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2537) ได้อธิบายถึงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) การเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่ถูกบังคับ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

ผู้วิจัยสรุป ความหมายของการท่องเที่ยว ได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการผสมผสานการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ โดยอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการแข่งขันกีฬา การออกกำลังกาย การชมการกีฬา หรือการชมสถานที่ที่จัดการแข่งขันกีฬา ความสนุกสนาน การศึกษา ศาสนา เยี่ยมเยียนมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ หลักการ Model 6A's ของ Buhalis ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการเสริม (Ancillary Service) (Buhalis, 2000) มีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ถือเป็นองค์ประกอบหลักในสถานที่ท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เส้นทางคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นตลอดจนต้องสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้เคียงได้ หากมีความสะดวกในการเดินทางก็จะยิ่งเพิ่มความประทับใจได้มาก

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสุข ความสบายใจ ความประทับใจ อยากรใช้เวลาในการท่องเที่ยวนานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร โทรศัพท์ แผนที่ ร้านขายของ เป็นต้น

4. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) เป็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย อาจเป็นการเตรียมการโดยเจ้าของรีสอร์ท หรือหน่วยงานภาครัฐที่อาจจัดโปรโมชั่นเสริมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ตามความถนัดและความสนใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมผจญภัยเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบความท้าทายต้องการความแปลกใหม่ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการให้คำแนะนำดูแลเพื่อความปลอดภัยในเบื้องต้น เช่น การกระโดดร่ม ปีนหน้าผา ไรยตัว ล่องแก่ง เป็นต้น แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพกิจกรรมที่

นิยมมาก คือ การทำสปา ชัดผิว รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การดูนก ส่องสัตว์ ท่องเที่ยวชมประเพณีวัฒนธรรมและอื่น ๆ

6. การบริการเสริม (Ancillary Service) หมายถึง การบริการที่นอกเหนือจากการบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ร้านอินเทอร์เน็ต โดยปกติบริการเหล่านี้ภาครัฐจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์ได้ของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Dickman (1996) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) เสนอว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น หาดทราย ทะเล ภูเขา ป่าไม้ที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาท วัด วัง เมืองโบราณ หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำหรือการมีลักษณะของกิจกรรมเหตุการณ์เฉพาะสำคัญ ๆ เช่น งานประเพณีของท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผาชาติ การแห่เทียนเล่นไฟ การแสดงแสงสีเสียง เป็นต้น โดยสถานที่ดังกล่าวก่อให้เกิดความบันเทิงใจและมีเสน่ห์เฉพาะตัว นอกจากนี้ ราคาค่าเข้าชมทรัพยากรการท่องเที่ยวก็มีส่วนดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมด้วย

2. ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างปลอดภัยมีความสะดวกสบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง และเข้า-ออก ได้อย่างสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ ตลอดจนทำเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน เพราะถ้าขาดเส้นทางคมนาคมที่ดีแล้วแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีคุณค่าเพียงใดก็ตามก็ย่อมไร้ความหมาย

3. บริการอำนวยความสะดวก (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากเจ้าของพื้นที่ เป็นการสร้างความสุขความประทับใจด้วยการแสดงไมตรีจิต ซึ่งสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะคือ การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นด้วยการส่งยิ้ม พุดคุย ทักทาย ให้บริการเล็ก ๆ น้อย และการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในยามที่ประสบปัญหา ด้วยการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำตักเตือน

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องมีไว้เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสุข ความสะดวกสบาย และความประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก

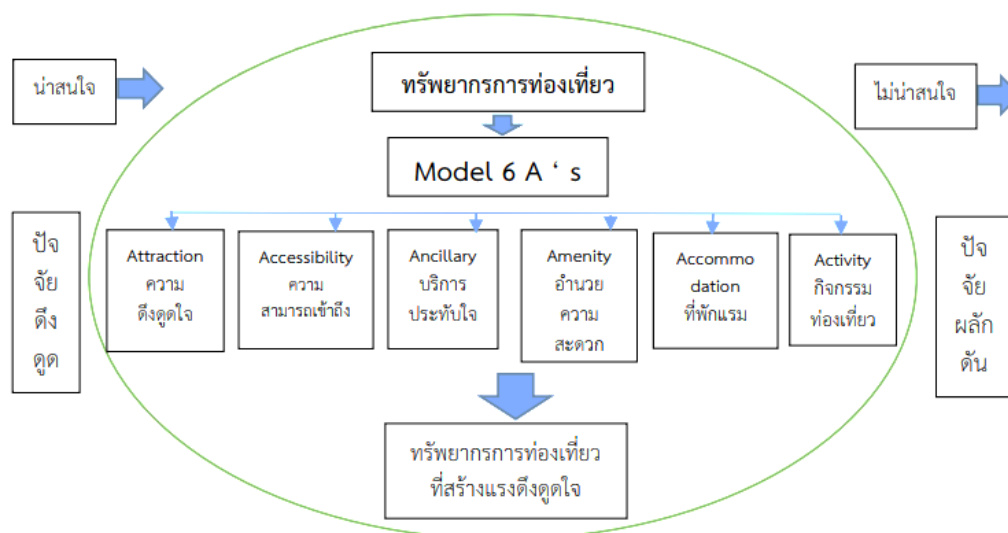
สะดวกที่สำคัญ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการเข้า-ออก เมือง ถือเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวผ่านเข้ามาในประเทศ ได้แก่ การตรวจหนังสือเดินทาง การขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น ลำดับต่อมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ และสุดท้าย คือสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าเพื่อศึกษา ระบบนิเวศเขตร้อน การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำรูปแบบต่าง ๆ การพายเรือแคนู การตกปลาหมึกในทะเล ซีจักรยาน ว่ายน้ำส่องนก ตลอดจนการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำน้ำ การเกี่ยวข้าว การทำอาหาร และการร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้จะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน

6. ที่พักแรม (Accommodation) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับแตกต่างกัน กำหนดราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชาวน่า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

Model 6 A's ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยที่สร้างแรงดึงดูดใจ 6 ประการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ อาจสรุปได้ตามภาพประกอบ 3 ดังนี้





ภาพประกอบ 3 Model 6 A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ที่มา: นรินทร์ สังข์รักษา (2559)

แนวคิด Model 6 A's ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง The Emergence of Sport Event Tourism in Buriram ของ กุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2557) กล่าวถึง วัตถุประสงค์การวิจัยว่า เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีแนวคิด การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความดึงดูดใจ โดยใช้องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของ Buhalis 6 A's ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิจัยที่สามารถนำไปวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของบุรีรัมย์ คือ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว ควรมีการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้ก่อประโยชน์เพื่อส่วนรวม และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตระหนักและความรับผิดชอบต่อองค์ประกอบที่กล่าวมา ทำให้สามารถจำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น การท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น แรงจูงใจในการเดินทางระยะเวลา ประเภทของกิจกรรม เป็นต้น โดยองค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เป็น 3 รูปแบบ (Goeldner and Ritchie, 2006) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปตามแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

2. การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางแหล่งประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หรือการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบทหรือชุมชน (Rural Tourism/Village Tourism)

3. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสานนอกจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติได้ให้ไว้แล้วนั้น ยังสามารถจัดประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่สำนักงานสถิติ เศรษฐกิจและสังคมและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้เป็น 8 ประเภท แยกตามกิจกรรม มีรายละเอียดปรากฏดังตาราง 1 (สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2557)

ตาราง 1 รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเพื่อการดูแล รักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมเป้าหมายของการท่องเที่ยว หรือเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเรียนรู้ วิธีการรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจ ให้ได้ความสุขประทับใจเพิ่มพูนความรู้ในการรักษาคุณค่าของคุณภาพชีวิตที่ดี กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลัก ๆ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เช่น การผ่าตัดเสริมความงามหรือทำศัลยกรรมพลาสติกการลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพเบื้องต้น การทำฟัน และ

ตาราง 1 (ต่อ)

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
	รักษาสุขภาพฟัน การทำ เลสิก การเข้าคอร์สทำ D-tox หรือการล้างพิษในร่างกาย 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบ/ประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่/สปา
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม มีความใส่ใจ มีจิตอนุรักษ์ โดยครอบคลุมการท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติ การแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ท้าทายโดยเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจระหว่างกัน และอนุรักษ์ธรรมชาติให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก โดยประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้ 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การส่องสัตว์ การดูนก การชมผีเสื้อ การนั่งช้าง 2) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น การปีนผา ปีนเขา ไรยตัวจากน้ำตก การปั่นจักรยาน การล่องแก่ง การพายเรือแคนู เรือคายัค การเที่ยวถ้ำ 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และผจญภัย เช่น การเดินป่า การดำน้ำ
3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการศึกษา หรือสร้างความเพลิดเพลินในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์ม ปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงามและได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบทชนบทธรรมนิยม วัฒนธรรม ประเพณี โดยครอบคลุมกิจกรรม เช่น การชมไร่นาด่าง ๆ การชมสวนผลไม้การชมสวน
4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น

ตาราง 1 (ต่อ)

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
	มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการชื่นชม ศึกษา สิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะในแขนงต่าง ๆ และสิ่งอื่น ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย หรือมีความตั้งใจในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นศิลปวัฒนธรรมประเพณี
6. การท่องเที่ยวทางเรือ	การท่องเที่ยวทางเรือ หมายถึง การท่องเที่ยวโดยมีเรือเป็นพาหนะเดินทางด้วยระดับความเร็วที่ไม่มากนักไปตามเส้นทางน้ำที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนและความเพลิดเพลินจากการเดินทาง เช่น การล่องเรือเพื่อรับประทานอาหาร การล่องเรือสำราญที่มีบริการที่พักบนเรืออย่างครบ
การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (นันทนาการและบันเทิง)	การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่มีได้มีความสำคัญ หรือมีความสำคัญน้อยในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาหรือวัฒนธรรม แบ่งได้เป็น 6 ประเภทได้แก่ 1) ย่านบันเทิง/แหล่งบันเทิง 2) สวนสัตว์ 3) สวนสนุก 4) สวนสาธารณะ/สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ 5) พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง 6) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์/อุตสาหกรรม/เทคโนโลยี

ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

Turco Riley และ Swart (2002) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมกีฬาที่ได้กำหนดไว้ ทั้งการมีส่วนร่วมเพื่อการแข่งขัน ความบันเทิง เพื่อการศึกษาหรือเพื่อพักผ่อนและนันทนาการ

Hinch และ Higham (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางที่มีกีฬาเป็นหลัก (Sport-based Travel) โดยเดินทางออกไปจากสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ในระยะเวลาที่จำกัด มีกิจกรรมกีฬาเป็นตัวกำหนดไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬา การเล่น หรือการเข้าร่วมเพื่อออกกำลังกาย

McIntosh และ Goeldner (2002) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาตามความถนัดและความสนใจในกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น และสกีน้ำ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้ชีวิตมีคุณค่าเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการชาวไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ดังนี้
 โศรยา หอมชื่น (2551) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า มีลักษณะที่หลากหลาย ดังนี้

1. การเดินทางที่ไม่ใช่เหตุผลเพื่อธุรกิจ แต่เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือสังเกตการณ์ในสถานที่ที่อยู่ห่างไกลจากที่อยู่อาศัยปกติ
2. เป็นรูปแบบของพฤติกรรมการพักผ่อนของประชาชน เช่น การใช้เวลาในช่วงวันหยุดเดินทางไปในสถานที่ที่มีความดึงดูดทางธรรมชาติ และอีกส่วนคือมีกิจกรรมทางกีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเป็นจุดสนใจ
3. เป็นการใช้เวลาในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชมหรือการแข่งขัน
4. การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่อยู่อาศัยปกติเพื่อเข้าร่วมหรือเข้าชมกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายภาพหรือกีฬา
5. การเข้าไปร่วมกับกิจกรรมกีฬาทุกประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลในเชิงธุรกิจและไม่เชิงธุรกิจที่จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ
6. ผู้เยี่ยมชมชั่วคราวที่มีการพำนักอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ส่วนสถานที่เป็นสิ่งดึงดูดใจรองลงไป
7. บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือกีฬาเพื่อนันทนาการไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม

ในส่วนของผู้วิจัยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมและเยี่ยมชมกิจกรรมกีฬาและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา โดยนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีทั้งทางตรง (Active) และทางอ้อม (Passive) นักท่องเที่ยวทางตรงจะเดินทางมาเพื่อเล่นแข่งขันกีฬา หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมในระหว่างวันหยุดตามความถนัดความสนใจ กิจกรรมกีฬาเหล่านั้น ได้แก่ กอล์ฟ เทนนิส ปั่นจักรยาน เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวทางอ้อมจะเป็นส่วนของการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกีฬา สนามแข่งขันที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทั้งเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรมและเพื่อเยี่ยมชม โดยบทบาทของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Kurtzman และ Zauhar (1997) จำแนกประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 กลุ่ม โดยแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างแรงจูงใจ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว และองค์ประกอบเชิงพื้นที่ซึ่งมีผลต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

1. กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นกิจกรรมการแข่งขันเกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดหนึ่ง สามารถจำแนกได้หลากหลายตามระดับความสำคัญ เวลาและสถานที่ ในการจัดกิจกรรม คุณลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้นในมุมมองของการจำแนกตามระดับความสำคัญกิจกรรมเชิงกีฬาจัดขึ้นตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัด ภูมิภาค ประเทศ ทวีป นานาชาติและระดับโลก ในด้านเวลาและสถานที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเลือกจัดยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่งอย่างเป็นทางการถาวรตลอดไปหรือเป็นการชั่วคราวก็ได้ ในลักษณะของกิจกรรมจะจัดในรูปแบบของมือสมัครเล่นหรือจัดเฉพาะระดับมืออาชีพได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถสร้างความดึงดูดใจจากสื่อมวลชน ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬา ผู้ฝึกสอน บุคคลทั่วไป นอกจากนี้ กิจกรรมเชิงกีฬายังสามารถผสมผสานกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับกิจกรรมได้ เช่น การจัดการแข่งขันเรือมังกรบนเกาะฮ่องกง ในทุกวันที่ 5 เดือน 5 ของทุกปี กิจกรรมเชิงกีฬายังหมายถึง มหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ อาทิ กีฬาโอลิมปิก หรือกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้เฉพาะในกรณีได้รับเชิญ เช่น กีฬาสี (League Game) มาราธอน โบว์ลิ่ง เป็นต้น

โดย Saayman (2002; อ้างถึงใน สัจจา ไกรสรรัตน์, 2560) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรพิจารณาจากแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางที่มีกิจกรรมทางกายเป็นแรงดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว ครอบคลุมทั้งในส่วน of นักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งนักกีฬาและผู้ชม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง โดยมีชนิดกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ต้องใช้ทักษะมีกฎกติกาวิธีการเล่นเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดใจ อธิบายในมุมมองของธุรกิจท่องเที่ยวและกีฬา ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ชมกีฬาคือนักท่องเที่ยว ส่วนชนิดกีฬาหรือกิจกรรมกีฬา

คือ ผลผลิตทางด้านการท่องเที่ยว ชุมชนสถานที่หรือเมืองที่ใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การดึงดูดใจ ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ ทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งหมายถึง ชนิดกีฬา ประสบการณ์การบริการตลอดจนทรัพยากรอื่น ๆ แก่ นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว เพราะจากการสำรวจ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามักใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ถึง 3-4 เท่า ขณะเดียวกันยังใช้เป็นโอกาสประชาสัมพันธ์สถานที่จัดการแข่งขันให้ยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้ด้วย ล่าสุดบริษัทวิจัยการตลาด Technavio คาดว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีมูลค่า 5.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 32% ต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2559-2564 ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย

1. การท่องเที่ยวเพื่อร่วมลงเล่นกีฬา เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่การเดินทางเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬากระจุกตัวอยู่เฉพาะในกลุ่มนักกีฬามืออาชีพของกีฬาบางประเภท อาทิ กอล์ฟ รถแข่ง เรือใบเทนนิส และฟุตบอล แต่ในระยะหลัง เมื่อความนิยมออกกำลังกายมีมากขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพตนเอง อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในหลายประเทศนิยมจัดอีเวนต์ที่ผนวกกิจกรรมกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ทั้งนักกีฬามืออาชีพและนักกีฬามือสมัครเล่นจำนวนมากสามารถเข้าร่วมได้ ที่เห็นได้ชัดคือการวิ่งมาราธอนหรือปั่นจักรยาน ซึ่งอีเวนต์รูปแบบดังกล่าวทั้งที่เป็นงานใหญ่และงานเล็ก จะมีจัดขึ้นตลอดทั้งปี และมีหลายอีเวนต์ที่ประสบความสำเร็จมากจนสถานที่ไม่สามารถรองรับผู้สนใจได้ทั้งหมด อาทิ งานโตเกียวมาราธอน 2018 ซึ่งใช้เส้นทางวิ่งผ่านสถานที่ท่องเที่ยวชื่อดังของเมืองโตเกียว ที่ต้องมีการจับฉลากเพื่อเลือกผู้เข้าร่วมงานได้จริงราว 3 หมื่นคนจากผู้สนใจลงชื่อเข้าร่วมสมัครถึงกว่า 3 แสนคน สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมลงเล่นกีฬามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประเทศไทยมีการจัดการแข่งขันที่ได้รับความนิยมทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติหลายรายการ อาทิ เชียงใหม่มาราธอนซึ่งมีผู้เข้าร่วมกว่า 11,000 คน โดยมีนักกีฬาต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันจาก 53 ประเทศ และกรุงเทพฯมาราธอนซึ่งมีผู้เข้าร่วมแข่งขันกว่า 37,000 คน โดยมีนักกีฬาต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันประมาณ 3,000 คน จาก 60 ประเทศ ซึ่งมีสวนช่วยโปรโมตเมืองที่ใช้เป็นสถานที่จัดการแข่งขันให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย

2. การท่องเที่ยวเพื่อร่วมชมการแข่งขันกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมเชียร์นักกีฬาหรือชมการแข่งขันกีฬาในสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดการแข่งขันขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ อาทิ โอลิมปิกฤดูร้อน โอลิมปิกฤดูหนาว การแข่งขันรถยนต์ Formula

One Grand Prix และฟุตบอลโลก ทั้งนี้ นอกจากการแข่งขันกีฬาซึ่งเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน เช่น บาสเกตบอล ฟุตบอล และเทนนิส ที่มีผู้เข้าร่วมชมเป็นประจำอยู่แล้ว ล่าสุดยังมีกีฬาใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมชมกีฬาได้จำนวนมาก คือ การแข่งขันผ่านเกมคอมพิวเตอร์ หรือ E-Sports (Electronics Sports) โดยพบว่าจำนวนผู้ชมการแข่งขัน E-Sports ในสนาม Madison Square Garden (สนามกีฬาอเนกประสงค์ในสหรัฐฯ) มีจำนวนมากกว่าผู้เข้าชมการแข่งขันบาสเกตบอล NBA ซึ่งเป็นกีฬายอดนิยมของชาวอเมริกันเลยทีเดียว ทั้งนี้ บริษัทวิจัยตลาดชื่อดังอย่าง PwC คาดว่าในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า E-Sports จะเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากกีฬาฟุตบอล ซึ่งกระแสดังกล่าวคาดว่าจะกระตุ้นให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาโดยรวมของโลกเพิ่มขึ้นสำหรับประเทศไทย จังหวัดบุรีรัมย์ถือเป็นต้นแบบของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถดึงดูดผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554; อ้างถึงใน สัจจา ไกรศรีรัตน์, 2560) แนวโน้มการเข้าร่วมมหกรรมกีฬาต่าง ๆ มีอัตราสูงขึ้นในทุกระดับของสังคม มีการขยายตัวของสังคมที่กว้างขึ้นในทุกกลุ่มอายุ การเดินทางท่องเที่ยววันหยุดของกลุ่มเยาวชนมีเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งการเดินทางแบบในช่วงวันหยุดสั้น ๆ (Short Breaks) มีสูงมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวแบบ Active คือนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา และนักท่องเที่ยวแบบ Passive คือนักท่องเที่ยวที่เป็นเพียงผู้ชมกีฬา (ไศรยา หอมชื่น และฐานิช ลิ้มตระกูล, 2555)

2. กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผสมผสานกับการพักผ่อน มีสิ่งจูงใจเป็นการเล่นกีฬาในรีสอร์ทพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ตัวอย่างของกีฬาในรีสอร์ท ได้แก่ กอล์ฟ สกิ พิตเทนส ตกปลา ซิม่า เทนนิส ที่จัดขึ้นในรีสอร์ท รูปแบบของการจัดกิจกรรม เช่น การสอน การฝึกอบรม การฝึกปฏิบัติ และการเข้าค่ายเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขัน เป็นต้น

3. สถานที่และสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬา (Sport Attractions) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชน ภูมิภาค ประเทศ เป็นสิ่งดึงดูดใจในบริบทของพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกาย (Physical Activities) ก่อให้เกิดพลังและสนับสนุนให้เกิดการเล่นกีฬาในลักษณะต่าง ๆ ที่หลากหลายรูปแบบ ดังนี้

3.1 สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาในพื้นที่ เช่น ศูนย์กีฬาครบวงจร สนามแข่งขัน สนามฟุตบอล (Stadiums) สนามกีฬากลางแจ้ง (Arenas) สนามกีฬาในร่ม (Domes) ที่สามารถบริหารจัดการแข่งขันกีฬาชนิดต่าง ๆ ได้ รวมถึงพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับกีฬา หรือสถานที่ที่เคยจัด

กีฬาสำคัญ ๆ ในอดีต อาทิ สนามกีฬาโอลิมปิกเก่า สถานที่ตั้งสโมสรกีฬาที่มีชื่อเสียง บ้านพักนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

3.2 สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น สวนสาธารณะ แม่น้ำ ภูเขา ลักษณะทางภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สกีสกี ปีนหน้าผา ล่องแก่ง แข่งเรือ ล่องแพ เจ็ทสกี เป็นต้น

4. โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มนี้เป็นรูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อไปชมกิจกรรม เยือนสถานที่ ร่วมประชุม สัมมนา ฝึกอบรม ตลอดจนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยไปในโอกาสต่าง ๆ เช่น การปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ปีนเขา วิ่งเพื่อสุขภาพ และวิ่งมาราธอน หรือการพายเรือแคนูเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักจะเป็นผู้แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งต้นกำเนิดของกีฬาโปรแกรมการท่องเที่ยวอาจครอบคลุมไปถึงการเดินทางเข้าร่วมแข่งขันหรือชมรายการกีฬาอาชีพต่าง ๆ ที่จัดการแข่งขันแบบเป็นทางการและมีเงินรางวัล ทั้งแบบฤดูกาลและ Tournament กระจายไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก

5. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (Sport Cruises) การท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ใช้เรือเป็นองค์ประกอบหลักในการท่องเที่ยว ทั้งเรือขนาดใหญ่ที่ใช้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาแข่งขันบนเรือได้และเรือขนาดเล็ก เช่น แข่งเรือใบ เรือแคนู (Canoeing) เรือคายัค (Kayaking) รวมถึงการดำน้ำประเภทต่าง ๆ ดำน้ำแบบสกูบา (Scuba Diving) ดำแบบสนอร์คเกิล (Snorkle Diving) เป็นต้น

นอกจากนี้ Kurtzman และ Zauhar (1997) ยังได้เสนอรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ และแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

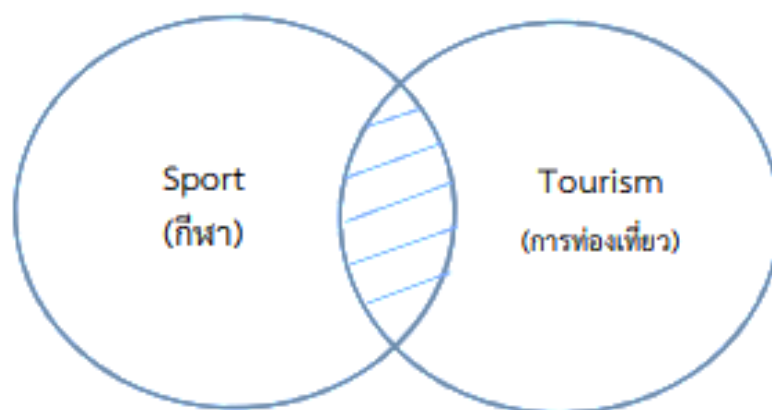
1. การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ภายในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสังคม (Social Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Educational Tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Wilderness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสันทนาการ (Leisure Tourism) รวมถึงงานประเพณีอื่น ๆ สามารถนำมาเชื่อมโยง บูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างหลากหลาย แตกต่างไปตามอัตลักษณ์และต้นทุนทางสังคมในแต่ละพื้นที่

2. แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาและรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความหลากหลาย ทั้งที่เป็นนักกีฬาและเป็นผู้ชม ดังนั้นแรงจูงใจจึงมีความแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อชัยชนะหรือเพื่อการแข่งขัน โดยรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาอาจจะเป็นผู้มีส่วนร่วมอย่างไม่เป็นทางการ (Participate in Unorganized

Sport) เป็นกิจกรรมกีฬาที่นัดหมายกันไปเป็นกลุ่ม ไม่มีการรับรองควบคุมจากสถาบันภายนอก เช่น การเล่นสกีตบอร์ตในสวนสาธารณะ การเล่นฮอกกี้นกชน การวิ่ง การปั่นจักรยาน เป็นต้น และการมีส่วนร่วมที่เป็นทางการ (Participate in Organized Sport) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ควบคุมโดยผู้มีอำนาจหน้าที่ เช่น การแข่งขันระดับอาชีพ (League) จะมีองค์กรสมาคมดูแลอย่างใกล้ชิด โดยสามารถแบ่งผู้มีส่วนร่วมเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสมัครเล่น (Amateur Sporting Events) เป็นการแข่งขันกีฬาที่นักกีฬาไม่ได้ค่าตอบแทนจากการแข่งขัน และกลุ่มระดับอาชีพ (Professional) เป็นการแข่งขันที่นักกีฬาได้ค่าตอบแทนจากการแข่งขันอาจเป็นเงินรางวัลหรือค่าจ้าง

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการผสมกันระหว่างกีฬากับการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังภาพประกอบ 4 เพราะกิจกรรมกีฬาคือกิจกรรมสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวรวมถึงการเดินทางก็มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกับหลายชนิดกีฬาเช่นกัน แต่การผสมกันของกีฬาและการท่องเที่ยวนั้นอาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการพิจารณา



ภาพประกอบ 4 การผสมกันระหว่างกีฬาและการท่องเที่ยว
ที่มา: Hinch และ Higham (2003)

Hinch และ Higham (2005) และ Hall (1992) ได้อธิบายว่าบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้านที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ได้แก่ 1) กิจกรรมเฉพาะ/ พิเศษ (Hallmark Events) ที่มีความสำคัญมีมาตรฐานจัดขึ้นเป็นพิเศษและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกีฬา เช่น การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ นานาชาติ รวมไปถึงมหกรรมกีฬาระดับโลก เช่น กีฬาโอลิมปิกเกมส์ การแข่งขันอเมริกันฟุตบอล Super Bowl 2) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor Recreation) ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) มีที่ตั้งหรือมีการจัด

กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำท่ายรวมไปจนถึงประสบการณ์ใหม่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น และ 3) การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสมรรถภาพ (Health and Fitness) เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การบำบัดรักษาโรคเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความต้องการที่จะประกอบกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย เห็นได้จากรีสอร์ท หลายแห่งในปัจจุบันที่มักจะมีทั้ง สปา ศูนย์ บำบัดโรค และกิจกรรมกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส ในสถานที่แห่งเดียวกัน บริบทที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ถือว่ามีสำคัญและมีความสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การให้ความสำคัญและความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยดึงดูดและเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ปรากฏดังภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 องค์ประกอบในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ที่มา: Hinch และ Higham (2001)

Gammon และ Robinson (2003) ได้เสนอให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬาในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยจำแนกตามลักษณะเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

ประเภทการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism	กีฬาในการท่องเที่ยว Tourism Sport
ความหมายโดยตรง	เป้าหมายของการเดินทางเพื่อร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬา ทั้งทางตรง (Active) และ ทางอ้อม (Passive)	เป้าหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว
	ตัวอย่าง กิจกรรม/มหกรรมกีฬา โอลิมปิกเกมส์ เทนนิสวิมเบิลตัน ฟุตบอลแมตช์สำคัญ รอตเตอร์ดัมมาราธอน	ตัวอย่างการวิ่ง Fun Run สกีสเก็ต ปั่นจักรยาน พายเรือแคนู การเล่นเกม
ความหมายแบบยืดหยุ่น	เป้าหมายของการเดินทางเพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา และนันทนาการ	เป้าหมายของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวแต่บังเอิญมีโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา
	ตัวอย่าง เทียวทะเลดำน้ำ ชมพิพิธภัณฑท์กีฬา เทียวเมืองไทย ไปดูมวย เทียวอังกฤษไปดูฟุตบอล	ตัวอย่าง ว่ายน้ำ โบว์ลิ่ง มินิกอล์ฟ สนุกเกอร์

ที่มา: ประภัสสร มีน้อย (2560)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์ คือ การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขันและการเป็นผู้เข้าชมการแข่งขัน โดยที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการจัดรายการ ณ ที่ต่าง ๆ ดังนั้น ในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Quality) ที่จะทำให้การจัดงานทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และภายหลังสิ้นสุดการแข่งขันสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบในการพิจารณาดังตาราง 4 ดังนี้ (David J. Shonk, 2006; อ้างถึงใน ประภัสสร มีน้อย, 2560)

ตาราง 3 องค์ประกอบคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
<p>1. ด้านการเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน (Access Quality) การเข้าถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน เช่น จุดเชื่อมต่อไปยังพื้นที่จัดงาน ทางด่วน และสถานีขนส่งสาธารณะ การประเมินคุณภาพการเข้าถึงและความสะดวกในการติด ต่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการตลาดทางการกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มที่จะรับรู้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นเมื่อพวกเขาสามารถเข้าถึงสถานที่ และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้การเข้าถึงพื้นที่การจัดงานแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> จุดหมายปลายทาง (Destination) <input type="checkbox"/> สถานที่จัดงาน (Sport Venue) <input type="checkbox"/> ที่พัก(Hotel) 	<p>จุดหมายปลายทาง (Destination) คือเป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่การจัดงานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ต้องเป็นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและมีความหลากหลายของการให้บริการขนส่ง ไม่ว่าจะเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ รถบัส รถตู้ รถยนต์ และควรมีป้ายแสดงจุดบริการขนส่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงที่หมายได้สะดวก</p> <p>สถานที่จัดงาน (Sport Venue) ต้องมีการคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย เพื่อช่วยลดเวลา ลดระยะทาง และค่าใช้จ่าย ควรมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>ที่พัก (Hotel) สถานที่ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ควรมีลักษณะของความสะอาด ปลอดภัย ราคาเหมาะสม ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพัก สถานที่ตั้งของที่พักสามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดงานเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>
<p>2. ด้านแหล่งที่พัก (Accommodation) ที่พักรวมเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทาง เช่น โรงแรม บังกะโล บ้านพักตากอากาศ ในการจัดหาที่พักนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อม (Environment) <input type="checkbox"/> การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) <input type="checkbox"/> ความคุ้มค่า (Value) 	<p>สภาพแวดล้อม (Environment) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น การพิจารณาสภาพแวดล้อมของที่พัก เช่น เสียง กลิ่น อุณหภูมิ ความสะดวกสบาย ความสวยงามของการตกแต่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของผู้รับบริการ</p>

ตาราง 3 (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
	<ul style="list-style-type: none"> ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พัก การปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเข้าพัก เช่น พนักงานต้อนรับ บุคลากร พนักงานทำความสะอาด พนักงานในร้านอาหารในที่พัก เป็นต้น ● ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวสามารถประเมินความคุ้มค่าด้านการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของที่พัก กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เช่น อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สปา เป็นต้น
<p>3. ด้านสถานที่จัดงาน (Venue Quality) การประเมินคุณภาพของสถานที่จัดงานกีฬา เกี่ยวข้องกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยบุคลากร ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> สภาพแวดล้อม (Environment) <input type="checkbox"/> การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) <input type="checkbox"/> ความคุ้มค่า (Value) 	<ul style="list-style-type: none"> ● สภาพแวดล้อมของที่จัดงาน (Environment) ปัจจัยสำคัญของสภาพแวดล้อมทางกายของที่จัดงาน เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ ที่นั่งพัก ระบบเสียง ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง เหล่านี้เป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อสถานที่จัดงาน ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า คุณภาพในกรณีนี้อาจหมายถึงแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ มารยาท การตอบข้อซักถาม และความสนใจที่ส่งมอบให้กับผู้รับบริการ ● ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวจะคาดหวังและประเมินมูลค่าการให้บริการของสถานที่จัดงานกับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าตั๋วเข้าร่วมชมกีฬา ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญของการเข้าร่วม

ตาราง 3 (ต่อ)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
<p>4. ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Contest Quality) การแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นเป็นการบริการหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะคาดหวังในประเด็นต่อไปนี้</p> <p><input type="checkbox"/> กระบวนการจัดการที่มีคุณภาพ (Process)</p> <p><input type="checkbox"/> กิจกรรมในงานที่มีคุณภาพ (Product)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการจัดการที่มีคุณภาพ (Process) หมายถึงวิธีการจัดการแข่งขัน ได้แก่ การจัดการองค์การ การตรวจสอบและควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มต้นแข่งขันตามเวลาที่กำหนด คุณภาพของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ การแสดงผลของคะแนนที่ถูกต้อง เทคนิควิธีการแข่งขันใหม่ ๆ พฤติกรรมของฝูงชนและการควบคุม และปัจจัยอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงกับการดำเนินการแข่งขัน ● กิจกรรมในงานที่มีคุณภาพ (Product) หมายถึง คุณภาพของการจัดงานในภาพรวม เช่น การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ของบุคลากร

ที่มา: ปรับปรุงจาก David J Shonk (2006; อ้างถึงใน ประภัสสร มีน้อย, 2560)

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายด้าน ผู้จัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีการบริหารจัดการ มีความรู้ ทักษะ และการประสานงานที่รอบด้าน ตั้งแต่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค จนถึงเทคนิคการแข่งขัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณภาพเหนือกว่าความคาดหวังก่อให้เกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาซ้ำ

การจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

กีฬาและกิจกรรมเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวสู่สาธารณะ แม้ว่ากีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) ก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่และเป็นส่วนที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวตามกระแสของการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายและการเป็นอยู่ที่ดี (สัจจา ไกรศรีรัตน์, 2560) ปรากฏดังตาราง 4

ตาราง 4 ประเภทและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประเภทและคุณลักษณะ ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	คุณลักษณะ
กีฬาในระหว่างการท่องเที่ยว (Tourism with Sport Content)	สำหรับกลุ่มนี้ กีฬาไม่ใช่เป้าหมายหลักของการเดินทาง ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาด้วย ความบังเอิญอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว หรือเป็นส่วนหนึ่ง ของแผนการท่องเที่ยวที่อาจเปลี่ยนแปลงได้
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Participation Tourism)	ในกลุ่มนี้กีฬาคือเป้าหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่จัดกิจกรรม กีฬา เพื่อเข้าร่วมกิจกรรม ไม่ว่าจะในฐานะผู้เล่นหรือผู้ชม หรือไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียค่าใช้จ่าย ในการเข้าร่วมก็ตาม
การฝึกกีฬา (Sport Training)	ในกลุ่มนี้กีฬาคือเป้าหมายหลักของการเดินทาง แต่เป็นการ เดินทางเพื่อฝึกฝน เรียนรู้เพิ่มเติมประสบการณ์ด้านกีฬาจาก ผู้เชี่ยวชาญ อาจอยู่ในรูปของหลักสูตรระยะสั้น ระยะ กลาง หรือจะเป็นแบบฝึกหัดอาชีพ สำหรับการเล่นให้กับทีม ชาติหรือสโมสร
กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event)	เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีการวางแผนจัด ขึ้นในช่วงเวลาใดหนึ่ง เป็นรูปแบบที่พบเห็นโดยทั่วไปของ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กิจกรรมเชิงกีฬา สามารถเป็นได้ทั้งสิ่งดึงดูดใจหลักให้นักท่องเที่ยวเดินทาง มายังแหล่งท่องเที่ยว หรือเป็นกิจกรรมหนึ่งในแผนการ เดินทาง

ที่มา: Weed และ Bull (2004)

กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นรูปแบบหนึ่งของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพ ด้วยเหตุที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถดึงดูดนักกีฬา ผู้ชมกีฬา และสื่อมวลชน ให้เข้ามาในพื้นที่กิจกรรมที่จัดหากได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไปก็จะช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการสื่อสาร และ

ประชาสัมพันธ์ให้กับเมืองหรือชุมชนที่เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน (Bull and Weed, 1999) นอกจากนี้ หากเมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ วัฒนธรรมที่ไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะใช้ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวก็สามารถใช้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

Good (1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้น

Oliver (1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองที่แสดงถึงความรู้ประสงค์ของลูกค้าเป็นวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ความพึงพอใจ มีมุมมองที่แตกต่างกันแล้วแต่มุมมองของแต่ละคน

Wolman (1973) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

Quirk (1987) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ

Hornby (2000; สุกัญญา สีลาดเลา, 2557) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

ปิยะ เจริญเวชรักษ์ (2556) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ผลของทัศนคติต่าง ๆ ของบุคคลที่มีต่อองค์ประกอบของงานและมีความสัมพันธ์กับลักษณะงานรวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งความพึงพอใจดังกล่าวนี้ได้แก่ความรู้สึกความสำเร็จในงานและการได้รับการยกย่อง

ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์ (2554) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกนิยมชมชอบในผลิตภัณฑ์ใดมากกว่าผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสณี (2556) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจของลูกค้า นั้นเกิดจากความรู้สึกภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Post Purchase Feeling) และเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นไปแล้วความพึงพอใจของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product Perceived Performance) ตามความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเอง ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ถ้าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง

ไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจ

ความสำคัญของความพึงพอใจ

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำคัญของความพึงพอใจไว้ดังนี้

สุกัญญา สีลาดเลา (2557) กล่าวว่า ความสำคัญของความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเจริญก้าวหน้าของงานบริการก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2555) กล่าวว่า ความสำคัญของความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการบริการและความพึงพอใจในงานของพนักงาน ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้ง 2 ลักษณะ มีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

มริษา ไกรงู (2553) กล่าวว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ และความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการ และการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคล ทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมติริจิตของการบริการที่แท้จริง

สุทธิศรี ม่วงสวย (2550) กล่าวถึงความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เพราะถ้าผู้รับบริการและผู้ให้บริการมีความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย จะช่วยพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ และสร้างความรู้สึกที่ดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะ เป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่เป็นตัวบ่งชี้ถึง

ความก้าวหน้าของงาน และเป็นปัจจัยในการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการ ให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ และเป็นตัวขับเคลื่อนในการทำงานเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีกำลังใจที่จะปฏิบัติงานต่อไป

ทฤษฎีความพึงพอใจ

Shelli (1995; อ้างถึงใน ปราการ กองแก้ว, 2546) ได้ศึกษาแนวคิด เกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้ จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1970; อ้างถึงใน รังสรรค์ ฤทธิผาด, 2550)

มาสโลว์ (Maslow) ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจ หรือความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ โดยเรียงลำดับขั้นของความต้อการไว้ตามความสำคัญ ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ
2. ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง
3. ความต้องการความรัก ความเมตตา ความอบอุ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ต่าง ๆ

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง และความเคารพตัวเอง
5. ความต้องการความสำเร็จด้วยตนเอง ความพอใจในขั้นต่าง ๆ ของความต้องการของมนุษย์นี้ ความต้องการขั้นสูงกว่าบางครั้ง ได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการ

ขั้นแรกจะให้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้ำ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่า ตนมีความพอใจอย่างสูงสุดในลำดับขั้น ความต้องการขั้นต่ำ ๆ มากกว่าขั้นสูงจากการสำรวจ พบว่า คนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับขั้นตอนต่าง ๆ คือ มีความต้องการทางด้านกายภาพ 85% มีความต้องการความปลอดภัย 70% มีความต้องการทางด้านสังคม 50% มีความต้องการเด่นในสังคม 40% และมีความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในสิ่งที่ตนปรารถนา 10%

Parasuraman Zaithamal และ Berry (1994; อ้างถึงใน ภูษิต สายกิมช้วน, 2550) กล่าวว่า หลักการบริการที่ดี ต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรก รวมทั้งต้องมีความสม่ำเสมอ คือ บริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิม ทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าคุณให้บริการเป็นที่พึงได้ เช่น มีความถูกต้องแม่นยำในการวินิจฉัย
2. สมรรถภาพในการให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ เช่น แพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรค เกษีษกรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับยา ฯลฯ หรือบุคคลอื่น ๆ มีความรู้ความสามารถในสาขาของตน และสามารถนำมาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่
3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของผู้มารับบริการ ให้ทันท่วงที เช่น โรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว
4. ความมีอัธยาศัยไมตรี บุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุขภาพ มีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการ รวมทั้งต้องมีกิจกรรมการแต่งกายและการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย
5. การเข้าถึงบริการ ผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวก จากการบริการ รวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึง เช่น การคมนาคมที่สะดวก การบริการที่เป็นระเบียบ รวดเร็ว ไม่ต้องนั่งรอนาน การให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค
6. ความน่าเชื่อถือ เกิดจากความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้มีผู้รับบริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด โดยเฉพาะทางการแพทย์ และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่นเสริม อีก เช่น ชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่าง ๆ
7. การสื่อสาร ผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้มารับบริการ ฟังทราบและประสงค์จะทราบ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายและทางเลือกในการรักษา ฯลฯ นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการในด้านอื่น ๆ อีก เช่น ระดับการศึกษา ฯลฯ
8. ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้ง ชื่อเสียง ปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ เช่น การรักษา ความลับผู้ป่วย
9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้น เช่น การที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่ หรรษา สะอาด มีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัย การบริการมีความเหมาะสม ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีก เช่น การใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10. ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการ ผู้ให้บริการควรจะมีความเข้าใจ และรู้จักผู้มารับ บริการของตนเอง เช่นการที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำชื่อผู้ป่วยได้ ผู้ให้บริการสามารถจำ ลูกค้า ของตนเองได้ ฯลฯ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2547) ได้กล่าวถึงแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถ ลูกค้า จะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้า เนื่องจากคุณภาพของสินค้าที่เป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลงแต่คุณภาพการบริการ ขึ้นกับ พนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการ บางราย อาจจะมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความพึงพอใจมี 3 ประการ ดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความคาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการแต่ละครั้ง

2. ผู้ให้บริการความพึงพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ความสามารถความพร้อมใน ด้านกายและอารมณ์ในขณะที่ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น อากาศ แสงแดด เก้าอี้โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มารับประทานอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการในสถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไป กว่านั้น ความพึงพอใจของลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย แถวที่ยาวเหยียดของ ธนาคารในวันศุกร์ ย่อมสร้างความไม่อยากใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้บริการธนาคารในวันนั้น ลูกค้าจะมีแนวโน้มของความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สิ่งที่ได้ คือ ต้องจัดการแถวอย่างมีประสิทธิภาพ

สรชัย พิศาลบุตร (2551) ได้กล่าวถึงการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า หรือ ผู้ให้บริการว่า สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. วัดจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นการวัดระดับ ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ จากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยตรง ทำได้โดยกำหนดมาตรวัดระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของ สินค้าหรือบริการนั้น ๆ และกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับความพึงพอใจจากผลการวัดระดับความพึงพอใจ เฉลี่ย ที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2. วัดจากตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการที่กำหนดขึ้น โดยการวัดระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากเกณฑ์ชี้วัดระดับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่กำหนดขึ้นนี้ อาจใช้เกณฑ์ คุณภาพระดับต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น โดยผู้ให้บริการผู้ประเมินผลการให้บริการและมาตรฐานกลางหรือ มาตรฐานสากลของการให้บริการนั้น สรุปความพึงพอใจ คือ การทำให้ความรู้สึกของบุคคลที่ได้รับ บริการในสิ่งที่ดี เป็นที่พอใจ ประทับใจ ตามที่ผู้รับบริการตั้งใจ ไว้หรือมากกว่าที่คิดไว้ การจะทำให้

เกิดความรู้สึกพึงพอใจได้ หน่วยให้บริการต้องวางระบบโครงสร้างที่ดี สอดคล้อง สัมพันธ์กันทุกฝ่าย เช่น ด้านเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย ด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าใจในหน้าที่และ ต้องมีใจรักใน การให้บริการ ด้านสถานที่สะอาดพื้นที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีความเชื่อมั่นและ มั่นใจเมื่อมารับ บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งจากองค์ประกอบอีกหลาย ๆ ด้านที่จะ นำไปสู่จุดสูงสุดในเรื่องความพึงพอใจ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

ที่ผ่านมานักวิจัยต่างตระหนักถึงบทบาทของการศึกษาความจงรักภักดีภายใต้บริบทของ การตลาด (Aaker, 2009) โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ต่างค้นพบว่า ความจงรักภักดีเป็นเรื่องสำคัญของ กิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ และจากการศึกษาของ Bowen และ Shoemaker (2003; อ้างถึงใน ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข, 2552) แสดงให้เห็นว่าความจงรักภักดีของลูกค้าสามารถทำให้ลูกค้ากลับมา ซื้อสินค้าในธุรกิจบริการโดยหากธุรกิจสามารถรักษาลูกค้าให้เพิ่มขึ้นได้ 5% จะทำให้ธุรกิจ ได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้น 25-100% (Reichheld, 1993) นอกจากนี้ Delgado-Ballester และ Luis Munuera-Alemán (2001; อ้างถึงใน ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข, 2552) ได้สรุปไว้ว่า ความจงรักภักดี นั้น สร้างมูลค่าให้แก่องค์กร กล่าวคือทำให้เป็นอุปสรรคต่อผู้เข้ามาแข่งขันรายใหม่ เพิ่มความสามารถ ขององค์กรในการตอบสนองต่อภัยคุกคามของคู่แข่ง มียอดขายและรายได้ที่มากขึ้น และทำให้ฐาน ลูกค้ามีความอ่อนไหวน้อยลงต่อความพยายามทำการตลาดของคู่แข่ง

ความหมายของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว

Oliver (1999) อธิบายไว้ว่า ความจงรักภักดี คือ ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะทำการซื้อซ้ำ หรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ซึ่งลักษณะการซื้อจะซื้อซ้ำใน ตราสินค้าเดิม หรือบริการเดิม การเปลี่ยนพฤติกรรมนี้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบ และศักยภาพของความพยายามทางการตลาด

อมรรัตน์ พินัยกุล (2549) ได้กล่าวว่า นักการตลาดมีความสนใจในแนวคิดด้านความ จงรักภักดี เพราะความจงรักภักดีในตราสินค้า สามารถดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ และตราสินค้า เป็นประโยชน์ต่อการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ และบอกต่อไปยังบุคคลอื่นการบริหารตราสินค้าจึงเป็นสิ่งที่ สำคัญต่อการสร้างความจงรักภักดี

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) กล่าวว่า ความจงรักภักดีเป็นทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อ สินค้าและบริการ ซึ่งต้องนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว เป็นการเหนี่ยวรั้งลูกค้าไว้ โดยความ จงรักภักดีไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมการซื้อซ้ำเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมความหมายไปถึงความรู้สึกนึกคิด และความสัมพันธ์ในระยะยาวด้วย ซึ่งการซื้อซ้ำของลูกค้าไม่ได้หมายความว่ามีความจงรักภักดี

เสมอไป เพราะพฤติกรรมการซื้อซ้ำอาจเกิดจากหลายปัจจัยร่วมกัน เช่น มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย หรือที่ทำงานของลูกค้า ลูกค้ามีความคุ้นเคย สินค้าหรือบริการมีราคาต่ำกว่าคู่แข่งรายอื่น และความสัมพันธ์หรือความประทับใจในอดีตของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

ซึ่งคล้ายกับความหมายที่ Assael (1995) กล่าวว่า ความจงรักภักดีในตราสินค้าที่เกิดจากทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าของลูกค้า นั้น จะส่งผลให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอีกหลายครั้ง เนื่องจากลูกค้าได้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งได้สนองความต้องการ และทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความพึงพอใจ

ชญาสิน บุหลันพฤษ (2549) กล่าวว่า ความจงรักภักดีในตราสินค้า นอกจากหมายถึง การซื้อตราสินค้าใดหนึ่งอย่างสม่ำเสมอแล้ว ยังรวมถึงสาเหตุที่ลึกซึ้งมากขึ้นกว่านั้น นั่นคือ การซื้อสินค้าหรือบริการในตราสินค้าดังกล่าวเกิดขึ้น เนื่องจากมีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อตราสินค้าหรือบริการร่วมอยู่ด้วย ดังนั้น เมื่อลูกค้าได้รับรู้มูลค่าจริงจากสินค้าหรือบริการ และรู้สึกพึงพอใจ จะมีผลต่อการเพิ่มการใช้สินค้าหรือบริการโดยการซื้อซ้ำ ซึ่งสามารถนำไปสู่การบ่งชี้บุคลิกภาพของลูกค้า เพราะปฏิกิริยาตอบโต้ ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีไม่ค่อยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นแล้ว กลยุทธ์การตลาดของคู่แข่ง เช่น คุปอง ส่วนลด แม้จะดึงดูดใจให้กลุ่มลูกค้าผู้จงรักภักดีไปจากสินค้าและบริการเดิม แต่จะเป็นเพียงเพราะผลประโยชน์ที่จะได้รับ จากการส่งเสริมการขาย ซึ่งจะกลับมาซื้อตราสินค้าหรือบริการเดิมเมื่อการส่งเสริมการขายนั้นสิ้นสุดลง ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้าจะเป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลด้วยคำบอกเล่าต่อบุคคลอื่นซึ่งถือว่าเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กร โดยการสื่อสารแบบปากต่อปากในเชิงบวกของลูกค้าที่มีความจงรักภักดี จะสามารถทำให้ปริมาณลูกค้าในอนาคตเพิ่มขึ้น ดังนั้น ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีในตราสินค้าจะช่วยสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจได้มาก

โดยที่ ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข (2552) ได้ทำการแบ่งประเภทของความภักดีของผู้บริโภคโดยพิจารณาจากทัศนคติต่อสินค้าและระดับของพฤติกรรมการซื้อซ้ำ โดยสามารถแบ่งได้เป็น

1. ผู้บริโภคมีทัศนคติและระดับของการซื้อซ้ำสูง (True Loyalty) คือ ผู้บริโภครู้สึกดีกับสินค้าและบริการนั้น ๆ โดยมีการซื้อเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง
2. ความภักดีแอบแฝง (Latent Loyalty) คือ ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า แต่มีการซื้อซ้ำ คือ ผู้บริโภคมีความชอบและรู้สึกดีกับสินค้านั้นๆ แต่ผู้บริโภคนั้นไม่ได้ซื้อสินค้านั้นบ่อย เมื่อต้องการซื้อสินค้าประเภทนั้นก็จะนึกถึงยี่ห้ออื่นเป็นยี่ห้อแรก นอกจากนี้อาจจะมีการแนะนำคนอื่นด้วย
3. ความภักดีเทียม (Spurious Loyalty) คือ ผู้บริโภคจะมีการซื้อซ้ำสูง แต่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อองค์กร เช่น ผู้บริโภคซื้อยาสิฟนียี่ห้อหนึ่งเป็นประจำ แต่ผู้บริโภคนั้นไม่รู้สึกชอบในยาสิฟน

ยี่ห้ออื่นเลย การซื้อที่เกิดขึ้นประจำอาจจะเกิดจากการที่คนในครอบครัวคนอื่น ๆ ชอบ ตนเองก็ต้องซื้อยี่ห้อนั้นด้วย

4. ไม่มีทั้งระดับของทัศนคติและการซื้อซ้ำ (No Loyalty) คือ ผู้บริโภคไม่ซื้อสินค้าและบริการ และไม่มี ความชอบในสินค้านั้นด้วย

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2547) กล่าวว่า ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) หมายถึง ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพันที่มีต่อตราสินค้า ร้านค้า ผู้ผลิต การบริการหรืออื่น ๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของทัศนคติที่ชอบพอหรือการสนองตอบด้วยพฤติกรรมอย่างการร่วมกิจกรรมทางการตลาดกับตราสินค้าและการซื้อสินค้าซ้ำ ๆ นั้นเองปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้ามีดังนี้

1. ความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม เป็นความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือ มีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับผลตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านวัตถุ และจิตใจ

2. ความเชื่อถือและความไว้วางใจ (Trust) เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน โดยจะยังคงอยู่ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความมั่นใจ ความไว้วางใจจะช่วยลดความไม่แน่นอน ลดความเสี่ยงและเพิ่มความระมัดระวังของกระบวนการความคิดในการตอบสนองอย่างทันทีทันใดที่มีต่อผู้นำหรือองค์การ หรืออาจหมายถึงการที่พนักงานมีความเชื่อถือต่อผู้บังคับบัญชาว่าเป็นคนที่น่าเชื่อถือและมีความน่าไว้วางใจ ซึ่งจะนำมาซึ่งความไว้วางใจในองค์การเพื่อผลของความสำเร็จในงานนั้นร่วมกัน

3. ความเชื่อมโยงผูกพันกับอารมณ์ (Emotional Bonding) การที่ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า นั้นหมายถึง ความผูกพันที่มีต่อสินค้าหรือมีการติดต่อเป็นประจำกับองค์กร และทำให้เขาเหล่านั้นมีความชื่นชอบต่อองค์กรนั่นเอง โดยสิ่งเหล่านี้จะสะสมเป็นคุณค่าหรือทรัพย์สินของตราสินค้า (Brand Equity) ซึ่งเกิดจากประโยชน์ของสินค้า หรือบริการที่นอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ของตราสินค้าเพียงลำพัง ทำให้การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าต้องเข้ามามีบทบาท และมีอิทธิพลเหนือจากความคิดของผู้บริโภคและสร้างความรู้สึกที่ใกล้ชิดผูกพันกับลูกค้า ผ่านความไว้วางใจนั่นเอง การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า พยายามสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ กับระบบเทคโนโลยีให้กลมกลืนกันเพื่อสร้าง CRM การติดต่อที่มีพลังอำนาจอย่างมากระหว่างกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ และผลของพฤติกรรมอย่างเต็มใจที่จะซื้อสินค้า ความเป็นมิตรและปฏิสัมพันธ์ของบุคคลมีผลต่อตราสินค้าและองค์กร

4. ลดทางเลือกและนิสัย (Choice Reduction and Habit) ปกติลูกค้ามีแนวโน้มของธรรมชาติที่จะลดทางเลือกอยู่แล้ว ซึ่งมักจะไม่เกิน 3 ทางเลือก คนมักรู้สึกมีความสุขกับความคล้ายคลึงในเรื่องของตราสินค้า และสถานการณ์ที่เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งได้รับจากในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ส่วนของความภักดีของลูกค้า อย่างเช่นการไม่เปลี่ยนยี่ห้อ คือพื้นฐานของการสะสมประสบการณ์ตลอดเวลา ด้วยการกระทำซ้ำ ๆ กับตราสินค้า ร้านค้า และบริษัท ในการช่วยพัฒนานิสัยซึ่งเป็นผลที่เกิดอย่างต่อเนื่อง เช่นการไปซูเปอร์มาร์เก็ตเดิม ๆ บ่อยครั้ง การทำอะไรที่เปลี่ยนแปลงแปลกใหม่นั้นย่อมนำมาซึ่งต้นทุนและความเสี่ยง โดยเฉพาะความเสี่ยงอันเกิดจากการซื้อสินค้าที่ไม่คุ้นเคย ลูกค้ามักจะคิดว่าตราสินค้าใหม่ไม่ดีเท่าตราเดิม ๆ ที่เคยใช้มาก่อน และก็เชื่อว่าเพื่อนของเขาก็คิดเหมือน ๆ กันกับเขาในเรื่องดังกล่าว

5. ประวัติของบริษัทผู้ผลิตสินค้า (History with the Company) การสร้างลักษณะที่แตกต่างประกอบกับสิ่งอื่น ๆ ซึ่งเกิดระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าและประวัติการติดต่อกับองค์กร และภาพลักษณ์นั้นส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าทั้งสิ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรก็คือการรับรู้เกี่ยวกับองค์กรในภาพรวม ซึ่งสามารถมีภาพลักษณ์ที่ขึ้นชอบบนความภักดีของลูกค้า สร้างการตอบสนองเป็นนิสัยต่อองค์กรและตราสินค้า การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์และประวัติขององค์กรมีผลต่อความตั้งใจ ความภักดี และการซื้อสินค้าของลูกค้า การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าปกติจะเน้นที่ประวัติการซื้อที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งรวมถึงปัจจัย ที่เกิดจากการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารภายในครอบครัวและความเชื่อจากรุ่นหนึ่งไปอีกรุ่นหนึ่ง เช่น ในวัยเด็กเมื่อเห็นพ่อแม่ใช้รถยนต์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง เมื่อโตขึ้นก็มีแนวโน้มจะใช้ยี่ห้อดังกล่าวด้วย โดยปกติแล้วประสบการณ์ครั้งแรกนั้นมักจะมีแนวโน้มเป็นบวกอยู่แล้ว ดังนั้น การสร้างความประทับใจในครั้งแรกจึงเป็นสิ่งจำเป็นอาจสร้างเป็นรูปแบบการให้บริการก็ได้ การรับฟังปัญหาของพนักงานก็ทำให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้าได้ด้วยและจะนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้าในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความจงรักภักดี หมายถึง ความจงรักภักดีต่อแบรนด์และความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นพันธสัญญาหรือข้อผูกพันที่จะกลับมาซื้อหรือให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์/บริการ/แบรนด์ อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยสามารถวัดระดับทัศนคติของความจงรักภักดีของลูกค้าออกเป็น 3 ระดับ Oliver (1999) ได้แก่

1. ระดับความเชื่อ (Beliefs) หมายถึง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในทุกองค์ประกอบของแบรนด์
2. ระดับทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ
3. ระดับพฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ลูกค้าเกิดการซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่มาจากความรู้สึกมุ่งมั่น และตั้งใจซื้อของลูกค้า

Stone Woodcock และ Machtynger (2000) ได้แบ่งความจงรักภักดีออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ความจงรักภักดีด้านอารมณ์ (Emotional Loyalty) หมายถึง ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และความปรารถนาดีของผู้ใช้งานที่มีต่อสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ภายใต้สภาวะจิตใจที่รู้สึกยินดีเมื่อได้ใช้บริการ

2. ความจงรักภักดีที่เกิดจากเหตุผล (Rational Loyalty) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานได้รับการบริการและเติมเต็มในสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการ

สิญาธร ขุนอ่อน (2558) สรุปไว้ว่า การศึกษาการวัดความจงรักภักดีของลูกค้านั้นมาจาก 3 มุมมอง ดังนี้

1. มุมมองด้านพฤติกรรม (The Behavioral Perspective) เป็นการวัดความจงรักภักดีด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นการแสดงออกทางการกระทำที่สามารถมองเห็นได้ เช่น การซื้อหรือใช้สินค้าและบริการเดิมซ้ำ ๆ (Repurchase Intentions) การบอกต่อหรือการแนะนำผู้อื่น (WOM : Word of Mouth)

2. มุมมองด้านทัศนคติ (The Attitude Perspective) เป็นการวัดความจงรักภักดีด้านทัศนคติ คือ การวัดความคิดเห็นและความรู้สึกผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร โดยแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมเชิงบวก เช่น ลูกค้าจะมีกระบวนการคิดและการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้านั้นแล้วแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมเชิงบวกเช่น การกล่าวคำชมเชย และความตั้งใจที่จะซื้อ

3. มุมมองด้านผสม (The Behavioral and Attitude Perspective) เป็นการวัดความภักดี ด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติรวมกัน เพื่อลดช่องว่างของมุมมองทั้งสองด้านที่กล่าวไปก่อนหน้า ทำให้การวัดแบบมุมมองด้านผสมไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะพฤติกรรมด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ความถี่ในการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำ ๆ แต่นำพฤติกรรมด้านทัศนคติเข้ามาเป็นปัจจัยร่วมในการศึกษาด้วย ดังนั้น ปัจจุบันงานวิจัยทางการตลาดส่วนใหญ่มักนิยมใช้การวัดระดับความจงรักภักดีโดยอาศัยมุมมองด้านผสม ซึ่งทำให้สามารถศึกษาความจงรักภักดีได้ครอบคลุมมากขึ้น

ผู้วิจัยสรุป ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจที่เกิดขึ้นในอนาคตหลังจากการได้เข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ โดยการแสดงความภักดีของนักท่องเที่ยว ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยประยุกต์แนวคิดของ Chang และ Chen (2008) และ Stone Woodcock และ Machtynger (2000) ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisiting) และการแนะนำต่อผู้อื่น (Recommend to others)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

เกศรินทร์ วิมลธาดา และจรัสพงศ์ คลังกรณ์ (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) เพื่อหาแนวทางการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 คน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารงานการกีฬาและการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและประชาชน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลที่ได้โดยการพรรณนาผลการวิจัย พบว่า 1) การจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มีผลมาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจการประสานความร่วมมือ การจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอทำให้การบริหารจัดการไม่บรรลุสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนได้ให้การแนะนำโดยส่งเสริมและสนับสนุนถึงเอกลักษณ์ไทยคุณภาพและความยั่งยืนของท้องถิ่น พร้อมทั้งการจัดทำระบบฐานข้อมูลและประเมินผลตามลำดับ 3) แนวทางการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยว มีดังนี้ 3.1) ควรพัฒนาพื้นที่รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พัฒนาคูณภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เป็นระดับสากล 3.2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวในลักษณะที่สอดคล้องตามแผนนโยบายดำเนินงาน และมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ 3.3) การส่งเสริมความหลากหลายทางด้านภูมิสังคมและวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นรูปแบบการกีฬาและการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ปวงปณิต สออบขุนทด ขวัญกมล ดอนขวา และฉัตรชัย พิศพล (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาปัจจัยความภักดีที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยระดับความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ลำนานตะวันตก จากการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ลำนานตะวันตก มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และศึกษาความ

ต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การตรวจสอบรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ดำเนินการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามความสำคัญที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาวะการณ์ปัจจุบัน ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ อันนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ประกอบด้วย ด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านบริบท ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ด้านบทบาทของภาครัฐและโอกาส ทั้งนี้จากผลการประเมินด้านปัจจัยที่มีต่อการบริหารจัดการ พบด้านค่านิยมมีค่าเฉลี่ย (ค่าเฉลี่ย = 3.76) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทักษะของผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.75) รองลงมาคือ การจัดการด้านผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.70) การจัดการด้านรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย = 3.68) การจัดการด้านระบบ (ค่าเฉลี่ย = 3.67) การจัดการด้านโครงสร้าง (ค่าเฉลี่ย = 3.56) และการจัดการด้านกลยุทธ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.51) โดยพบความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ล้านนาตะวันออกโดยได้ดำเนินการศึกษาโดยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และการสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เป็นการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ล้านนาตะวันออกในระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นด้านที่มีความคาดหวังสูงกว่าด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านทักษะผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 3.43) และด้านผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.40) รองลงมาคือ ด้านค่านิยมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.39) ด้านกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.30) ด้านระบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.26) ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.24) และด้านโครงสร้างในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.21) จากข้อมูลข้างต้นทำให้สามารถพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ล้านนาตะวันออก โดยมีการตรวจสอบความเหมาะสมเพื่อประกอบการตัดสินใจ จนสามารถพัฒนารูปแบบการจัดการที่เหมาะสม ประกอบด้วย การจัดการด้านทักษะของทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการด้านกลยุทธ์เพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการด้านรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดการด้านโครงสร้าง เพื่อการมีส่วนร่วมทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในพื้นที่ล้านนาตะวันออก

นวลรัตน์ วัฒนา (2561) ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทโซเชียลคอมเมิร์ซ ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตของผู้คน และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการชีวิตและพฤติกรรมรูปแบบใหม่ที่ทำให้การดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้ต้องปรับตัวเองเพื่อให้สามารถตอบสนองการให้บริการแก่ผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความรู้และสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลสินค้า

หรือบริการได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีข้อมูลสำหรับพิจารณาก่อนซื้อสินค้าหรือบริการ สำหรับในบริบทของโซเชียลคอมเมิร์ซ (Social Commerce: S-commerce) หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายทางสังคม ซึ่งนำเทคโนโลยีเครือข่าย (Social Networking) และเทคโนโลยีสื่อสังคม (Social Media) เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารและการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคและธุรกิจกับผู้บริโภค รายอื่น ๆ สามารถมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในกลุ่มสังคมเครือข่าย ได้แก่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการการให้คะแนนหรือข้อมูลย้อนกลับแก่ธุรกิจ ผ่านเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น หรือผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจที่สนับสนุนการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจและลูกค้ารายอื่น ๆ แบบสองทางได้ (Two-way Communication) การศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทโซเชียลคอมเมิร์ซ เป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อใช้สำหรับทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับเว็บไซต์ของผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์บริการจองห้องพัก จองโปรแกรมการท่องเที่ยว จองตั๋วโดยสาร บริการเช่ารถยนต์ เป็นต้น โดยบทความนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานความรู้ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และ 2) เพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดการศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทโซเชียลคอมเมิร์ซ ซึ่งจะเป็นแนวทางให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองการบริการแก่นักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจ

ประภัสสร มีน้อย (2560) ศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นการวิจัยและพัฒนาและการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 30 คน ประเมินตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คนผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควร

กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว 2) ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เรียกว่า “SPORT-K Model” ประกอบด้วย S-Standard, P-Participation, O-Organizing, R-Responsibility, T-Technology and Innovation และ K-Knowledge 3) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และ กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาค้นด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 (4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

ไชยพศ รื่นมล (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจคาร์แคร์ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจคาร์แคร์ในกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม รวบรวมข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก ทำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square และ Linear Regression ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพ โสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ใช้รถยนต์ประเภทรถเก๋งเลือกใช้คาร์แคร์แบบสแตนดาร์ดออนไลน์ โดยใช้บริการล้างรถภายนอกและ ทำความสะอาด 1 ครั้งต่อเดือน นิยมใช้บริการวันเสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 101-300 บาท บุคคลอ้างอิงที่ส่งผลต่อการเลือกใช้คือ ตนเอง ส่วนการรับรู้คุณภาพผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความพึงพอใจและความน่าเชื่อถือมากที่สุด ในส่วนของกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยกระบวนการ ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้ารับบริการมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ด้านเพศ มีผลต่อสถานที่ที่เลือกใช้บริการ บุคคลอ้างอิง ด้านอายุ มีผลต่อ วันที่ที่เลือกใช้บริการ ด้าน

สถานภาพ มีผลต่อ วันที่ เวลาและความถี่ในการใช้บริการ ด้านการศึกษา มีผลต่อ วันที่ เวลาที่ใช้บริการและค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ด้านอาชีพ มีผลต่อวันที่ใช้บริการ ด้านรายได้ มีผลต่อ เวลาและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านประภทรถยนต์ มีผลต่อ วันที่ใช้บริการ ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพของธุรกิจคาร์แคร์ ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการคาร์แคร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านความมั่นใจ ในขณะที่ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจคาร์แคร์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้านสถานที่และเวลาการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

วัชระ เชียงกุล (2558) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ระดับความสำคัญและประสิทธิภาพการดำเนินงาน (ความพึงพอใจในการใช้บริการ) ของปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) เพื่อให้ทราบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งการศึกษาครั้งนี้อาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน และในกรณีที่ผลการวิจัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์แจกแจงแบบตารางไขว้ (Crosstabs) และทำการเปรียบเทียบระดับความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้สถิติ Least-Significant Different (LSD) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อเพื่อการรับรู้ก่อนการเดินทางคือ สื่อสังคมออนไลน์ มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬา โดยมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 2 คน ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเพื่อการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำการค้างแรมในที่พักราคาประมาณ 1,000 บาท มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ที่ 10,000 บาท และมีความถี่ในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2 ครั้งต่อปี ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ที่ระดับมาก และประสิทธิภาพการดำเนินงานของปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยที่

ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมที่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกเหนือจากนั้นพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์นั้น ควรทำการปรับปรุงด้านการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีมารยาท อัจฉริยะและบุคลิกภาพที่ดีในการให้บริการและมุ่งเน้นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมโอกาสการจ้างงานให้เกิดความเท่าเทียมกัน ทั้งสตรี ผู้สูงอายุ ผู้พิการ รวมถึงมุ่งเสริมผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ทางจังหวัดควรเพิ่มด้านความหลากหลายของแพ็คเกจครบวงจรทางการท่องเที่ยวที่จัดจำหน่ายรวมถึงช่องทางการสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ก่อนการเดินทาง เช่น รายงานสถานการณ์ความสงบ ด้านสุขอนามัย ด้านข้อควรระวัง และความปลอดภัยภัยพิบัติต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

กิตติมา แซ่โฮ (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม ปลายปิดที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.946 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 320 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ หลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ วิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว ชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ก) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านประสบการณ์ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ข) ภาพลักษณ์คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และ ค) ค่านิยมในการท่องเที่ยวส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัย ที่ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ก) ภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว ด้านการจดจำ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม และ ข) ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ ด้านความสามารถในการสัมผัสได้

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Girish และ Elsa (2014) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมมหกรรมกีฬาเวิลด์คัพ 2012 จัดขึ้น ณ เมืองเทราโม ประเทศอิตาลี โดยศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ที่สนใจในกีฬาแฮนด์บอล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬา (242 ตัวอย่าง) ดังกล่าว โดยต้องการศึกษาถึงความแตกต่างของประชากรหลังการบริโภคมีพฤติกรรมเป็นอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมด้านการตลาดการท่องเที่ยว ผ่านปัจจัยในการพิจารณา 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านความสนใจ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการแข่งขัน ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างในด้านของแรงจูงใจในการเข้าร่วม แต่จากสี่ประเด็นหลักข้างต้นส่งผลให้เห็นถึงความแตกต่างในประเด็นด้านสังคมที่แตกต่างกันส่งผลให้ความพึงพอใจและการท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงความสนใจเฉพาะด้านมีความแตกต่างกัน

Kostas และ Kyriaki (2014) ได้ทำการรวบรวมและสรุปงานวิจัยต่าง ๆ ที่ศึกษาถึงการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ศึกษาถึงประเด็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยทั้ง 4 ฉบับ ยังพบว่า ยังขาดงานวิจัยหรือทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรง หมายถึง ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ณ พื้นที่จัดกิจกรรมโดยตรง และผู้ชมที่ชมการถ่ายทอดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และปัญหาที่พบร่วมกันคือปัญหาด้านการจัดการที่คงเป็นปัญหาคือการขาดการท่องเที่ยวซ้ำ สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแสดงออกมา รวมถึงด้านการจัดการพื้นที่ยังคงพบปัญหา เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ปัญหาขยะ ฯลฯ ที่เป็นผลกระทบจากการเปิดรับการท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขัน

Cassidy (2005) ได้ศึกษาถึงสิ่งที่เป็นแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสังเคราะห์แรงจูงใจจาก 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยว การเข้าร่วมอีเวนต์ และมุมมองด้านการกีฬา ซึ่งผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ยังมีอีกหลายทฤษฎีด้านแรงจูงใจที่ไม่ได้มีการนำมาสังเคราะห์เชื่อมโยงเกี่ยวกับด้านกีฬา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการศึกษารุ่นต่อไป ในการศึกษาถึงแรงจูงใจของกลุ่มดังกล่าวโดยเฉพาะเพื่อเป็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาแนวทางต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิธีการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การจัดการกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ และวิธีการเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 2,267,080 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน ได้โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตาราง Krejcie และ Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Random) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้แก่ หน่วยงานจัดการท่องเที่ยวภาครัฐและภาคเอกชน ดังนี้

1. ภาคเอกชน ได้แก่

1.1 HR Manager ของสนามช้างอารีนา จำนวน 1 คน

1.2 ผู้จัดการสนามข้างอารีนา จำนวน 1 คน /ผู้จัดการสนามข้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จำนวน 1 คน

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม จำนวน 1 คน

1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน

2. ภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว (Questionnaire) สำหรับกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบบสอบถามมี 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบตัวเลือก จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจประกอบด้วย 5 ด้าน เป็นแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวนทั้งสิ้น 25 ข้อ ประกอบด้วย 5 ด้าน ๆ ละ 5 ข้อ ดังนี้

- | | |
|---|-------------|
| 1. ด้านความปลอดภัย (Safety) | จำนวน 5 ข้อ |
| 2. ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ (Staff Service) | จำนวน 5 ข้อ |
| 3. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (Process) | จำนวน 5 ข้อ |
| 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) | จำนวน 5 ข้อ |
| 5. ด้านผลจากการให้บริการ (Service Result) | จำนวน 5 ข้อ |

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน เป็นแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ ประกอบด้วย 2 ด้าน ๆ ละ 5 ข้อ ดังนี้

- | | |
|--|-------------|
| 1. ด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisiting) | จำนวน 5 ข้อ |
| 2. ด้านแนะนำต่อผู้อื่น (Recommend to others) | จำนวน 5 ข้อ |

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เขียนแสดงความคิดเห็น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีประเด็น ดังนี้

แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย

1. ความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์
2. การตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล
3. การตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม
4. ถึงดับเพลิงประจำเป็นจุด
5. จุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และ

เจ้าหน้าที่

แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

6. เจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ
7. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
8. เจ้าหน้าที่พาคมในตัวสนามช้างอารีนา
9. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ
10. เจ้าหน้าที่เก็บราคาค่าเข้าชม

แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

11. ป้ายบอกขั้นตอนการเข้าชม
12. การกวดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า
13. ป้ายเตือนห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนามแข่ง
14. การจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ
15. การแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ

แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

16. ใกล้กับโรงแรมที่พัก
17. ห้องน้ำ/สำหรับคนพิการ/ทางลาด
18. ร้านอาหาร
19. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
20. ร้านขายของที่ระลึก

แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ

21. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง
22. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
23. นักท่องเที่ยวตั้งใจในการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยว
24. เจ้าหน้าที่ทำงานเป็นระบบ

25. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีขั้นตอนในการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

แบบสอบถาม

1. สร้างแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยกำหนดประเด็นเนื้อหา และขอบเขตที่ต้องการประเมิน คำถามหลัก คำถามย่อย ให้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. ทำเรื่องขอหนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อดำเนินการในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรของ Rowinelli และ Hambleton (1978; อ้างถึงใน ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2543) เพื่อประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำหนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) เสนอผู้เชี่ยวชาญ และนัดวัน เวลา และสถานที่ในการประเมินแบบสอบถาม
6. ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสอบถาม
7. ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล อนึ่ง จากการหาค่า IOC ข้อใดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 จะถูกตัดออก หรือนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงใหม่ ก่อนที่จะนำกลับมาใช้อีกครั้ง (สุวิมล ติรภานันท์, 2546) โดยได้ค่า IOC ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เท่ากับ 0.67 -1.00 สามารถนำไปใช้ได้

8. ผู้วิจัยปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามตามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษา

9. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาตรวจให้คะแนน และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ในข้อที่มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Co-efficient Alpha - α) ของครอนบราค (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทั้งฉบับเท่ากับ 0.955

10. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ จัดพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีคุณภาพ นำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ต่อไป

แบบสัมภาษณ์

1. สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์ฉบับร่าง โดยกำหนดประเด็นเนื้อหา และขอบเขตที่ต้องการประเมิน คำถามหลัก คำถามย่อย ให้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4. ทำเรื่องขอหนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อดำเนินการในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสัมภาษณ์ โดยเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบ เสนอแนะ และปรับปรุงความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

5. ผู้วิจัยนำหนังสือแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) เสนอผู้เชี่ยวชาญ และนัดวัน เวลา และสถานที่ในการประเมินแบบสัมภาษณ์

6. ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสัมภาษณ์

7. ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Consistency : IOC) ของแบบสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล หนึ่ง จากการหาค่า IOC ข้อใดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 จะถูกตัดออก หรือนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงใหม่ ก่อนที่จะนำกลับมาใช้อีก

ครั้ง (สุวิมล ตีรกาพันธ์, 2546) โดยได้ค่า IOC ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เท่ากับ 0.67-1.00 สามารถนำไปใช้ได้

8. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่กำหนดไว้ต่อไป

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 และ 3 ความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ให้ 5 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็น มากที่สุด

ให้ 4 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็น มาก

ให้ 3 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็น ปานกลาง

ให้ 2 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็น น้อย

ให้ 1 คะแนน หมายถึง ความคิดเห็น น้อยที่สุด

จากนั้นดำเนินการหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้วิธี Content Analysis

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ร้อยละ (Percentages)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของ Cronbach
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

รายงานการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำเสนอต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ มีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการอธิบายดังนี้

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
S.D	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
NS	หมายถึง	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
- ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
- ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความ
จงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตาราง
ต่อไปนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n= 400

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	173	43.3
หญิง	227	56.8
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	63	15.8
21-30 ปี	168	42.0
31-40 ปี	98	24.5
41-50 ปี	46	11.5
51-60 ปี	21	5.3
61-70 ปี	4	1.0
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/ปวช.	59	14.8
อนุปริญญา/ปวส.	124	31.0
ปริญญาตรี	163	40.8
สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.5

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัท	88	22.0
ผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ	33	8.3
ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ	88	22.0
ธุรกิจส่วนตัว	93	23.3
นิสิตนักศึกษา	89	22.3
ปัจจุบันว่างงาน	9	2.3
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 15,000 บาท	119	29.8
15,000-25,000 บาท	117	29.3
25,001-35,000 บาท	99	24.8
35,001-45,000 บาท	40	10.0
มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป	25	6.3
6. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์		
ครั้งแรก	151	37.8
2-3 ครั้ง	138	34.5
4-5 ครั้ง	55	13.8
มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	56	14.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งหมด 400 คน จำแนกเป็น

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน (คิดเป็นร้อยละ 56.8) เพศชาย จำนวน 173 คน (คิดเป็นร้อยละ 43.3)

2. อายุ พบว่า ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 168 คน (คิดเป็นร้อยละ 42.0) รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 98 คน (คิดเป็นร้อยละ 24.5) ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 63 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.8) ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 46 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.5) ระหว่าง 51-

60 ปี จำนวน 21 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.3) และ ระหว่าง 61-70 ปี จำนวน 4 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.0) ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 163 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.8) รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.0) มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 59 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.8) และ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.5) ตามลำดับ

4. อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.3) รองลงมาได้แก่ นิสิตนักศึกษา จำนวน 89 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.3) เป็นพนักงานบริษัท และข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ อย่างละ 88 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.0) เป็นผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 33 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.3) และ ปัจจุบันว่างงาน จำนวน 9 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.3) ตามลำดับ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 119 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.8) รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 15,000-25,000 บาท จำนวน 117 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.3) ระหว่าง 25,001-35,000 บาท จำนวน 99 คน (คิดเป็นร้อยละ 24.8) ระหว่าง 35,001-45,000 บาท จำนวน 40 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.0) และ มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.3) ตามลำดับ

6. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ส่วนใหญ่มาครั้งแรก จำนวน 151 คน (คิดเป็นร้อยละ 37.8) รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 2-3 ครั้ง จำนวน 138 คน (คิดเป็นร้อยละ 34.5) มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 56 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.0) และ ระหว่าง 4-5 ครั้ง จำนวน 55 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.8) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านผลจากการให้บริการ วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
ในภาพรวม

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความปลอดภัย	4.41	.486	มาก
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.32	.457	มาก
ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	4.31	.497	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.31	.506	มาก
ด้านผลจากการให้บริการ	4.36	.511	มาก
รวม	4.35	.416	มาก

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาได้แก่ ด้านผลจากการให้บริการ ($\bar{X} = 4.36$) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.32$) ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.31$) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.31$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์	4.67	.604	มากที่สุด
2. มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล	4.46	.670	มาก
3. มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม	4.29	.734	มาก
4. มีถังดับเพลิงประจำเป็นจุด	4.28	.756	มาก
5. มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่	4.37	.811	มาก
รวม	4.41	.486	มาก

จากตาราง 7 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์ ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมาได้แก่ มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล ($\bar{X} = 4.46$) มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.37$) มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม ($\bar{X} = 4.29$) และมีถึงดับเพลิงประจำจุด ($\bar{X} = 4.28$)

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีป้ายเตือนให้สวมแมส	4.38	.673	มาก
2. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	4.37	.655	มาก
3. มีเจ้าหน้าที่พາชมในตัวสนามช้างอารีนา	4.32	.724	มาก
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ	4.28	.762	มาก
5. การให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตั๋ว	4.27	.759	มาก
รวม	4.32	.457	มาก

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีป้ายเตือนให้สวมแมส ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาได้แก่ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.37$) มีเจ้าหน้าที่พาชมในตัวสนามช้างอารีนา ($\bar{X} = 4.32$) เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ ($\bar{X} = 4.28$) และการให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตั๋ว ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
-----------------------------------	-----------	------	------------------

ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการกดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า	4.39	.707	มาก
2. มีป้ายบอกตำแหน่งที่นั่งที่ชัดเจน	4.33	.698	มาก
3. มีการบอกสัญลักษณ์ของทางเข้าของประตู	4.30	.768	มาก
4. มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ	4.26	.762	มาก
5. มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ	4.27	.776	มาก
รวม	4.31	.497	มาก

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการกดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาได้แก่ มีป้ายบอกตำแหน่งที่นั่งที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.33$) มีการบอกสัญลักษณ์ของทางเข้าของประตู ($\bar{X} = 4.30$) มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ ($\bar{X} = 4.27$) และมีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ ($\bar{X} = 4.26$) ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สถานที่ใกล้กับโรงแรมที่พัก	4.38	.715	มาก
2. สถานที่มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ/ทางลาด	4.32	.694	มาก
3. สถานที่มีร้านอาหารหลากหลายแบบ	4.31	.762	มาก
4. สถานที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.29	.774	มาก
5. สถานที่มีร้านขายของที่ระลึก	4.29	.787	มาก
รวม	4.31	.506	มาก

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สถานที่ใกล้กับโรงแรมที่พัก ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาได้แก่ สถานที่มีห้องน้ำสำหรับคนพิการ/ทางลาด

($\bar{X} = 4.32$) สถานที่ที่มีร้านอาหารหลากหลายแบบ ($\bar{X} = 4.31$) สถานที่ที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$) และสถานที่ที่มีร้านขายของที่ระลึก ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านผลจากการให้บริการ

ด้านผลจากการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวก	4.47	.656	มาก
2. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์	4.37	.678	มาก
3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย	4.36	.750	มาก
4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่โดยภาพรวม	4.35	.747	มาก
5. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม	4.28	.793	มาก
รวม	4.36	.511	มาก

จากตาราง 11 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ด้านผลจากการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวก ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ($\bar{X} = 4.37$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.36$) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่โดยภาพรวม ($\bar{X} = 4.35$) และเจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อคนอื่น โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม

ความจงรักภักดี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
----------------	-----------	------	------------------

ความจงรักภักดี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.46	.489	มาก
การแนะนำต่อคนอื่น	4.43	.540	มาก
รวม	4.45	.472	มาก

จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ($\bar{X} = 4.46$) และ ด้านการแนะนำต่อคนอื่น ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ	4.68	.565	มากที่สุด
ภายใน 1 ปี ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน	4.40	.637	มาก
การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้า ท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน	4.43	.697	มาก
ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน	4.37	.737	มาก
รวม	4.46	.489	มาก

จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาได้แก่ การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้า ท่าน

จะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.43$) ภายใน 1 ปี ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.40$) และในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการแนะนำต่อคนอื่น

ด้านการแนะนำต่อคนอื่น	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน	4.42	.721	มาก
ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน	4.42	.696	มาก
ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง	4.43	.679	มาก
ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook, Line และ Instagram	4.46	.696	มาก
รวม	4.43	.540	มาก

จากตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการแนะนำต่อคนอื่น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook , Line และ Instagram ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมาได้แก่ ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง ($\bar{X} = 4.43$) ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.42$) และท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้านการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ความพึงพอใจ	ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว		
	การตั้งใจกลับมา เที่ยวซ้ำ	การแนะนำต่อคน อื่น	ภาพรวม
ด้านความปลอดภัย	0.579*	0.568*	0.625*
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่	0.530*	0.488*	0.554*
ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	0.559*	0.579*	0.622*
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.576*	0.548*	0.613*
ด้านผลจากการให้บริการ	0.622*	0.658*	0.699*
รวม	0.677*	0.673*	0.736*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 พบว่า ความพึงพอใจ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านผลจากการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกอยู่ระดับสูงเท่ากับ 0.736 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.677 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการแนะนำต่อคนอื่น เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.673 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งภาพรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

การศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้แก่ HR Manager ของสนามช้างอารีนา ผู้จัดการแข่งขัน/ผู้จัดการงาน

แข่งฟุตบอล/ผู้จัดงานแข่งวิ่ง ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว และผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานบุรีรัมย์ โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์โดยผู้จัดการฝ่ายบุคคล (HR Manager) ของสนามช้างอารีนา กล่าวว่า “สนามช้างอารีนา มีชื่ออย่างไม่เป็นทางการว่า อินเทอร์เน็ตเซิลสเตเดียม เป็นสนามกีฬาที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสนามเหย้าของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีความจุ 24,000 ที่นั่ง (ในปี พ.ศ. 2557 ได้ต่อเติมเป็น 32,600 ที่นั่ง) โครงสร้างประกอบด้วยเหล็กและไฟเบอร์ ซึ่งสร้างด้วยงบประมาณกว่า 500 ล้านบาท จัดเป็นสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ที่ไม่มีลู่วิ่งคั่นสนามและผ่านมาตรฐานระดับโลกจากสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ มาตรฐานสนามกีฬาระดับเอจากสหพันธ์ฟุตบอลเอเชียและสหพันธ์ฟุตบอลอาเซียน ซึ่งด้านความปลอดภัยนั้นมีการเข้มงวดอย่างแน่นนอน” ทั้งนี้มีอุปกรณ์การตรวจอาวุธที่ทันสมัย ถึงดับเพลิงพร้อม และเข้มงวดในส่วนของมาตรการป้องกันโควิด-19 ซึ่งมีการป้องกันโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีการตรวจสอบอย่างละเอียด โดยสอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้จัดงานกีฬา ฟุตบอล/แข่งรถ/วิ่ง ที่ว่าสนามเป็นสนามแข่งระดับมาตรฐานจึงมีการกำหนดมาตรการความปลอดภัยสูงมาก นอกจากนี้ในส่วนของผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมก็ได้ให้สัมภาษณ์ถึงความปลอดภัยในการเข้าพักในโรงแรม โดยมีมาตรการรักษาความปลอดภัยทั้งมีรภ.รักษาความปลอดภัย ที่จอดรถที่เป็นระเบียบ และมีมาตรการป้องกันโควิดอย่างเคร่งครัดเช่นเดียวกัน ในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวก็มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะยานพาหนะในการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว มีการตรวจฉีดแอลกอฮอล์ทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีเข็มขัดนิรภัย มีการรักษามาตรการป้องกันโควิดอย่างเคร่งครัด โดยมีการเว้นระยะห่างระหว่างที่นั่ง มีการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา และมีเจลแอลกอฮอล์สำหรับล้างมือคอยให้บริการตลอด

ซึ่งจากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า แนวปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยทั้งสนามช้างอารีนา ผู้จัดงาน ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการขนส่งการท่องเที่ยว ต่างมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด โดยเฉพาะมาตรการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับโควิด-19 ที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยมีการเว้นระยะห่างตามมาตรการ มีการสวมใส่หน้ากากตลอดเวลา มีเจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาด การวัดอุณหภูมิก่อนการเข้าร่วมงานหรือเข้าพักแรม และมีการบันทึกประวัติการเข้าพักแรม

2. แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้จัดการฝ่ายบุคคลของสนามช้างอารีนาได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในสนามช้างอารีนานั้นจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการประจำจุดต่าง ๆ มีเจ้าหน้าที่พาเข้าชมสนาม เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่คอยเก็บราคาค่าชมซึ่งมีการติดป้ายอย่างชัดเจน โดยพนักงานนั้นได้มีประจำจุดตลอดเวลา สามารถสอบถามได้ตลอดเวลาหากมีข้อสงสัย ซึ่งเจ้าหน้าที่จะมีการอธิบายในแต่ละจุดที่พาชม และคอยดูแลอย่างใกล้ชิด

ในส่วนของผู้จัดงานกีฬาต่าง ๆ แข่งรถ วิ่ง ฟุตบอล นั้นก็ได้มีการแบ่งเจ้าหน้าที่ประจำจุดเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว มีจุดประชาสัมพันธ์เพื่อประสานคนหายหรือสิ่งของหาย โดยเจ้าหน้าที่ทุกคนได้รับการอบรมก่อนการจัดงานและมีการฝึกปฏิบัติมาอย่างดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมนั้นได้มีการจัดแบ่งบุคลากรออกเป็นฝ่าย/แผนก มีทั้งแผนกต้อนรับซึ่งต้องคอยตรวจสอบให้นักท่องเที่ยวได้ทำการตรวจวัดอุณหภูมิ ก่อนเข้าโรงแรม มีพนักงานให้บริการขนสัมภาระของนักท่องเที่ยว พนักงานเคาท์เตอร์ให้บริการด้วยความเต็มใจพูดจาไพเราะและมีการให้คำแนะนำต่าง ๆ ในโรงแรมเป็นอย่างดี ซึ่งทางโรงแรมมีมาตรการให้บุคลากรต้องปฏิบัติตามลูกค้าให้เท่าเทียมกันมีความเสมอภาค และห้ามปฏิเสธการให้บริการลูกค้าในกรณีที่มีการขอความช่วยเหลือ สำหรับผู้ประกอบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว นั้น ได้มีพนักงานคอยต้อนรับและคอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว มีการจัดบริการเครื่องดื่ม อาหารว่างสำหรับนักท่องเที่ยว และในรถมีบริการห้องสุขาสำหรับนักท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต่าง ๆ สรุปได้ว่า ในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่นั้น ทุกส่วนได้มีมาตรการที่เข้มงวด โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ คอยอำนวยความสะดวกตลอดเวลา และมีการแนะนำ ให้ข้อเสนอแนะแก่นักท่องเที่ยวกรณีเกิดปัญหาต่าง ๆ และคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในทุกสถานการณ์

3. แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ในส่วนของสนามช้างอารีนา นั้น มีป้ายแจ้งขั้นตอนต่าง ๆ อย่างชัดเจน ตั้งแต่การซื้อบัตร ป้ายห้ามนำสิ่งของต่าง ๆ ที่มีอันตรายเข้าไปภายในสนาม มีระบบการจัดการที่ทันสมัย มีกล้องวงจรปิดทุกมุม และมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกแนะนำในแต่ละขั้นตอน สำหรับในแง่ของผู้จัดงานแข่งรถ ฟุตบอล วิ่งมาราธอน นั้น ก็ได้มีขั้นตอนการปฏิบัติที่ชัดเจน ซึ่งมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารแนวปฏิบัติแก่ผู้เข้าร่วมงานทางเพจทางเอกสาร วิดีโอ โทรศัพท์ เพื่อเป็นการกระจายแนวปฏิบัติในการเข้าชมให้ทั่วถึง และมีป้ายต่าง ๆ คอยบอกนักท่องเที่ยว มีการจัดระเบียบการเข้าชมอย่างเป็นระบบระเบียบซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่คอยควบคุมและดูแลอย่างใกล้ชิด ในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมนั้น ได้มีการจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบเช่นกัน โดยเฉพาะการ Check-in ตลอดจนการ Check-out ที่รวดเร็วและทันสมัย นักท่องเที่ยวไม่ต้องรอนาน ซึ่งได้เน้นการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้อง สำหรับผู้ประกอบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวนั้น ได้มีการจัดขั้นตอนการให้บริการตั้งแต่การต้อนรับ การอำนวยความสะดวกบนรถการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ การให้ข้อมูลการรักษากฎมาตรการความปลอดภัยทั้งบนรถและด้านมาตรการโควิด-19

จึงสรุปได้ว่า ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการของแต่ละธุรกิจนั้น ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งต่างมีกระบวนการที่เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเป็นส่วน

ใหญ่ ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและเกิดความจงรักภักดีที่จะกลับมาท่องเที่ยวและมีการบอกต่อคนอื่น

4. แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการสัมภาษณ์พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของโรงแรมข้างอารีนา นั้น มีการอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งห้องสุขา สถานที่จอดรถ ร้านอาหารที่หลากหลาย ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และมีร้านขายของที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้าไป ไม่ต้องเดินทางไปอื่นเลย คือมีครบวงจรในจุดเดียว สำหรับผู้จัดงานแข่งรถ ฟุตบอล วิ่งก็เช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นจุดเดียวกันคือสนามข้างอารีนา ซึ่งจะมีการให้บริการที่ครบวงจรทุกอย่าง ตั้งแต่ร้านอาหาร ห้องสุขา ที่จอดรถ ซึ่งอำนวยความสะดวกได้มาก ในส่วนของที่พักธุรกิจโรงแรมนั้น ในส่วนของห้องพักจะมีการอำนวยความสะดวกในเรื่องของ ทีวี ตู้เย็น เครื่องใช้ที่จำเป็น เครื่องทำน้ำอุ่น ไวไฟ สำหรับนักท่องเที่ยว สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และอื่น ๆ ที่จำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวัน และผู้ประกอบการขนส่งนักท่องเที่ยวจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกคือ มีห้องสุขาให้บริการภายในรถ มีพนักงานคอยให้บริการอำนวยความสะดวก และอาหารว่าง น้ำดื่มคอยให้บริการ มีที่นั่งที่สบายสามารถเอนเบาะสำหรับนอนได้

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทนั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นอยู่กับความจำเป็นของแต่ละธุรกิจ ตามประเภทของธุรกิจเป็นสำคัญ

5. แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการใช้วิธีการประเมินผลโดยการสอบถามจากพนักงานผู้ให้บริการในการให้บริการนั้นมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้างเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งได้มีแบบประเมินสำหรับพนักงานเพื่อสอบถามถึงปัญหา อุปสรรคที่พบเจอ จะได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขให้มีประสิทธิภาพต่อการให้บริการต่อไป ในส่วนของการประเมินผลการให้บริการนักท่องเที่ยวนั้น ได้มีการให้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยผ่านแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะสามารถสรุปผลจากการประเมินได้อย่างง่ายดาย และเป็นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้เกิดประโยชน์

6. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (จังหวัดบุรีรัมย์) พบว่า จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จะเห็นว่าจังหวัดบุรีรัมย์เป็นเมืองประวัติศาสตร์ความเป็นมาเกี่ยวกับอารยธรรมขอมจึงมีโบราณสถานเป็นปราสาทหินให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยมชมเรื่องราวในอดีตทั้งปราสาทหินพนมรุ้งที่ได้รับการยกย่องให้เป็น Unseen in Thailand นอกจากนี้บุรีรัมย์ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่และวนอุทยานแห่งชาติเขากระโดงซึ่งเป็นภูเขาไฟที่ดับแล้ววยังโดดเด่นในวัฒนธรรมประเพณีรวมถึงงานหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อคือ ผ้าไหมซึ่งเป็นที่มาของคำขวัญประจำจังหวัด จวบจนกระทั่งปัจจุบันได้มีการพัฒนาเมืองโดยมีเป้าหมายให้เป็นเมืองกีฬาโดยสังเกตได้จาก

การที่จังหวัดบุรีรัมย์มีทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่มีชื่อเสียงและบุรีรัมย์มีความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวทางกีฬา เมืองสุขภาพ ซึ่งบุกเบิกโดยภาคเอกชนจึงมีการลงทุนก่อสร้างทั้งโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน ธุรกิจโรงแรมที่พักร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ซึ่งล้วนเป็นส่วนหนึ่งปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้ให้สัมภาษณ์ถึงแนวทาง/นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า

“...มีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านระบบข้อมูลส่วนกลาง เป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง องค์กรธุรกิจบุรีรัมย์เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับ นักท่องเที่ยวเพื่อมาชมกีฬาทั้งฟุตบอลแข่งระดับโลกและนานาชาติตั้งนั้นภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาพร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัดและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น มีผลมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวจากจากยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์...” นอกจากนี้ “...ควรมีการบูรณาการการจัดการการท่องเที่ยว คือมีการวางแผนและการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีการบูรณาการ มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก คือนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์พร้อมทั้งแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย...” และที่สำคัญคือ “...ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาให้บุรีรัมย์เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวจากการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านกีฬา เช่น ฟุตบอล รถแข่ง ดังนั้นทางหน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัดและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์...” และ “...หน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัดและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาให้บุรีรัมย์เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมาชมกีฬาทั้งฟุตบอล แข่งระดับโลกและนานาชาติ ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มาเยือน...”

7. แผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เบื้องต้นให้สัมภาษณ์ถึงแผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ว่า “...การท่องเที่ยวกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ มีปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านกิจกรรมที่น่าสนใจ ดังนั้น ควรกำหนดมาตรการการรักษาคุณภาพของสนามฟุตบอลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และควรมีการสร้างสรรคกิจกรรมที่น่าสนใจในงานแข่งขันทางกีฬาทั้งฟุตบอลและรถแข่งนั้นโดยสามารถทำคู่มือแบบการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจ

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ ไปปลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ฯลฯ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน...” นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ว่า “...ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก คือนักท่องเที่ยว มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีในด้านความปลอดภัยสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีอิสระมีความสุขสบาย มากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น 3) ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวคือบุคลากรมีความพร้อมที่จะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและมีศักยภาพสูงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ 4) ด้านการสร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยว คือจังหวัดบุรีรัมย์มีนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้นนอกจากนี้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของบุรีรัมย์ และของแต่ละท้องถิ่นเพิ่มขึ้น 5) ด้านความร่วมมือการจัดการการท่องเที่ยว...”

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม และวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อศึกษาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ และ 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผล อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 56.8) อายุระหว่าง 21-30 ปี (คิดเป็นร้อยละ 42.0) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 40.8) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 23.3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เกิน 15,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 29.8) และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่มาครั้งแรก (คิดเป็นร้อยละ 37.8)

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านผลจากการให้บริการ วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาได้แก่ ด้านผลจากการให้บริการ ($\bar{X} = 4.36$) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.32$) ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.31$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.31$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางต่อไปนี้

2.1 ด้านความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) อันดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์ ($\bar{X} = 4.67$) และอันดับสุดท้ายคือ มีถึงดับเพลิงประจำจุด ($\bar{X} = 4.28$)

2.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) อันดับแรก คือ มีป้ายเตือนให้สวมแมส ($\bar{X} = 4.38$) และอันดับสุดท้าย คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตัว ($\bar{X} = 4.27$)

2.3 ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) อันดับแรกคือ มีการกตบัตริควเพื่อซื้อสินค้า ($\bar{X} = 4.39$) และอันดับสุดท้าย คือ มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ ($\bar{X} = 4.26$)

2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$) อันดับแรก คือ สถานที่ใกล้กับโรงแรมที่พัก ($\bar{X} = 4.38$) และอันดับสุดท้าย คือ สถานที่มีร้านขายของที่ระลึก ($\bar{X} = 4.29$)

2.5 ด้านผลจากการให้บริการ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) อันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวก ($\bar{X} = 4.47$) และอันดับสุดท้าย คือ เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ($\bar{X} = 4.28$)

3. ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อคนอื่น โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ($\bar{X} = 4.46$) และด้านการแนะนำต่อคนอื่น ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

3.1 ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) อันดับแรก คือ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อย่างมีความสุขท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ ($\bar{X} = 4.68$) และอันดับสุดท้ายคือ ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.37$)

3.2 ด้านการแนะนำต่อคนอื่น พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) อันดับแรกคือ ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook, Line และ Instagram และอันดับสุดท้ายคือ ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี้อย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.42$)

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้านการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ความพึงพอใจ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านผลจากการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกอยู่ระดับสูง เท่ากับ 0.736 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.677 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการแนะนำต่อคนอื่น เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.673 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งภาพรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

การศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ HR Manager ของสนามช้างอารีนา ผู้จัดการแข่งขันรถ/ผู้จัดการแข่งขันฟุตบอล/ผู้จัดการแข่งขันวิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว และผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานบุรีรัมย์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย พบว่า แนวปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยทั้งสนามช้างอารีนา ผู้จัดการ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการขนส่งการท่องเที่ยว ต่างมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เคร่งครัด โดยเฉพาะมาตรการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับโควิด-19 ที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยมีการเว้นระยะห่างตามมาตรการ มีการสวมใส่หน้ากากตลอดเวลา

มีเจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาด การวัดอุณหภูมิก่อนการเข้าร่วมงานหรือเข้าพักผ่อน และมีการบันทึกประวัติการเข้าพักผ่อน

2. แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พบว่า ในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่นั้น ทุกส่วนได้มีมาตรการที่เข้มงวด โดยมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ คอยอำนวยความสะดวกตลอดเวลา และมีการแนะนำ ให้ข้อเสนอแนะแก่นักท่องเที่ยวกรณีเกิดปัญหาต่าง ๆ และคอยช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในทุกสถานการณ์

3. แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการของแต่ละธุรกิจนั้น ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งต่างมีกระบวนการที่เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและเกิดความจงรักภักดีที่จะกลับมาท่องเที่ยวและมีการบอกต่อคนอื่น

4. แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการต่อนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทนั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นอยู่กับความจำเป็นของแต่ละธุรกิจ ตามประเภทของธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ

5. แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ พบว่า ผู้ประกอบการใช้วิธีการประเมินผล โดยการสอบถามจากพนักงานผู้ให้บริการในการให้บริการนั้นมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้างเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งได้มีแบบประเมินสำหรับพนักงานเพื่อสอบถามถึงปัญหา อุปสรรคที่พบเจอ จะได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขให้มีประสิทธิภาพต่อการให้บริการต่อไป ในส่วนของการประเมินผล การให้บริการนักท่องเที่ยวนั้น ได้มีการให้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยผ่านแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะสามารถสรุปผลจากการประเมินได้อย่างง่ายดาย และเป็นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้เกิดประโยชน์

6. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านระบบข้อมูลส่วนกลางเป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง องค์การธุรกิจบุรีรัมย์เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับ นักท่องเที่ยวเพื่อมาชมกีฬาทั้งฟุตบอลแข่งระดับโลกประเทศและนานาชาติ ดังนั้น ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัด และแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น มีผลมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวจากจากยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

7. แผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การท่องเที่ยวกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ มีปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านกิจกรรมที่น่าสนใจ ดังนั้น ควรกำหนดมาตรการการรักษาคุณภาพของสนามฟุตบอลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และควรมีการสร้างสรรคกิจกรรมที่น่าสนใจในงานแข่งขันทางกีฬาทั้งฟุตบอลและรถแข่งนั้นโดยสามารถทำคู่มือแบบการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ ไปพลิวและสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ฯลฯ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน

อภิปรายผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความปลอดภัย รองลงมา ได้แก่ ด้านผลจากการให้บริการ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้ เนื่องจากจังหวัดบุรีรัมย์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ความมหัศจรรย์ของจังหวัดบุรีรัมย์ในการพลิกฟื้นเมืองทางผ่านให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ต้องห้ามพลาด และวิสัยทัศน์ของนักการเมืองอย่าง นายเนวิน ชิดชอบ ที่สร้างและทำให้บุรีรัมย์มาเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวห้ามพลาด โดยปัจจัยของการเติบโตของบุรีรัมย์อันดับแรกเกี่ยวข้องกับการเมือง โดยนายเนวิน ชิดชอบ ช่วยหนุนเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ปรับเปลี่ยนโฉมหน้าของเมืองบุรีรัมย์ให้เหมาะสมกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับโลกได้ ได้แก่ ด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้านการสร้างความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และด้านการบูรณาการการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งการเปลี่ยนโฉมต่าง ๆ ได้ครอบคลุมถึงความมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและความปลอดภัยจึงมาเป็นอันดับแรก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยในอันดับแรกสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ลำนนาตะวันออก พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่

ล้านนาตะวันออกในระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นด้านที่มีความคาดหวังสูงกว่าด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านทักษะผู้ให้บริการการท่องเที่ยว และด้านผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองลงมาคือ ด้านค่านิยมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านระบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านโครงสร้างในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อคนอื่น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และด้านการแนะนำต่อคนอื่น ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงมีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีความน่าสนใจ เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในเมืองหลักและเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดต่าง ๆ มากขึ้น เป็นการลดความแออัดและปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ตามมาอันเนื่องมาจากมีปริมาณนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ โดยจังหวัดบุรีรัมย์เป็นเมืองประวัติศาสตร์ความเป็นมาเกี่ยวกับอารยธรรมขอมจึงมีโบราณสถานเป็นปราสาทหินให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเยี่ยมชมเรื่องราวในอดีตทั้งปราสาทหินพนมรุ้งที่ได้รับการยกย่องให้เป็น Unseen in Thailand นอกจากนี้ บุรีรัมย์ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ และวนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง ซึ่งเป็นภูเขาไฟที่ดับแล้วยังโดดเด่นในวัฒนธรรมประเพณีรวมจนถึงงานหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อ คือ ผ้าไหมซึ่งเป็นที่มาของคำขวัญประจำจังหวัด จวบจนกระทั่งปัจจุบัน อีกทั้งกุญแจสำคัญในการพัฒนาการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ในเวลาเดียวกันนั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวงปณิต สออบขุนทด ขวัญกมล ดอนขวา และฉัตรชัย พิศพล (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาปัจจัยความภักดีที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยระดับความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะแนะนำบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้านการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ความพึงพอใจ จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านผลจากการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมเชิงบวกอยู่ระดับสูง เท่ากับ 0.736 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจทั้ง 5 ด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้านการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.677 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการแนะนำต่อคนอื่น เชิงบวกระดับสูง เท่ากับ 0.673 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งภาพรวมและรายด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก คือนักท่องเที่ยว มีความประทับใจ และมีประสบการณ์ที่ดีในด้านความปลอดภัยสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้น จึงทำให้มีการอยากกลับมาเที่ยวซ้ำและเกิดการบอกต่อคนอื่นเพื่อให้มาท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากความประทับใจในการมาท่องเที่ยวในครั้งแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ (2562) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ลำนนาตะวันออก พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ อันนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ประกอบด้วย ด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านบริบท ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ด้านบทบาทของภาครัฐและโอกาส ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ลำนนาตะวันออกในระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นด้านที่มีความคาดหวังสูงกว่าด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านทักษะผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ด้านค่านิยมต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านระบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านโครงสร้างในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพึงพอใจ ด้านผลจากการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเห็นด้วยกับนักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวกมากเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาได้แก่ เกิดความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งด้านความปลอดภัย ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ดังนั้น แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคควรใช้วิธีการประเมินผลโดยการสอบถามจากพนักงานผู้ให้บริการในการให้บริการนั้นมีปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้างเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งได้มีแบบประเมินสำหรับพนักงานเพื่อสอบถามถึงปัญหาอุปสรรคที่พบเจอ จะได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขให้มีประสิทธิภาพต่อการให้บริการต่อไป ในส่วนของการประเมินผลการให้บริการนักท่องเที่ยวนั้น ได้มีการให้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจโดยผ่านแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะสามารถสรุปผลจากการประเมินได้อย่างง่ายดาย และเป็นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้เกิดประโยชน์ สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านระบบข้อมูลส่วนกลางเป็นไปตามกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง องค์กรธุรกิจบุรีรัมย์เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับ นักท่องเที่ยวเพื่อมาชมกีฬาทั้งฟุตบอลแข่งระดับโลกและนานาชาติตั้งนั้น ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาพร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัดและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น มีผลมาจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวจากจากยุทธศาสตร์การพัฒนการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากกฎเกณฑ์สำคัญในการพัฒนาการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ในเวลาเดียวกันนั้น จำเป็นต้องสร้างให้เกิดขึ้นกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ และชุมชนทุกภาคส่วนนั้นต้องตระหนักถึงการเป็นเจ้าของที่ดีมีมิติจิตต่อนักท่องเที่ยวชุมชนต้องมีความภูมิใจในวัฒนธรรมประเพณีตน และรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ และปรับเปลี่ยนให้เกิดเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวได้มีมาตรฐาน มีคุณภาพที่ของสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวสร้างความแตกต่างเอกลักษณ์ในธุรกิจของตนทั้งผู้ประกอบการรวมถึงชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมมือกันสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สัจจา ไกรสรรัตน์ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผลการศึกษาพบว่า ยุทธวิธีในด้านนโยบายที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อกระจายความรู้กระจายรายได้กระจายความรับผิดชอบ และเพื่อความยั่งยืนของการ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ นอกจากนี้แผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การท่องเที่ยวกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ มีปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านกิจกรรมที่น่าสนใจ ดังนั้นควรกำหนดมาตรการการรักษาคุณภาพของสนามฟุตบอลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และควรมีการสร้างสรรคกิจกรรมที่น่าสนใจในงานแข่งขันทางกีฬาทั้งฟุตบอลและรถแข่งนั้นโดยสามารถทำคู่มือแบบการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุก ๆ ฝ่ายไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ ภาครัฐ รวมถึงการสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวซึ่งสามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ ใบบลิว และสื่อในรูปแบบใหม่ เช่น Social Media ฯลฯ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันทนี ศรินวล และอัศวิน แสงพิกุล (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านกิจกรรมที่น่าสนใจ และปัจจัยด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะกิจกรรมที่น่าสนใจที่ทำให้บุรีรัมย์กลายเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงได้แก่กิจกรรมทางด้านกีฬา ทั้งทางด้านการแข่งขันและการเข้าชมกีฬา เช่น ฟุตบอลสโมสร การแข่งรถมอเตอร์ไซด์ทางเรียบระดับประเทศ และนานาชาติ เป็นต้น สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานภาครัฐควรนำการท่องเที่ยวด้านกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจังหวัดและแผนยุทธศาสตร์จังหวัดบุรีรัมย์โดยสามารถทำคู่มือแบบการท่องเที่ยวทั้งโปรซ์ัวร์และออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้านกีฬาอาจจะประกอบด้วยข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวปฏิบัติเทศกาล ประจำปีกิจกรรมที่น่าสนใจรายชื่อโรงแรม ร้านอาหารการเดินทางและตัวอย่างโปรแกรมท่องเที่ยว

1.2 ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชา คีฬา องค์กรความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรมทรัพยากรการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการประสานงานในรูปแบบ Big Data และนำเทคโนโลยีมาช่วยดำเนินการเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินการ

1.3 ควรมีแนวทางในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ด้วยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายร่วมพัฒนาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีมาตรฐานสร้างสรรค์และยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

1.4 ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาให้บุรีรัมย์ให้เป็นเมืองเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยว

2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับคู่แข่งเพื่อนำผลการมาเป็นกลยุทธ์ในการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรวรรณ สังขกร. (2559). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิตติมา แซ่โฮ. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กุลพิชญ์ โภโคยอุดม. (2557). The Emergence of Sport Event Tourism Destination in Buriram. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 15(3), 1-8.
- เกศรินทร์ วิลธาดา และจรัสพงศ์ คลังกรณ์. (2564) การจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(2), 410-425.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). การโรงแรม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชญานิน บุหลันพฤษ์. (2549). ระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ เอไอเอส เซเรเนด คลับ ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและความภักดีของผู้รับบริการในธุรกิจร้านยา. วารสารเภสัชกรรมไทย, 1, 23-33.
- ไชยพศ รื่นมล. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจค้าปลีก ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ: ประชุมทอง พรินติ้งกรุ๊ป.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2557). บุรีรัมย์โมเดล ต้นแบบการสร้างเมืองใหม่. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565. จาก <http://www.thairath.co.th/content/435963>.

- ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์. (2554). ความพึงพอใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อประโยชน์ของ
สมาร์ตโฟน. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). ความภักดีของลูกค้า. สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2565. จาก
<https://www.nidambe11.net/ekonomiz/2004q4/article2004nov30p5.htm>.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี:
สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2559). การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองอ่อง ดินสุกและ
ตุ๊กตา” เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และ
สนับสนุนสินค้าโอท็อปกับการท่องเที่ยวเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อนของจังหวัดราชบุรี.
รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นวลรัตน์ วัฒนา. (2561). ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในบริบทโซเซียลคอมเมอร์ซ. *Veridian E-
Journal, Silpakorn University*, 11(2), 632-650.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สิริวิทยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). การขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุรีรัมย์กฤษ. (2557). ปาฐกถาหัวข้อ “บุรีรัมย์เมืองกีฬามาตรฐานโลก” โดยเนวิน ชิดชอบ.
สืบค้นวันที่ 20 มกราคม 2565. จาก <http://www.buriramguru.com/ปาฐกถาหัวข้อ-บุรีรัมย์/>.
- ประภัสสร มีน้อย. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อ
รองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปราการ กองแก้ว. (2546). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดของผู้ผลิตสุกภัณฑ์รายใหญ่ : กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไพบ์ แอนด์ โพบ์ พริน
ติ้ง.

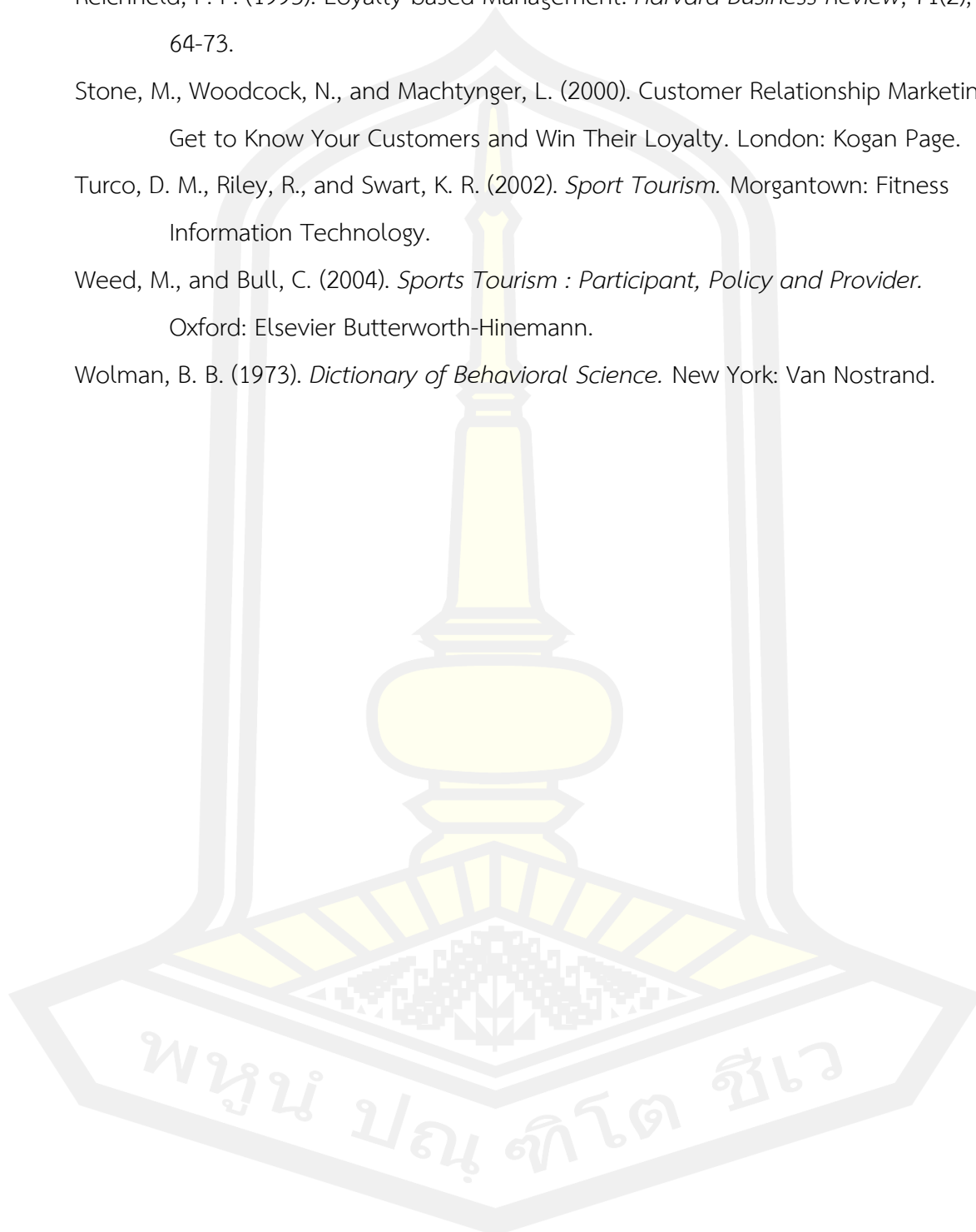
- ปวงปณต สอบขุนทด ขวัญกมล ดอนขวา และฉัตรชัย พิศพล. (2563). ความรักดีของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9, 65-80.
- ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ. (2562). การบริหารจัดการความคาดหวังนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ลำนนาตะวันออก ตามความสำเร็จของหลักอิทธิบาท. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 8, 155-167.
- ปิยะ เจริญเวชรักษ์. (2556). รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานด้านการสร้างอิทธิพล เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการครู. *ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 15(2), 57-63.
- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสณี. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. *สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- พรพิมล ศรีธเรศ. (2551). การศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ ในประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สำนักวิชาวิทยาศาสตร์ การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- ภูษิต สายกิมซ้วน. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนตำบลเจ๊ะบิลังที่มีต่อการให้บริการประปาหมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลเจ๊ะบิลัง อำเภอเมือง จังหวัดสตูล. *การศึกษาค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- มริษา ไกรงู. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำทางกรุงเทพ-เพชรบุรี หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73. *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- รังสรรค์ ฤทธิ์ผาด. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลตำบลแสงสว่าง อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี. *การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วรพรรณ แดงพุทธทางกูร. (2564). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา สวนศรียา จังหวัดนครนายก. *การประชุมวิชาการระดับชาติ บัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 5 วันที่ 9 สิงหาคม 2564*. หน้า 213-214. *มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*.

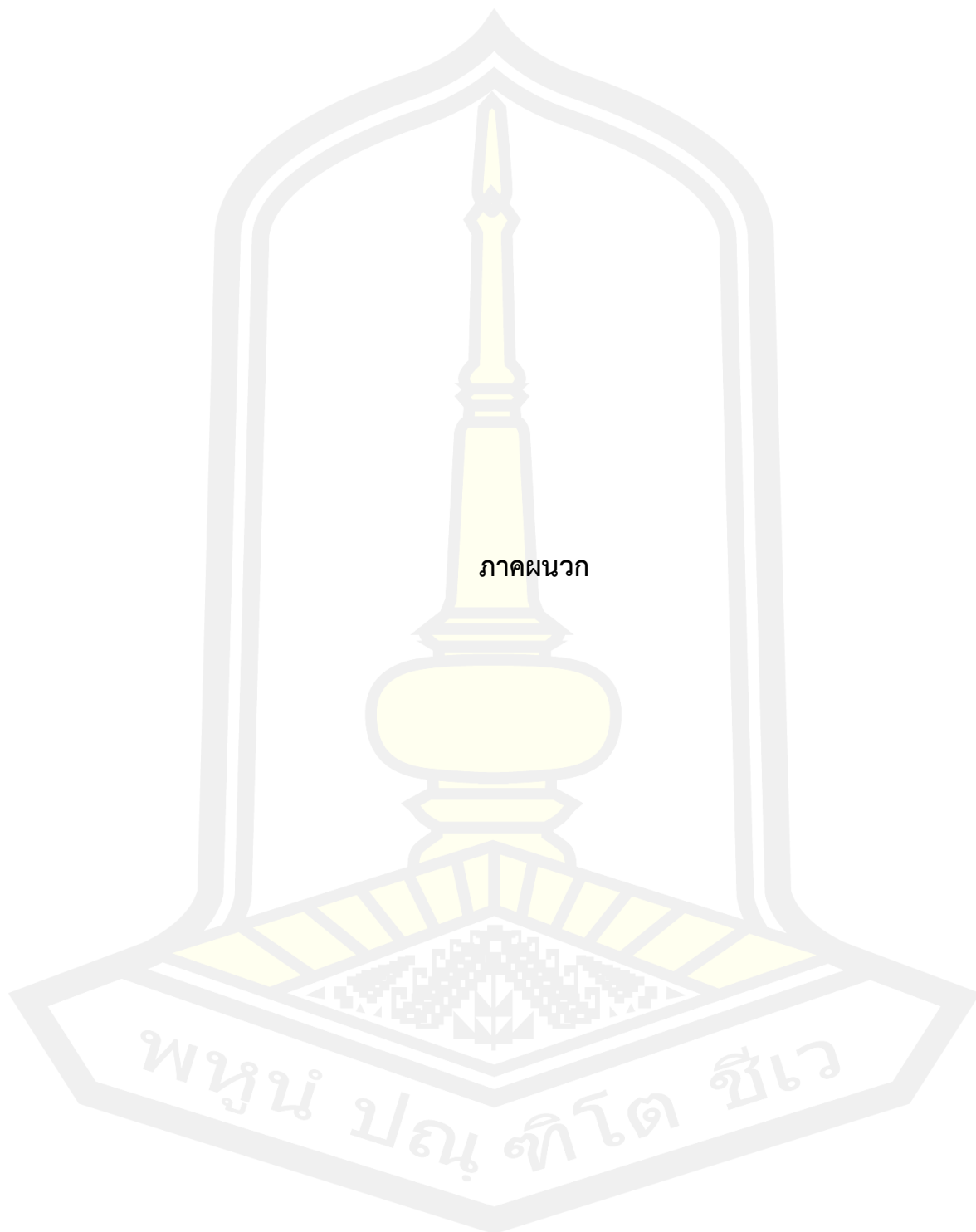
- วัชรระ เชียงกุล. (2558). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะ การ จัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัชรระ เชียงกุล และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8, 90-109.
- วันทนี ศรีนวล และอศวิน แสงพิกุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัด บุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 9(1), 175-194.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. *E-TAT Tourism Journal*, 3, 1-14.
- ไศรยา หอมชื่น และฐานิช ลิ้มตระกูล. (2555). Tourism and Sport Events. *ทีเอที ทัวริซึม เจอร์ นัล*, 2, 4-14.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2551). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.
- สังจา ไกรศรรัตน์. (2560). การเพิ่มคุณภาพและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 5*. มหาวิทยาลัยราชภัฏ หมูบ้านจอมบึง.
- สาคร สุขศรีวงศ. (2550). *การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จีพีไอเบอร์ พรินท.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด บุรีรัมย์. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2565. จาก http://www.mots.go.th/province_new/ewt/buriram/ewt_news.php?nid=384.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- สำนักงานสถิติจังหวัดบุรีรัมย์. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์*. สืบค้น 20 กันยายน 2564. จาก <http://www.oic.go.th/INFOCENTER2/276/>.
- สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม. (2557). การจัดระเบียบสังคม 2557. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2564. จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/pages>.
- สิงห์ชัย ผ่องบุรุษ. (2557). *การจัดทำกรอบยุทธศาสตร์พัฒนาขององค์กรส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัด บุรีรัมย์*. บุรีรัมย์: กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนา สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัดบุรีรัมย์.

- สัญญา ชุนอ่อน. (2558). การวัดความภักดีของลูกค้าสำหรับธุรกิจโรงแรม. *วารสารนักบริหาร*, 35, 64-74.
- สุกัญญา สีลาดเลา. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแกว อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- สุทธิศรี ม่วงสว. (2550). การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนสำนักบริการทางวิชาการและทดสอบ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2546). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรรัตน์ พินัยกุล. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้า ในตราสินค้าไอศกรีม Swensen's ของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Aaker, D. A. (2009). *Managing Brand Equity*. U.S.A.: Free Press.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 5th ed. Cincinnati, Ohio: South-Western College.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination in the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Bull, C. J. and Weed, M. E. (1999). Niche Markets and Small Island Tourism: The Development of Sports Tourism in Malta. *Managing Leisure*, 4(3), 42-155.
- Cassidy, F. (2005). *What Motivates Sports Event Tourist? A Synthesis of Three Disciplines*. Toowoomba Australia: University of Southern Queensland (USQ).
- Chang, H. H. and Chen, S. W. (2008). Loyalty: A Strategic Commitment. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44(5-6), 31-46.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Dash MV. (2564). *Sport-Tourism การท่องเที่ยวแนวใหม่ที่น่าสนใจ*. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2565. จาก <https://www.dashmv.com/sport-tourism/>.
- Dickman, C. R. (1996). *Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna*. Australian Nature Conservation Agency, Canberra.
- Gammon, S., and Robinson, T. (2003). Sports and Tourism : A Conceptual Framework. *Journal of Tourism*. 8(1), 21-26.

- Gee, C., Makens, J., and Choy, D. (1997). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Girish, P. and Elsa, G. (2014). Motivation, Satisfactions, and Behavioral Intentions: Segmenting Youth Participants at the Interamnia World Cup 2012. *Sport Marketing Quarterly*, 23, 148-160.
- Goeldner, C., and Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 10th ed. Hoboken: Wiley.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw Hill.
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*. London: Belhaven Press.
- Hinch, T. D., and Higham, J. E. S. (2001). Sport Tourism: a Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- Hinch, T. D. and Higham, J. E. S. (2003). *Sport Tourism Development*. Clevedon: Channel View Publications.
- Hinch, T. D. and Higham, J. E. S. (2005). Sport Tourism: A Framework for Research The International. *Journal of Tourism Research*, 3(1), 45-58.
- Kostas, A. and Kyriaki, K. (2014). Marketing Sport Event Tourism: Sport Tourist Behaviors and Destination Provisions. *Sport Marketing Quarterly*, 23, 125-126.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kurtzman, J., and Zauhar, J. (1997). Wave in Time. *Journal of Sport Tourism*, 4(2), 5-20.
- McIntosh, R. W., and Goelder, C. R. (1984). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. Columbus, OH: Grid Publishing.
- McIntosh, R. W., and Goeldner, C. R. (2002). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Oliver, R. L. (1997). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *The Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Pond, K. L. (1993). *The Professional Guide : Dynamics of Tour Guiding*. U.S.A. New Jersey: Prentice-Hall.

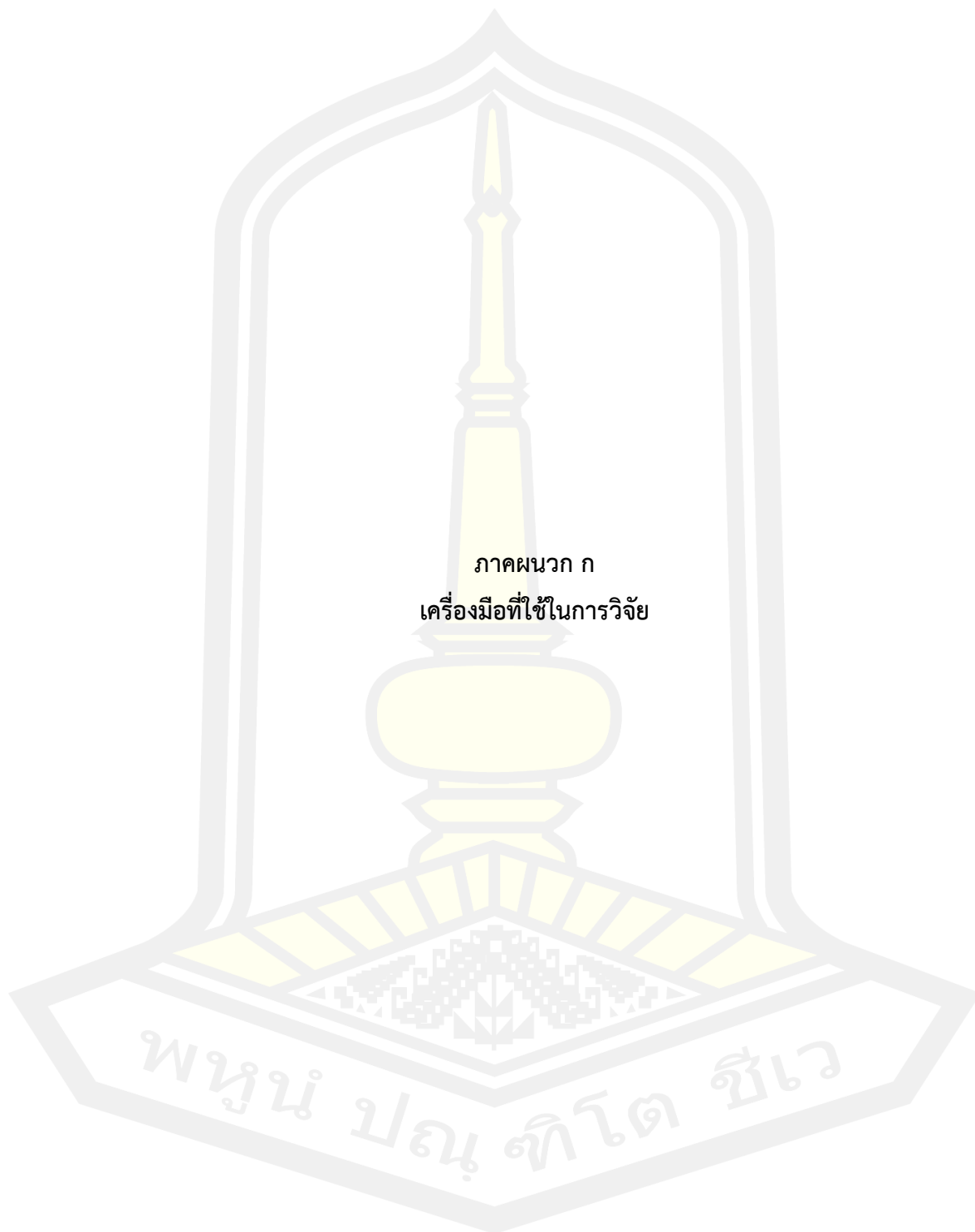
- Quirk, R. (1987). *Longman Dictionary of Contemporary English*. London: Richard Clay.
- Reichheld, F. F. (1993). Loyalty-based Management. *Harvard Business Review*, 71(2), 64-73.
- Stone, M., Woodcock, N., and Machtynger, L. (2000). *Customer Relationship Marketing: Get to Know Your Customers and Win Their Loyalty*. London: Kogan Page.
- Turco, D. M., Riley, R., and Swart, K. R. (2002). *Sport Tourism*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Weed, M., and Bull, C. (2004). *Sports Tourism : Participant, Policy and Provider*. Oxford: Elsevier Butterworth-Hinemann.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. New York: Van Nostrand.





ภาคผนวก

พหุมนุ ปณฺ ทิโต ชีเว



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

พหุบัน ปณฺ ทิโต ชีเว

แบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหา ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็จริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพียง 1 ข้อตามข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี
 31-40 ปี 41-50
 51-60 61-70 71 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. อนุปริญญา/ปวส.
 ปริญญาตรี สูงกว่าระดับปริญญาตรี อื่น ๆ ระบุ.....
4. อาชีพ พนักงานบริษัท ผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ
 ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ ธุรกิจส่วนตัว
 นิสิตนักศึกษา ปัจจุบันว่างงาน
 อาชีพอื่น (โปรดระบุ).....
5. รายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท 15,000 – 25,000 บาท
 25,001-35,000 บาท 35,001 - 45,000 บาท
 45,000 บาทขึ้นไป
6. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
 ครั้งแรก 2-3 ครั้ง
 4-5 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง ท่านมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับใด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านความปลอดภัย					
1. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์					
2. มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล					
3. มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม					
4. มีถึงดับเพลิงประจำเป็นจุด					
5. มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่					
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
6. มีป้ายเตือนให้สวมแมส					
7. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
8. มีเจ้าหน้าที่พาชมในตัวสนามช้างอารีนา					
9. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ					
10. การให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตั๋ว					
ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ					
11. มีการกวดขันตั๋วเพื่อซื้อสินค้า					
12. มีป้ายบอกตำแหน่งที่นั่งที่ชัดเจน					
13. มีการบอกสัญลักษณ์ของทางเข้าของประตู					
14. มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ					
15. มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
16. สถานที่ใกล้กับโรงแรมที่พัก					
17. สถานที่มีห้องน้ำ/สำหรับคนพิการ/ทางลาด					
18. สถานที่มีร้านอาหารหลากหลายแบบ					
19. สถานที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
20. สถานที่มีร้านขายของที่ระลึก					
ด้านผลจากการให้บริการ					
21. นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวก					
22. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์					
23. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย					
24. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่โดยภาพรวม					
25. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม					

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง ท่านมีความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์นี้ อยู่ในระดับใด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด 5

เห็นด้วยมาก 4

เห็นด้วยปานกลาง 3

เห็นด้วยน้อย 2

เห็นด้วยน้อยที่สุด 1

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ					
1. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้อันมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ					

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. ภายใน 1 ปี ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน					
3. การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้า ท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน					
4. ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน					
การแนะนำต่อคนอื่น					
5. ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน					
6. ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน					
7. ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง					
8. ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook , Line และ Instagram					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงพาในจังหวัดบุรีรัมย์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

แบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหา ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ เพียง 1 ข้อตามข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

- | | | |
|--|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 20 ปี
<input type="checkbox"/> 31-40 ปี
<input type="checkbox"/> 51-60 | <input type="checkbox"/> 21-30 ปี
<input type="checkbox"/> 41-50
<input type="checkbox"/> 61-70
<input type="checkbox"/> 71 ปีขึ้นไป |
| 3. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา/ปวช.
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ปวส.
<input type="checkbox"/> สูงกว่าระดับปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |
| 4. อาชีพ | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท
<input type="checkbox"/> ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ
<input type="checkbox"/> นิสิตนักศึกษา
<input type="checkbox"/> อาชีพอื่น (โปรดระบุ)..... | <input type="checkbox"/> ผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> ปัจจุบันว่างงาน |
| 5. รายได้ | <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 25,001-35,000 บาท
<input type="checkbox"/> 45,000 บาทขึ้นไป | <input type="checkbox"/> 15,000 – 25,000 บาท
<input type="checkbox"/> 35,001 - 45,000 บาท |
| 6. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ | <input type="checkbox"/> ครั้งแรก
<input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป | <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 4-5 ครั้ง |



ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง ท่านมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับใด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
ไม่พึงพอใจ	1



ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านความปลอดภัย					
1. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์					
2. มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล					
3. มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม					
4. มีถึงดับเพลิงประจำเป็นจุด					
5. มีจุดตรวจวัดอุณหภูมิ มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่					
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
6. มีป้ายเตือนให้สวมแมส					
7. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
8. มีเจ้าหน้าที่พาชมในตัวสนามช้างอารีนา					
9. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ					
10. การให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตั๋ว					
ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ					
11. มีการกวดขันเพื่อซื้อสินค้า					
12. มีป้ายบอกตำแหน่งที่นั่งที่ชัดเจน					
13. มีการบอกสัญลักษณ์ของทางเข้าของประตู					
14. มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ					
15. มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
16. สถานที่ใกล้กับโรงแรมที่พัก					
17. สถานที่มีห้องน้ำ/สำหรับคนพิการ/ทางลาด					
18. สถานที่มีร้านอาหารหลากหลายแบบ					
19. สถานที่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
20. สถานที่มีร้านขายของที่ระลึก					
ด้านผลจากการให้บริการ					
21. นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดี สะดวก					
22. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์					
23. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย					
24. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเจ้าหน้าที่โดยภาพรวม					
25. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม					

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง ท่านมีความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์นี้ อยู่ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ					
1. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ					
2. ภายใน 1 ปี ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน					
3. การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้า ท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน					
4. ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน					
การแนะนำต่อคนอื่น					
5. ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่อย่างแน่นอน					
6. ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน					
7. ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง					
8. ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook , Line และ Instagram					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามนี้



แบบสัมภาษณ์

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
สำหรับ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล (HR manager) ของสนามช้างอารีนา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. วัน เดือน ปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย

1. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์
2. มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล
3. มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม
4. มีถังดับเพลิงประจำเป็นจุด
5. มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่

แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

6. มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ
7. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
8. มีเจ้าหน้าที่พาคมในตัวสนามช้างอารีนา
9. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ
10. มีเจ้าหน้าที่เก็บราคาค่าเข้าชม

แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

11. มีป้ายบอกขั้นตอนการเข้าชม

12. มีการกดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า
13. มีป้ายเตือนห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนามแข่ง
14. มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ
15. มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ

แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

16. ใกล้กับโรงแรมที่พัก
17. มีห้องน้ำ/สำหรับคนพิการ/ทางลาด
18. มีร้านอาหาร
19. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
20. ร้านขายของที่ระลึก

แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ

21. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง
22. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
23. นักท่องเที่ยวตั้งใจในการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยว
24. เจ้าหน้าที่ทำงานเป็นระบบ
25. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม

แบบสัมภาษณ์

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
สำหรับ ผู้จัดงานกีฬา ฟุตบอล / แข่งรถ / วิ่งมาราธอน

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. วัน เดือน ปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย

1. มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์
2. มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล
3. มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม
4. มีถังดับเพลิงประจำเป็นจุด
5. มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่

แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

6. มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ
7. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
8. มีเจ้าหน้าที่พาคมในตัวสนามช้างอารีนา
9. เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ
10. มีเจ้าหน้าที่เก็บราคาค่าเข้าชม

แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

11. มีป้ายบอกขั้นตอนการเข้าชม
12. มีการกวดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า
13. มีป้ายเตือนห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนามแข่ง
14. มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ
15. มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ

แนวปฏิบัติ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

16. ใกล้กับโรงแรมที่พัก
17. มีห้องน้ำ/สำหรับคนพิการ/ทางลาด
18. มีร้านอาหารอยู่ใกล้
19. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
20. มีร้านขายของที่ระลึก

แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ

21. นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามขั้นตอนได้อย่างถูกต้อง
22. นักท่องเที่ยวมีความไว้วางใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์
23. นักท่องเที่ยวตั้งใจในการปฏิบัติตนในการท่องเที่ยว
24. เจ้าหน้าที่ทำงานเป็นระบบ
25. เจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม

แบบสัมภาษณ์

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
สำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. วัน เดือน ปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย

1. มีมาตรการการควบคุมความปลอดภัยภายในที่พักแรมอย่างไร
2. มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างไร

แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของพนักงาน

3. กระบวนการให้บริการของพนักงานในแต่ละแผนก
4. มีหลักการให้บริการของพนักงานที่ดีอย่างไร

แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

5. ท่านมีกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างไรเมื่อนักท่องเที่ยวมา

Check-in จนถึงขั้นตอนการ Check-out

แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

6. ภายในโรงแรม มีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง

แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ

7. ท่านมีวิธีการประเมินผลการทำงานของผู้ให้บริการอย่างไร
8. ท่านมีวิธีการประเมินผลจากการให้บริการจากผู้ใช้บริการอย่างไร

แบบสัมภาษณ์

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
สำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. วัน เดือน ปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

แนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย

1. ท่านมีความปลอดภัยในการประกอบธุรกิจขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวอย่างไร
2. มีวิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างไร

แนวปฏิบัติด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

3. กระบวนการให้บริการของพนักงานในแต่ละแผนก
4. มีหลักการให้บริการของพนักงานที่ดีอย่างไร

แนวปฏิบัติด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

5. ท่านมีกระบวนการ ขั้นตอนตั้งแต่รับนักท่องเที่ยว จนจบกระบวนการอย่างไร

แนวปฏิบัติด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

6. ในการขนส่งนักท่องเที่ยว ท่านมีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง

แนวปฏิบัติด้านผลจากการให้บริการ

7. ท่านมีวิธีการประเมินผลการทำงานของผู้ให้บริการอย่างไร
8. ท่านมีวิธีการประเมินผลจากการให้บริการจากผู้ใช้บริการอย่างไร

แบบสัมภาษณ์

ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
สำหรับ ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (จังหวัดบุรีรัมย์)

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและสอดคล้องกับความเป็นจริง เพื่อผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากท่านมาใช้เป็นแนวทางเบื้องต้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป และผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. วัน เดือน ปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

- นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์
- แผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

พหุบัณฑิต โท ชีวะ



ภาคผนวก ข

คุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

พหุบัณฑิต วิเว

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว
การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาใน
จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้อยู่ในขั้นตอนการศึกษาความคิดเห็นความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
2. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ของแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ตอน
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
 - ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
4. ขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญช่วยพิจารณาร่างแบบสอบถาม ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามใน ระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

- 1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
 - 2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
 - 3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็น เพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในปรับปรุงต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่าน มา ณ โอกาสนี้

นายณัฐพล นวะมะรัตน์

นิสิตปริญญาโท (ศศม.) การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

กรรมการท่านที่ 1 ดร. สุภภัทร สีทองแสง

กรรมการท่านที่ 2 ดร.ลินจง โพชารี่

กรรมการท่านที่ 3 ดร.เยาวภา นียากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรรมการผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน พร้อมเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

ข้อ	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
1.	เพศ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	อายุ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4.	อาชีพ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5.	รายได้	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6.	จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง กรรมการผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน พร้อมเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา	
	ก.1	ก.2	ก.3				
ด้านความปลอดภัย							
1.	มีความปลอดภัยในการเดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์		คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
2.	มีการตรวจหาอาวุธก่อนเข้าสนามฟุตบอล	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	มีการตรวจห้ามนำอาหารและเครื่องดื่มเข้าไปในสนาม	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4.	มีถึงดับเพลิงประจำเป็นจุด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5.	มีจุดตรวจวัตถุอันตราย มีเจลล้างมือ นักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัย และเจ้าหน้าที่	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่							
1.	มีป้ายเตือนให้สวมแมส	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
3.	มีเจ้าหน้าที่พาชมในตัวสนามช้างอารีนา	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
4.	เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
5.	การให้บริการของเจ้าหน้าที่เก็บตั๋ว	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ							
1.	มีการกวดบัตรคิวเพื่อซื้อสินค้า	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	มีป้ายบอกตำแหน่งที่นั่งที่ชัดเจน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	มีการบอกสัญลักษณ์ของทางเข้าของประตู	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์		คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
4.	มีการจัดการนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระเบียบ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5.	มีการแบ่งงานของเจ้าหน้าที่เพื่อจัดกิจกรรมให้เป็นระบบ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

ตอนที่ 3 ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง กรรมการผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใส่เครื่องหมาย (√) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน พร้อมเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์		คะแนนผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
การตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ							
1.	การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	ภายใน 1 ปี ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้า ท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวน จังหวัดบุรีรัมย์		คะแนน ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการ พิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
4.	ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยว แห่งนี้แพงขึ้น ท่านยังคงตั้งใจที่ จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่าง แน่นอน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
การแนะนำต่อคนอื่น							
5.	ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มา เที่ยวที่นี้อย่างแน่นอน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6.	ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ ดีในการมาเที่ยวที่นี้แก่ผู้อื่น อย่างแน่นอน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7.	ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลใน การท่องเที่ยวที่นี้แก่คนอื่นด้วย ความเต็มใจอย่างยิ่ง	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
8.	ท่านจะมีการแนะนำผู้อื่นโดย Facebook , Line และ Instagram	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไป

คำชี้แจง กรรมการผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดย
ใส่เครื่องหมาย (v) ลงในช่องความคิดเห็นของท่าน พร้อมเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการนำไป
พิจารณาปรับปรุงต่อไป

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงพาในจังหวัดบุรีรัมย์		คะแนน ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ผลการพิจารณา
		ก.1	ก.2	ก.3			
1.	ข้อเสนอแนะทั่วไป	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

Frequencies

Frequency Table

เพศ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	173	43.3	43.3	43.3
	หญิง	227	56.8	56.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อายุ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่เกิน 20 ปี	63	15.8	15.8	15.8
	21-30 ปี	168	42.0	42.0	57.8
	31-40 ปี	98	24.5	24.5	82.3
	41-50 ปี	46	11.5	11.5	93.8
	51-60 ปี	21	5.3	5.3	99.0
	61-70 ปี	4	1.0	1.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	มัธยมศึกษา/ปวส.	59	14.8	14.8	14.8
	อนุปริญญา/ปวส.	124	31.0	31.0	45.8
	ปริญญาตรี	163	40.8	40.8	86.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	54	13.5	13.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	พนักงานบริษัท	88	22.0	22.0	22.0
	ผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ	33	8.3	8.3	30.3
	ข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ	88	22.0	22.0	52.3
	ธุรกิจส่วนตัว	93	23.3	23.3	75.5
	นิสิตนักศึกษา	89	22.3	22.3	97.8
	ปัจจุบันว่างงาน	9	2.3	2.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

รายได้					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่เกิน 15,000 บาท	119	29.8	29.8	29.8
	15,00-25,000 บาท	117	29.3	29.3	59.0
	25,001-35,000 บาท	99	24.8	24.8	83.8
	35,001-45,000 บาท	40	10.0	10.0	93.8
	มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป	25	6.3	6.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ครั้งแรก	151	37.8	37.8	37.8
	2-3 ครั้ง	138	34.5	34.5	72.3
	4-5 ครั้ง	55	13.8	13.8	86.0
	มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	56	14.0	14.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

Descriptives ตอนที่ 2

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
a1.1	400	4.67	.604
a1.2	400	4.46	.670
a1.3	400	4.29	.734
a1.4	400	4.28	.756
a1.5	400	4.37	.811
a1	400	4.4135	.48673
a2.1	400	4.38	.673
a2.2	400	4.37	.655
a2.3	400	4.32	.724
a2.4	400	4.28	.762
a2.5	400	4.27	.759
a2	400	4.3220	.45743
a3.1	400	4.39	.707
a3.2	400	4.33	.698
a3.3	400	4.30	.768
a3.4	400	4.26	.762
a3.5	400	4.27	.776

a3	400	4.3100	.49771
a4.1	400	4.38	.715
a4.2	400	4.32	.694
a4.3	400	4.31	.762
a4.4	400	4.29	.774
a4.5	400	4.29	.787
a4	400	4.3180	.50628
a5.1	400	4.47	.656
a5.2	400	4.37	.678
a5.3	400	4.36	.750
a5.4	400	4.35	.747
a5.5	400	4.28	.793
a5	400	4.3655	.51104
รวมa	400	4.3458	.41678
Valid N (listwise)	400		

Descriptives ตอนที่ 3

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
b1.1	400	4.68	.565
b1.2	400	4.40	.637
b1.3	400	4.43	.697
b1.4	400	4.37	.737
b1	400	4.4675	.48975
b2.1	400	4.42	.721
b2.2	400	4.42	.696
b2.3	400	4.43	.679
b2.4	400	4.46	.696
b2	400	4.4344	.54056

รวมb	400	4.4509	.47210
Valid N (listwise)	400		

Correlations (หาความสัมพันธ์)

Correlations										
		a1	a2	a3	a4	a5	รวมa	b1	b2	รวมb
a1	Pearson Correlation	1	.637**	.625**	.582**	.593**	.810**	.579**	.568**	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
a2	Pearson Correlation	.637**	1	.666**	.640**	.630**	.837**	.530**	.488**	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
a3	Pearson Correlation	.625**	.666**	1	.739**	.686**	.879**	.559**	.579**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
a4	Pearson Correlation	.582**	.640**	.739**	1	.671**	.860**	.576**	.548**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
a5	Pearson Correlation	.593**	.630**	.686**	.671**	1	.849**	.622**	.658**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
รวมa	Pearson Correlation	.810**	.837**	.879**	.860**	.849**	1	.677**	.673**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000

Correlations										
		a1	a2	a3	a4	a5	รวมa	b1	b2	รวมb
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
b1	Pearson Correlation	.579**	.530**	.559**	.576**	.622**	.677**	1	.679**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
b2	Pearson Correlation	.568**	.488**	.579**	.548**	.658**	.673**	.679**	1	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400
รวมb	Pearson Correlation	.625**	.554**	.622**	.613**	.699**	.736**	.907**	.925**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





ภาคผนวก ค
เอกสารรับรองโครงการวิจัย

พูนัน ปณฺ ทิตโต สีเว



บันทึกข้อความ

คณะกรรมการท่องเที่ยวและดูแลโรงแรม
เลขที่หนังสือรับ 2186
วันที่ 28 ส.ค. 2565
เวลา 15.49 น.

ส่วนราชการ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โทร 1758

ที่ อว 0605.1(9)/ 3552

วันที่ 26 กรกฎาคม 2565

เรื่อง ขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

เรียน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

ตามที่นิสิตในสังกัดของท่านได้ยื่นโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน จำนวน 1 เรื่อง ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ :
The relationship between satisfaction and destination loyalty of sport tourism in Buriram Province. (No.119/65)

บัดนี้ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาโครงการวิจัยข้างต้นบนพื้นฐานด้านจริยธรรมการวิจัยในคนแล้ว เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2565 พร้อมทั้งมีมติอนุมัติรับรองโครงการวิจัยแบบเร่งรัด (Expedited Review) ตามเอกสารใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนที่ส่งมาพร้อมกันนี้ ทั้งนี้หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจำเป็นต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและดำเนินการต่อไป

(นางฉวีวรรณ อรรถเศรษฐ์)

เลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เรียน คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

เพื่อโปรดทราบ กองส่งเสริมการวิจัยและบริการวิชาการขอส่งหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

เพื่อโปรดพิจารณา.....

เห็นควรมอบ.....

8 ส.ค. 65

- 9 ส.ค. 2565

- 9 ส.ค. 2565

ทราบ

ตามเสนอ

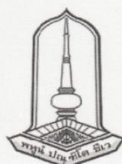
อนุญาต

อนุมัติ

อื่น ๆ(ศาสตราจารย์ปฐุม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

๒๘.๘.๖๕



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 251-119/2565

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) The relationship between satisfaction and destination loyalty of sport tourism in Buriram Province.

ผู้วิจัย : นายณัฐพล นวมะรัตน์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานที่ทำการวิจัย : จังหวัดบุรีรัมย์

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 11 กรกฎาคม 2565

วันหมดอายุ : 10 กรกฎาคม 2566

ข้อเสนอการวิจัยนี้ ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจักต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

ศาสตราจารย์ สว่างจิตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษักรหญิงรัตรี สว่างจิตร์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (คู่ด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



MAHASARAKHAM UNIVERSITY ETHICS COMMITTEE FOR
RESEARCH INVOLVING HUMAN SUBJECTS

Certificate of Approval

Approval number: 251-119/2022

Title : The relationship between satisfaction and destination loyalty of sport tourism in Buriram Province.

Principal Investigator : Mr. Nattapol Navamarat

Responsible Department : Faculty of Tourism and Hotel Management

Research site : Buriram Province.

Review Method : Expedited Review

Date of Manufacture : 11 July 2022

expire : 10 July 2023

This research application has been reviewed and approved by the Ethics Committee for Research Involving Human Subjects, Maharakham University, Thailand. Approval is dependent on local ethical approval having been received. Any subsequent changes to the consent form must be re-submitted to the Committee.

Ratree S

(Asst. Prof. Ratree Sawangjit)

Chairman

Approval is granted subject to the following conditions: (see back of this Certificate)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายณัฐพล นวะมะรัตน์
วันเกิด	วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2525
สถานที่เกิด	อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 24/1 ถนนประชาสามัคคี ตำบลนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31110
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ครู อันดับ คศ.2
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยเทคนิคนางรอง ตำบลนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31110
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2543 มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) โรงเรียนนางรอง ตำบลนางรอง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ พ.ศ. 2549 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2565 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ทุนวิจัย	-
ผลงานวิจัย	-

พูน ปณู ทิโต ชีเว