



รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

วิทยานิพนธ์

ของ

พีรินทร์ พัวเจริญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



62011060004_682156326

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

วิทยานิพนธ์
ของ
พีรันธร พัวเจริญ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

Model Of Sustainable Sport Tourism Management In Buriram Province

Peeranthorn Puacharoen

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Doctor of Philosophy (Tourism and Hotel Management)

May 2023

Copyright of Mahasarakham University



682156326

MSU_Thesis_62011060004_thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายพีรันทร์ พัวเจริญ
แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์
เชี่ยวชาญ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี)

..... กรรมการ

(ผศ. ดร. กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ)

..... กรรมการ

(ดร. โอชญญา บัวธรรม)

..... กรรมการ

(ผศ. ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ของ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ชื่อเรื่อง	รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์		
ผู้วิจัย	พีรินทร์ พัวเจริญ		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลินจง โปชาวี		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จากนั้นนำมาวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อค้นหารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อสอบถามผู้บริหารหรือผู้จัดการแข่งขันกีฬาจำนวน 3 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาแบบสอบถามพฤติกรรมและความพึงพอใจนักท่องเที่ยว จำนวน 384 ฉบับ ใช้วิธีในการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test Chi-square และแบบสนทนากลุ่ม เพื่อค้นหาแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับภาคีเครือข่ายจำนวน 11 คน ซึ่งเลือกแบบเจาะจง จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพร้อมในทุกด้านทั้ง 6 ด้าน คือ สถานที่ในการจัดการแข่งขัน อุปกรณ์กีฬาที่ใช้ในการจัดการแข่งขัน บุคลากรทางการกีฬา แหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดการแข่งขัน และ ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เดินทางมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศการแข่งขันกีฬา มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า 2-7 วัน และเดินทางในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยมากับเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัว ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวต้องการพักโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล สาเหตุในการเลือก



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

สถานที่พักเพราะเดินทางสะดวก และพักค้างคืน 1 คืน นักท่องเที่ยวหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจาก โซเชียลมีเดีย มีค่าใช้จ่ายคือค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ซึ่งค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าอยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมาก

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ SSTM-Model (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model) ประกอบด้วยการจัดการทั้ง 5 ด้าน คือ การจัดการด้านกลยุทธ์ (Strategy) การจัดการด้านสถานที่ (Attractive) การจัดการด้านบุคลากร (Personal) การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relation) และการจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainable)

คำสำคัญ : การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



682156326

TITLE	Model Of Sustainable Sport Tourism Management In Buriram Province		
AUTHOR	Peeranthorn Puacharoen		
ADVISORS	Assistant Professor Linjong Pocharee , Ph.D.		
DEGREE	Doctor of Philosophy	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2023

ABSTRACT

This research aimed to study the potentiality of sports tourism resources, behaviors and tourists' satisfaction. Then sports tourism management was analyzed to find for sustainable sports tourism of Buriram province. The study was mixed methods research of qualitative and quantitative research by using of 3 types of tools as: Semi-structured interview to inquire 3 administrators or managers of sports competition and data was analyzed by content analysis; Questionnaire on behavior and satisfaction of 384 tourists then accidental sampling was used for collecting data; and Focus group discussion to find some models of sports tourism management with 11 network partners by using of purposive sampling method and data was analyzed by content analysis. Statistics used for analyzing data were mean, stand deviation, t-test and Chi-square.

The study revealed that the potentiality of sports tourism resources in Buriram province was ready in all 6 aspects; competition venues, sports equipment used for competition, sports personnels, tourist attractions, facilities for competition and convenient accessibilities to competition venues.

For behaviors of sports tourists in Buriram province, it was found that more than a half of them were female between 20-29 years of age, graduated in bachelor's degree level, worked as officers of private companies, had their monthly income at THB 10,001-20,000, travelled to touch sports competition's atmosphere, planned their trips for 2-7 days in advance and travelled in Saturday-Sunday with their friends by personal vehicles. Factors affecting the decision making on sports tourism were: the beauty of sports tourist attractions, tourists wanted to



682156326

MSU-IThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

stay in hotel/resort/bungalow, the reason for selecting of accommodation was convenient location and stayed for 1 night. Tourists searched for information on sports tourism from social media. The highest expense was in foods and beverages less than or equal to THB 3,000 for each trip.

Tourists' satisfaction on sports tourism in Buran province was in high level in overall and by aspect, the highest levels were in aspect of continuous service and progressive service; while in aspect of equitable service, timely service and ample service were in high level.

SSTM-Model (Sustainable Sport Tourism Management: SSTM-Model) in Buriram province was consisted of 5 aspects of management as; Strategy, Attractive, Personal, Public Relation and Sustainable.

Keyword : Sports tourism management, sports tourism management model, potentiality of tourist attraction, tourist behavior



682156326

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย และ ดร.โอชญญา บัณฑิต กรรมการสอบ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งในความกรุณาของอาจารย์ทุกท่านที่กล่าวมา

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย และ ดร.โอชญญา บัณฑิต อีกครั้งครับ สละเวลาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ขอขอบพระคุณครับ

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา การวิจัย ผู้ให้การสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ที่สละเวลาให้ความรู้ ให้ข้อมูลในการศึกษา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างมาก ขอขอบพระคุณครับ

ขอขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่ ที่ได้ให้ชีวิต ให้การศึกษา ให้ประสบการณ์ในการดำเนินชีวิต ให้ความอดทน อดกลั้น และให้พยายามถึงแม้ว่าจะท้อมากเท่าไรก็สู้ให้มากเท่านั้น เมื่อวิ่งไม่ไหวก็ให้เดินเร็ว เมื่อเดินเร็วไม่ไหวก็ให้เดินช้าช้า เมื่อเดินช้าช้าไม่ไหวก็ให้คืบคลาน แต่ไม่ให้หยุดเดินไปข้างหน้า ถึงจะขยับไปอย่างช้าช้าแต่ก็ถึงจุดหมายเหมือนกัน

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด หัวหน้าส่วนราชการ หัวหน้าฝ่าย ที่อนุญาตให้เรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นเพื่อความเจริญก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และหน้าที่การงาน และขอขอบพระคุณเพื่อนร่วมงาน ที่ให้กำลังใจในการศึกษาในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณครับ

ขอขอบพระคุณเพื่อนนิสิต ทั้ง 5 ท่าน เป็นทั้งเพื่อน พี่และน้อง ที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ทุกช่วงเวลาของการเรียน ถึงแม้ว่าจะอยู่ไกลกันคนละที่ แต่ก็ช่วยเหลือเหมือนเราอยู่ใกล้กัน ขอขอบพระคุณ กัลยาณมิตรที่ดีให้แก่กันถึงแม้ว่าจะไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ก็คอยเป็นห่วงและให้กำลังใจกันจนสำเร็จ ดังเป้าหมายที่ตั้งไว้ พี่หญิง น้องจุก พี่มด พี่อ้อม และพี่โต้ นิสิตปริญญาเอก THM@MSU ขอขอบพระคุณครับ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2567 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งครับ

พีรินทร์ พัวเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	8
สมมติฐานของการวิจัย.....	8
ความสำคัญของการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
บทที่ 2	11
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์.....	11
แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Management).....	20
แนวคิดศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Potential Of Sports Tourism Resource).....	41
แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior).....	50



682156326

MSU-IThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)	63
แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)	74
หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC)	84
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	94
บทที่ 3	111
วิธีดำเนินการวิจัย	111
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	111
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	112
การเก็บรวบรวมข้อมูล	117
การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	118
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	120
บทที่ 4	124
ผลการวิจัย.....	124
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	124
ตอนที่ 2 ผลการศึกษากิจกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	173
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาคำพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์.....	179
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน	185
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์.....	223
ตอนที่ 6 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	236
บทที่ 5	249



682156326

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	249
สรุปผล.....	249
อภิปรายผล.....	261
ข้อเสนอแนะ.....	270
บรรณานุกรม.....	272
ภาคผนวก.....	284
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์.....	285
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	289
ภาคผนวก ข แบบสนทนากลุ่ม.....	297
ภาคผนวก ค หนังสือรับรองจริยธรรม.....	309
ภาคผนวก ต ผลการตรวจสอบเครื่องมือ.....	311
ประวัติผู้เขียน.....	344



682156326

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	57
ตาราง 2 แสดงคำถามเกี่ยวกับการตลาด 6Ws และ 1H คำตอบของลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 70s	63
ตาราง 3 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย	121
ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์	150
ตาราง 5 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสถานที่ ด้วยวิธี Open Coding Analysis	159
ตาราง 6 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis	162
ตาราง 7 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis	164
ตาราง 8 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ ด้วยวิธี Open Coding Analysis	166
ตาราง 9 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยวิธี Open Coding Analysis	169
ตาราง 10 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านสถานที่ที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง ด้วยวิธี Open Coding Analysis	171
ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	173
ตาราง 12 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	174
ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	179
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service).....	180

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service).....181

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service).....182

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service).....183

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service).....184

ตาราง 19 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์.....185

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์.....186

ตาราง 21 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์188

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์189

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร191

ตาราง 24 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์193

ตาราง 25 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์195

ตาราง 26 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านความต้องการเลือกใช้บริการประเภทของที่พักราคาแพง197

ตาราง 27 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคั่นפקค่างคั่น	198
ตาราง 28 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์..	200
ตาราง 29 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	202
ตาราง 30 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	204
ตาราง 31 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์	206
ตาราง 32 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19	208
ตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (1)	210
ตาราง 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (2)	211
ตาราง 35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (3)	212
ตาราง 36 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	213
ตาราง 37 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service).....	214
ตาราง 38 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service).....	215

ตาราง 39 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service).....	217
ตาราง 40 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service).....	218
ตาราง 41 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service).....	220
ตาราง 42 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	221
ตาราง 43 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	222
ตาราง 44 การวิเคราะห์ผลการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 – 4 ด้วยวิธี Open Coding Analysis	242



682156326

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ภาพประกอบ 2 แบบจำลองของ McKinsey 7s Framework	26
ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	32
ภาพประกอบ 4 การผสมผสานกันของกีฬาและการท่องเที่ยว	39
ภาพประกอบ 5 แผนภูมิที่แสดงการเกิด “ความพึงพอใจ” ของบุคคล	69
ภาพประกอบ 6 The Graphic Scales. Maddox and Neil. “Measuring Satisfaction with Tourism”	71
ภาพประกอบ 7 The Delighted – Terrible Scales. Maddox and Neil. “Measuring Satisfaction With Tourism”	72
ภาพประกอบ 8 The Face Scale Maddox and Neil “Measuring Satisfaction with Tourism”	73
ภาพประกอบ 9 ความเชื่อมโยงของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	83
ภาพประกอบ 10 สนามช้างอารีนาสถานที่จัดการแข่งขันฟุตบอล	127
ภาพประกอบ 11 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต สถานที่จัดการแข่งขันรถยนต์และรถจักรยานยนต์	131
ภาพประกอบ 12 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิตสถานที่จัดการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน	132
ภาพประกอบ 13 ห้องให้ข้อมูล	135
ภาพประกอบ 14 จุดการให้บริการของเจ้าหน้าที่ขณะทำการแข่งขัน	137
ภาพประกอบ 15 สนามหญ้าภายในสนามช้างอารีนา	140
ภาพประกอบ 16 จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม	143
ภาพประกอบ 17 ห้องอาบน้ำ	144
ภาพประกอบ 18 ห้องนักข่าว	145



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ภาพประกอบ 19 การวิเคราะห์ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model	227
ภาพประกอบ 20 การวิเคราะห์ด้านการจัดการทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model.....	230
ภาพประกอบ 21 การวิเคราะห์ด้านการจัดการความยั่งยืนด้านวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model.....	232
ภาพประกอบ 22 การวิเคราะห์ด้านการจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model.....	235
ภาพประกอบ 23 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model).....	248
ภาพประกอบ 24 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model).....	261



682156326

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบตราทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 - 2562 พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยว มีอัตราสูงขึ้นในทุกๆ ปี (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564a) แต่ในปี พ.ศ.2563 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงกว่า 70% ซึ่งเกิดจาก สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2564c) โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2563 ประเทศไทยต้องรับมือกับการแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้มาตรการล็อกดาวน์ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน มาตรการเคอร์ฟิวถูกนำมาใช้ รวมทั้งการยกเลิก กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ภาคธุรกิจทยอยปิดกิจการเป็นจำนวนมากและการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยได้หยุดชะงัก (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) นักท่องเที่ยวเกิดความตื่นตระหนกในเรื่องของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส หยุดการเดินทางท่องเที่ยวและมาเน้นการดูแลสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น ทั้งการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ การออกกำลังกาย เล่นกีฬาและ ทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพให้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง ซึ่งทำให้ประเทศไทยโดยกระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬาเร่งกระตุ้น พัฒนา และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเมื่อสถานการณ์การแพร่ ระบาดของเชื้อไวรัสคลี่คลาย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้ออกนโยบายในการส่งเสริมและตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้มีสุขภาพที่แข็งแรง จึงสนับสนุนให้เมืองต้นแบบกีฬา (Sport City) จัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นต้นแบบในการจัดกิจกรรมให้กับจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการการท่องเที่ยว เกี่ยวกับกีฬาแบบครบวงจร และสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศในด้านการส่งเสริม อุตสาหกรรมกีฬา ซึ่งในประเทศไทยได้ประกาศให้มีจังหวัดที่เป็นต้นแบบเมืองกีฬา 6 จังหวัด คือ จังหวัดชลบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดกระบี่ ให้เป็นต้นแบบเมืองกีฬา ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560-2564)

จังหวัดบุรีรัมย์ (สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2561b) เป็น 1 ใน 6 จังหวัด ที่เป็นต้นแบบเมือง กีฬา ตามแผนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ 6,451,178 ไร่ มีทั้งสิ้น 23 อำเภอ มีจำนวนประชากร 1,566,740 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลักและสร้างรายได้ให้กับบุรีรัมย์ทั้งสิ้น 20,800.28 ล้านบาท



682156326

MSU - IThesiss 62011060004 thesiss / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

บาท/ปี ภายหลังจากมีการสร้างสนามฟุตบอล และ สนามแข่งรถระดับโลก กระทั่งพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองแห่งกีฬา ตั้งแต่ปี 2554 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ 67,353 ล้านบาท และรายได้ต่อหัว 52,982 บาท ถือว่า บุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้จังหวัดบุรีรัมย์ ยังได้จัดทำยุทธศาสตร์การเป็นเมืองที่ประชาชนรักกีฬาและสุขภาพ สนับสนุนนโยบายที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพแข็งแรงด้วยการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ และส่งเสริมกีฬาสู่มาตรฐานโลก รวมทั้งการเป็นสถานที่แข่งขันกีฬาระดับโลกที่สำคัญๆ เช่น การจัดการแข่งขันจักรยานยนต์ทางเรียบระดับโลก การแข่งขันวิ่งมาราธอนระดับนานาชาติ ฟุตบอลโลกรอบคัดเลือก ซึ่งถือได้ว่าเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564b)

ในด้านการพัฒนาเมืองกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาจังหวัดและกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสมบูรณ์แบบ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจนเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับนานาชาติ” “Sport Tourism Hub” ทางจังหวัดบุรีรัมย์ได้ตระหนักถึงการจัดการการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์จึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ (พ.ศ.2561-2565) โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกีฬามาตรฐานโลก เศรษฐกิจมั่นคง สังคมเข้มแข็ง” โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืน การส่งเสริมและพัฒนาความปลอดภัยและสุขอนามัยด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวแบบครบวงจร ซึ่งเป้าหมายในการพัฒนาดังกล่าว สอดคล้องและเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามที่ได้ประกาศให้เป็นเมืองกีฬา ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ซึ่งได้ให้ความหมายของความยั่งยืนไว้ว่า ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้ การรักษา และการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะ ต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ การผลิตและการบริโภค เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมรัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2561a)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและประชาชนในพื้นที่ ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์ต้องเพิ่มมาตรการการควบคุมในการ

เข้าพื้นที่ตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข และการปิดสถานที่ท่องเที่ยว สถานบันเทิง และการจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทุกรูปแบบภายในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง เมื่อเทียบจากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2562 จำนวน 2,330,523 คน และปี พ.ศ.2563 จำนวน 960,463 คน ลดลงถึง 58.79% และเทียบกับรายได้เมื่อปี พ.ศ.2562 จำนวนเงิน 4,405.89 ล้านบาท และปี พ.ศ.2563 จำนวนเงิน 1,814.01 ล้านบาท ลดลงถึง 58.83 % ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการปรับตัวเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2564) โดยการปรับตัวของจังหวัดบุรีรัมย์ได้พัฒนาอย่างก้าวกระโดด จึงทำให้เกิดกระแสของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดงานอีเวนต์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้เกิดปัญหาในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ (ปรางทิพย์ ยูวานนท์, 2561) ซึ่งการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในพื้นที่ ทำให้เกิดทั้งการเปลี่ยนแปลงในทิศทางบวกและทิศทางลบของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นๆ (อานนท์ สีดาเพ็ง, 2559) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวหากขาดศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะสามารถทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่เกิดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เกิดผลเสียแก่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ทุกภาคส่วนจึงมีส่วนสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน (นลวัชร ชุนลา, 2561)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน พบว่า ยังไม่มีการศึกษาถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ มีเพียงการศึกษาถึงสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีจังหวัดบุรีรัมย์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา (ปรางทิพย์ ยูวานนท์, 2561) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจะสามารถนำมาเป็นรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยทำการศึกษาถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ และวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำผลของการศึกษามาเสนอแนะในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการนำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนมาปรับใช้กับสถานประกอบการของตนเอง

อีกทั้งจังหวัดบุรีรัมย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเป็นรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของบุรีรัมย์ได้ จะสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชน และยังทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ นักวิจัย นิสิต นักศึกษาหรือผู้ที่สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปต่อยอดในการวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติอื่นๆ ได้อีกด้วย

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Resource Potential) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2556; Buhalis, 2000; กมลวรรณ กาญจนกิตติ, 2545; กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560; ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction)
- 1.2 ด้านอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment)
- 1.3 ด้านบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel)
- 1.4 ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ (Attractive)
- 1.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)
- 1.6 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience)

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (อัปสร โพธิ์ทอง, 2559; ชูชัย สมितिไกร, 2562; Maier and Weber, 1993: 33-43; Schmoll, 1977) ซึ่งมีองค์ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

- 2.1 ด้านเป้าหมาย (Goal)
- 2.2 ด้านความพร้อม (Ready)
- 2.3 ด้านสถานการณ์ (Situation)
- 2.4 ด้านการแปลความหมาย (Interpretation)
- 2.5 ด้านการตอบสนอง (Response)
- 2.6 ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา (Result)
- 2.7 ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Disappointment)



682156326

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน, 2557; Josee & Ruyter, 1999; ฐิติพร คุ้มณสุชาติ, 2544: 17; Mullins, 1985: 230.) ซึ่งองค์ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

- 3.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
- 3.2 การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
- 3.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
- 3.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
- 3.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

4. การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Management) ผู้วิจัยได้ประยุกต์มาจากแนวคิดเกี่ยวกับความยั่งยืน (วรรณภา วงษ์วานิช, 2546; World Tourism Organization, 2001; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540; สักคยศ สังขพันธ์, 2563) ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้

- 4.1 ด้านเศรษฐกิจ (Economy)
- 4.2 ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociality)
- 4.3 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental)

5. เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) โดยเกณฑ์ GSTC ครอบคลุมมิติการพัฒนา 4 ด้าน ได้แก่

- 5.1 ด้านการจัดการความยั่งยืน
 - 5.1.1 กรอบและโครงสร้างการจัดการ
 - 5.1.2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - 5.1.3 การจัดการแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง
- 5.2 ด้านความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ
 - 5.2.1 การนำผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาสู่ชุมชน
 - 5.2.2 ผลกระทบต่อชุมชนและสวัสดิภาพของชุมชน
- 5.3 ด้านความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม
 - 5.3.1 การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม
 - 5.3.2 การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 5.4 ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
 - 5.4.1 การอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ
 - 5.4.2 การจัดการทรัพยากร
 - 5.4.3 การจัดการของเสียและการปลดปล่อยมลพิษ

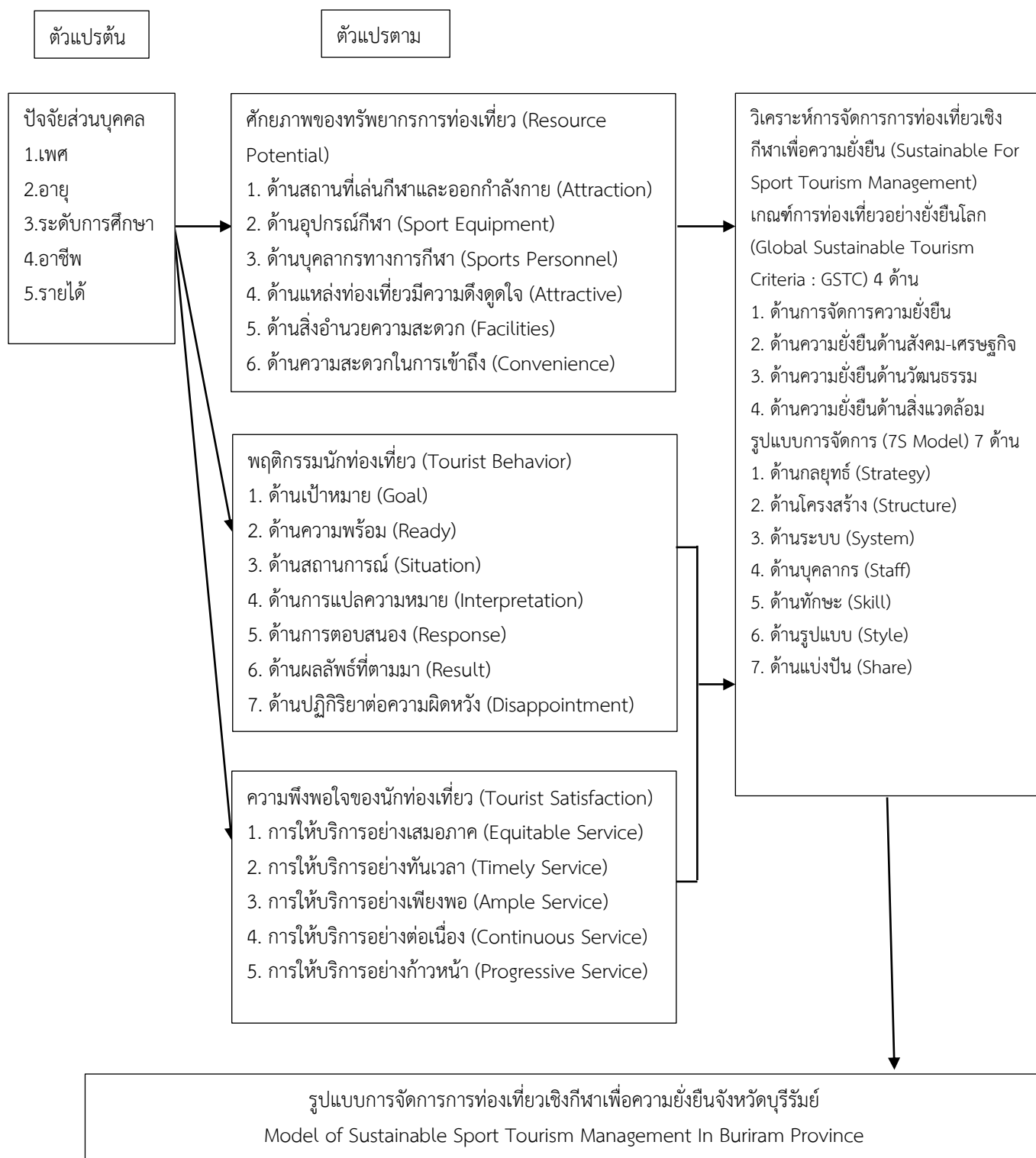
6. เกณฑ์การประเมินองค์การในการบริหารจัดการ (Mckinsey 7s Framework) ได้แก่

- 6.1 ด้านกลยุทธ์ (Strategy)
- 6.2 ด้านโครงสร้าง (Structure)
- 6.3 ด้านระบบ (System)
- 6.4 ด้านบุคลากร (Staff)
- 6.5 ด้านทักษะ (Skill)
- 6.6 ด้านรูปแบบ (Style)
- 6.7 ด้านแบ่งปัน (Share)



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
5. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

เชิงการนำไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการสามารถนำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ มาเป็นรูปแบบในการจัดการสถานประกอบการของตนเองให้เกิดประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว
2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นเครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของสถานประกอบการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน
3. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยมาจัดรูปแบบการให้บริการที่ตรงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
4. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่สามารถได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เชิงวิชาการ

1. ได้รูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน ซึ่งสามารถนำมาเป็นพื้นฐานรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย
2. นักวิชาการหรือผู้ที่ต้องการศึกษา สามารถนำผลของการศึกษาไปเป็นฐานข้อมูลในการศึกษาในทิศทางอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้
3. หน่วยงานภาครัฐ หรือ ภาคเอกชนสามารถนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดได้



682156326

MSU - IThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และ ทฤษฎี แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ทำการศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬา (Pilt, 1999) โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันกีฬา และภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 มีเพียง 3 สถานที่ที่สามารถจัดการแข่งขันได้จึงเป็นสถานที่ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. สนามแข่งฟุตบอล
2. สนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์
3. สนามแข่งวิ่ง

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ และภาคีรัฐบาลหรือภาคเอกชนที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแหล่งท่องเที่ยว ภาคีเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยว และภาควิชาการ
2. นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้ระยะเวลา 5 เดือน

ระยะที่ 2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ใช้ระยะเวลา 3 เดือน

ระยะที่ 3 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ใช้ระยะเวลา ใช้ระยะเวลา 3 เดือน

ระยะที่ 4 ลงพื้นที่จัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้ระยะเวลา 3 เดือน

ระยะที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา ใช้ระยะเวลา 4 เดือน

รวมระยะเวลา 18 เดือน โดยเริ่ม ตั้งแต่ เดือน ธันวาคม 2564 – ธันวาคม 2565



682156326

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง กระบวนการมาตรฐานที่เป็นขั้นตอนหลัก และมีวิธีการมาตรฐานที่จะดำเนินให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬา และเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์
3. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย 2) ด้านอุปกรณ์กีฬา 3) ด้านบุคลากรทางการกีฬา 4) ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง
4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในการวางแผน (Plan) กระทำกิจกรรม (Do) วิเคราะห์ตรวจสอบ (Check) และปรับปรุงทำใหม่ (Act) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้ง 4 ด้าน 1). ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ 2) ความยั่งยืนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม 3) ความยั่งยืนทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
5. นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์
6. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีต่อการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตนเอง
7. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การบริหารจัดการการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
8. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง คุณภาพหรือระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นผลมาจาก ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ในบทนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดบุรีรัมย์
 - 1.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
 - 1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
2. แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Management)
 - 2.1 การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)
 - 2.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
3. แนวคิดศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Resource Potential)
4. แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)
5. แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)
6. แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
7. หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC)
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1 งานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
 - 8.2 งานวิจัยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดบุรีรัมย์

1.1. ประวัติความเป็นมา

สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์ (2561a) ได้กล่าวว่า จังหวัดบุรีรัมย์เคยเป็นที่ตั้งอาณาจักรอันยิ่งใหญ่ รุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 12-16) เชื่อมต่อจนถึงสมัยลพบุรี (พุทธศตวรรษที่ 16-18) จากนั้นก็เริ่มเสื่อมอำนาจลงและแตกแยก อาจจะเป็นด้วยเหตุภัยธรรมชาติหรือสงครามประชาชนกระจ่ายออกไปตั้งชุมชนเล็กๆ ตามป่าหรือชายแดนเรียกว่า “เขมรป่าดง”

สมัยกรุงธนบุรี พ.ศ.2319 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ขณะดำรงพระยศเจ้าพระยาจักรี เสด็จฯ มาทรงจัดระเบียบการปกครองเมืองนางรอง รวบรวมผู้คน

เมืองตลุง เมืองสุรินทร์ เมืองสังขะ และเมืองขุขันธ์ ก่อตั้งเป็นเมืองใหม่ ณ ชัยภูมิป่าทุ่งต้นแป๊ะ เรียกว่า “เมืองแป๊ะ” คือเมืองบุรีรัมย์ในปัจจุบัน ความชอบครั้งนี้ได้รับพระราชทานพระอิสริยยศเป็น สมเด็จพระเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก พ.ศ.2450 ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้กระทรวงมหาดไทยปรับปรุงหัวเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มณฑลนครราชสีมาประกอบด้วย 3 เมือง 17 อำเภอ คือ เมืองนครราชสีมา 10 อำเภอ เมืองชัยภูมิ 3 อำเภอ และเมืองบุรีรัมย์ 3 อำเภอ คือ นางรอง พุทไธสง ประโคนชัย และรัตนบุรี (ปัจจุบันอยู่ในเขตการปกครองของจังหวัดสุรินทร์) ต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการอาณาจักรสยาม พ.ศ.2476 ขึ้นยุบมณฑลและจัดระเบียบบริหารราชการ ออกเป็นจังหวัดและอำเภอเมืองบุรีรัมย์จึงมีฐานะเป็น “จังหวัดบุรีรัมย์” ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

จังหวัดบุรีรัมย์ หมายถึงเมืองแห่งความรื่นรมย์เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญน่าเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งโบราณสถาน ศิลปะแบบขอมโบราณที่มีอยู่มากมายกระจายอยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด อีกทั้งยังเป็นที่ยึดมั่นในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดีและเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรม จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปตั้งคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม เลิศล้ำเมืองกีฬา”

ขณะเดียวกันบุรีรัมย์ก็มีบทบาทสำคัญในด้านอุตสาหกรรมอีกสถานะหนึ่ง เพราะเป็นแหล่งผลิตหินก่อสร้างแหล่งใหญ่ที่มีคุณภาพดีที่สุดของประเทศ โดยเฉพาะในย่านอำเภอเมืองบุรีรัมย์ อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติฯ สามารถส่งหินจำหน่ายให้แก่จังหวัดต่างๆ ในเขตภาคอีสานตอนล่าง และภาคอื่นๆ

1.1.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดบุรีรัมย์ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร เดินทางโดยรถยนต์ประมาณ 385 กิโลเมตร ทางรถไฟประมาณ 376 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดและประเทศใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และสุรินทร์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสุรินทร์
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดสระแก้ว และราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดบุรีรัมย์ มีเนื้อที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 10,393.945 ตารางกิโลเมตร หรือ 6,451,178.125 ไร่ มีพื้นที่ทำการเกษตร 5,050,063 ไร่

1.1.3 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง พื้นที่ลาดจากทิศใต้ลงไปทางทิศเหนือ เกิดจากภูเขาไฟระเบิด เมื่อประมาณเก้าแสนถึงหนึ่งล้านปีเศษ ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีลักษณะภูมิประเทศที่สำคัญๆ แบ่งได้ ๓ ลักษณะ คือ พื้นที่สูงและภูเขาทางตอนใต้ พื้นที่ลูกคลื่นลอนตื้นตอนกลางของจังหวัด และพื้นที่ราบลุ่มตอนเหนือ ริมฝั่งแม่น้ำมูล

1.1.4 การปกครองและประชากร

จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 23 อำเภอ 188 ตำบล 2,546 หมู่บ้าน 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด 3 เทศบาลเมือง 59 เทศบาลตำบล 146 องค์การบริหารส่วนตำบล 461,821ครัวเรือน ประชากร 1,594,850 คน เพศชาย 793,433 คน (ร้อยละ 49.75) เพศหญิง 801,417 คน (ร้อยละ 40.25) อำเภอเมืองบุรีรัมย์มีประชากรมากที่สุด มีจำนวน 221,188 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.87 ส่วนอำเภอโนนสุวรรณมีจำนวนประชากรน้อยที่สุด มีจำนวน 25,243 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.58

1.1.5 ทรัพยากรที่สำคัญของจังหวัดบุรีรัมย์

1.1.5.1 พื้นที่ป่า พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ (22 แปลง) เนื้อที่

1,750,069.50 ไร่ อุทยานแห่งชาติ 1 แปลง 237,600 ไร่ ป่าถาวรของชาติ 10 แปลง 41,994 ไร่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า 1 แปลง 195,486 ไร่ เขตห้ามล่าสัตว์ป่า 5 แปลง 21,728 ไร่

1.1.5.2 หิน บุรีรัมย์มีภูเขาไฟที่ดับแล้ว 6 ลูก บริเวณรอบๆ ภูเขาไฟที่ยังอุดมไปด้วยหินบะซอลท์ ที่มีคุณภาพดี แข็งแรง เหมาะสำหรับใช้ในการก่อสร้างอาคาร ถนน และงานก่อสร้างต่างๆ ไป จึงมี ผู้ประกอบการกิจการโรงโม่หินในจังหวัดจำนวนมากถึง 10 โรง ส่งหินที่บดย่อยแล้วไปขายในหลายๆ จังหวัด

1.1.5.3 ทรายน้ำจืด มีทรายน้ำจืดอยู่ริมฝั่งแม่น้ำมูล ในท้องที่อำเภอคูเมือง พุทไธสง และ อำเภอสตึก มีผู้ประกอบการดูดทรายหลายราย

1.1.5.4 ดิน ในจังหวัดมีลักษณะเป็นดินร่วนปนทราย

1.1.5.5 แหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญๆ ได้แก่

(1) แม่น้ำมูล อยู่ทางตอนเหนือของจังหวัด มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปี 256.69 ล้านลูกบาศก์เมตร เป็นแหล่งน้ำสำคัญในการอุปโภค – บริโภค และเพื่อการเกษตร

(2) ลำน้ำชี เป็นลำน้ำแบ่งเขตจังหวัดบุรีรัมย์ และสุรินทร์ อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 444.69 ล้านลูกบาศก์เมตร

(3) ลำปลายมาศ ไหลมาจากจังหวัดนครราชสีมา สู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัดบุรีรัมย์ มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 464.72 ล้านลูกบาศก์เมตร

(4) ลำนางรอง เกิดจากเทือกเขาทางด้านทิศใต้ของจังหวัดบุรีรัมย์ มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปี ประมาณ 271.71 ล้านลูกบาศก์เมตร

(5) ลำปะเทีย เกิดจากเทือกเขาทางตอนใต้ของจังหวัด มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 161.76 ล้านลูกบาศก์เมตร

(6) ลำพางชู มีปริมาณน้ำท่าเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 146.60 ล้านลูกบาศก์เมตร

จังหวัดบุรีรัมย์ มีลุ่มน้ำย่อยทั้งหมด จำนวน 10 ลุ่มน้ำ ปัจจุบันสามารถเก็บกักน้ำได้รวมทั้งสิ้น 433.45 ล้านลูกบาศก์เมตร จากการวิเคราะห์จังหวัดบุรีรัมย์มีความต้องการใช้น้ำปริมาณทั้งสิ้น จำนวน 1,010.44 – 1,157.95 ล้านลูกบาศก์เมตร ซึ่งยังขาดปริมาณน้ำอีกประมาณ 72.99 – 224.6 ล้านลูกบาศก์เมตร

1.1.6 สภาพทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ขึ้นกับการผลิต ๔ สาขาหลัก ได้แก่ สาขาเกษตร สาขาการค้า สาขาอุตสาหกรรม และสาขาการบริการ

ภาคการเกษตร เช่น ข้าว มีพื้นที่ปลูก 2,785,197 ไร่ ผลผลิต 924,220 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 11,954 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนเพียงร้อยละ 0.36 (ปี พ.ศ.2560 จำหน่ายได้ 11,911.02 ล้านบาท) มันสำปะหลัง 312,566 ไร่ ปริมาณการผลิต 1,275,269.28 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 3,532.49 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 34.74 (ปี พ.ศ.2560 จำหน่ายได้ 2,305.44 ล้านบาท) อ้อย มีพื้นที่ปลูก 280,915 ไร่ ปริมาณการผลิต 2,970,033 ตัน มูลค่าการจำหน่าย 2,286.92 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 28.61 (ปี พ.ศ.2560 จำหน่ายได้ 2,941.14 ล้านบาท) ยางพารา มี พื้นที่ปลูก 277,407 ไร่ พื้นที่เปิดกรีด 204,598 ไร่ ปริมาณการผลิต 43,683 ตัน มูลค่าการจำหน่าย ประมาณ 1,320.97 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 48.83 (ปี พ.ศ.2560 จำหน่ายได้ 1,966.06 ล้านบาท)

ภาคอุตสาหกรรม มีโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 579 แห่ง เงินลงทุน 27,739.16 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีมูลค่าการลงทุน 27,251.50 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นโรงงานอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น โรงสีข้าว โรงงานแปรรูปมันสำปะหลัง โรงงานน้ำตาล โรงงานผลิตยางแผ่น ยางแท่ง เป็นต้น การลงทุนส่วนใหญ่เป็นภาคการเกษตร รองลงมาได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกาย

ภาคการพาณิชย์กรรม/การค้าชายแดน รวมถึงการค้าและบริการ ธุรกิจการค้าที่สำคัญ ในจังหวัด คือ ธุรกิจค้าส่ง ประเภทวัสดุก่อสร้าง/อุปกรณ์ชิ้นส่วน สิ่งทอ วัสดุก่อสร้าง มูลค่าประมาณร้อยละ 60 และธุรกิจค้าปลีก สำหรับการค้าชายแดนจุดผ่อนปรนการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ ช่องสายตะกู-จ๊อบโกก ตั้งอยู่ตำบลจันทบเพชร อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจุดผ่านแดนสาย ตะกู-จ๊อบโกก ได้เปรียบในเชิงยุทธศาสตร์ด้านการค้า การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ เป็นอย่างยิ่ง มีการเปิดจุดแลกเปลี่ยนสินค้าเพื่อความมั่นคงและด้านมนุษยธรรม เปิดทำการซื้อขายสินค้า ทุกวัน คือวัน จันทร์ – วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 09.00 - 15.00 น. ประเภทสินค้าที่ฝ่ายไทยจะนำมาขาย ได้แก่ สินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค สินค้าทางการเกษตร โดยจะมีการจำกัดปริมาณการซื้อขายในสินค้าบางชนิด

ประเภทสินค้าที่ผ่านกัมพูชานำมาขาย ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าทางการเกษตรต่อมาได้เปิดทำการซื้อขายสินค้า โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2557 เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ทุกวัน

ภาคการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอารยธรรมขอมโบราณ เช่น ปราสาทเขาพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ เขาอังคาร เขาปลายบัด บุรีรัมย์เป็นเมืองภูเขาไฟ มีภูเขาไฟที่ดับแล้ว จำนวน 6 แห่ง มีปล่องภูเขาไฟที่ชัดเจน โดยเฉพาะที่ เขาระโดง ในเขตอำเภอเมืองฯ ซึ่งจังหวัดกำลังพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ พื้นที่ชุ่มน้ำบุรีรัมย์ (อ่างเก็บน้ำสนามบิน อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด และอ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ วนอุทยานเขาระโดง มีแหล่งศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ได้แก่ ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ในต้นเดือนเมษายนของทุกปี กลุ่มเตาเผาเครื่องเคลือบพันปี ศูนย์หัตถกรรมอำเภอนาโพธิ์ และศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สนามฟุตบอลไอโมบาย สนามแข่งรถมอเตอร์สปอร์ตระดับมาตรฐานโลก “Chang International Circuit” และจุดผ่อนปรน การค้าช่องสายตะกู

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ในปี 2561 จังหวัดบุรีรัมย์มีสถิตินักท่องเที่ยว จำนวน 2,014,791 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.23 เมื่อเทียบกับ ปี 2560 (1,627,328 คน) และมีรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี 2561 จำนวน 4,246.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.93 เมื่อเทียบกับ ปี 2560 (2,636.07 ล้านบาท) สำหรับนักท่องเที่ยวในปี 2562 ซึ่งอยู่ระหว่างรอผลการจัดเก็บจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่าปี 2561 โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเป็นการแวะเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง โดยไม่มีการพักค้างคืน จึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง แต่ในปัจจุบันจะมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นในวันที่มีการแข่งขันฟุตบอลและแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพิ่มมากขึ้น ในวันที่หยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ถ้ามีการแข่งขันฟุตบอล หรือมีการแข่งรถ มีนักท่องเที่ยว ประมาณ 30,000 - 50,000 คน

1.1.7 สภาพทางสังคม

จังหวัดบุรีรัมย์ มีครัวเรือนยากจนที่มีรายได้ ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (38,000 บาท/คน/ปี) ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1,322 ครัวเรือน ปี 2560 จำนวน 1,707 ครัวเรือน จะเห็นว่าครัวเรือน ยากจนมีแนวโน้มลดลง ตามข้อมูล จปฐ. ปี 2561 รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อปี 69,233.94 บาท รายจ่ายเฉลี่ย ประชากรต่อคนต่อปี 41,953.03 บาท คงเหลือเฉลี่ยต่อคนต่อปี 27,280.91 บาท (ปี 2560 รายได้เฉลี่ย ต่อหัวต่อปี 70,823.53 บาท รายจ่ายเฉลี่ยประชากรต่อคนต่อปี 41,953.03 บาท คงเหลือเฉลี่ยต่อคนต่อปี 27,280.91 บาท) จะเห็นว่าเมื่อเทียบกับปี 2560 ถึงแม้จะมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีลดลง แต่เมื่อเทียบเงินคงเหลือเฉลี่ยกลับมีจำนวนเพิ่มขึ้น แสดงว่ามีเงินเก็บออมมากขึ้น

ด้านการศึกษ จังหวัดบุรีรัมย์แบ่งการศึกษาออกเป็นเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา 4 เขต และเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 32 จำนวนสถานศึกษา 979 แห่ง แบ่งเป็นระดับอุดมศึกษา 6 แห่ง ระดับอาชีวศึกษา 13 แห่ง ระดับมัธยมศึกษา 66 แห่ง ระดับ ประถมศึกษา 894 แห่ง จากข้อมูลที่ผ่านมาแนวโน้มความต้องการด้านการศึกษาเพิ่มขึ้นจำนวน นักเรียนต่อห้องเพิ่มขึ้น

ด้านการสาธารณสุข จังหวัดบุรีรัมย์มีโรงพยาบาลศูนย์ 1 แห่ง โรงพยาบาลชุมชน 2 แห่ง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล 225 แห่ง สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ 23 แห่ง สถานบริการสาธารณสุขเอกชน 324 แห่ง (โรงพยาบาล 2 แห่ง คลินิกเอกชน 320 แห่ง) แพทย์ 343 คน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 5.54%) ทันตแพทย์ 122 คน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 7.02%) เภสัชกร 207 คน (เพิ่มขึ้น จากปีก่อน 5.61%) และพยาบาลวิชาชีพและพยาบาลเทคนิค 2,182 คน (เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1.44%)

ด้านศาสนา ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 99.77 ศาสนาคริสต์และศาสนาอิสลามคิดเป็นร้อยละ 0.20

ด้านภาษา ประชากรพื้นที่ตอนบนของจังหวัดส่วนใหญ่พูดภาษาอีสาน ตอนล่าง และพื้นที่ติดจังหวัดสุรินทร์พูดภาษาเขมร และพื้นที่ติดจังหวัดนครราชสีมาพูดภาษาไทยโคราช

1.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

บุรีรัมย์เมืองกีฬา (สมพร คารัมย์, 2560) หากเปรียบบุรีรัมย์เป็นหนุ่มนักกีฬาสักคน บุรีรัมย์ คงเป็นหนุ่มนักกีฬาที่เก่งและเท่ในช่วงไม่ถึง 10 ปีที่ผ่านมา บุรีรัมย์พัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างก้าว กระโดด แปลงโฉมจากเมืองนอกสายตาของผู้คน กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวในคอนเซ็ปต์ “เมืองปราสาทสองยุค” อันหมายถึง บรรดาปราสาทหินยุคขอมโบราณ และปราสาทยุคใหม่อย่าง สนามช้างอารีนา รังของทีมฟุตบอลปราสาทสายฟ้าบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่ภาครัฐ และภาคเอกชนจับมือร่วมกันทำ คือ การใช้กีฬาพัฒนาเมือง

แนวคิดในการสร้างบุรีรัมย์เป็น “เมืองกีฬา” เริ่มต้นที่ นายเนวิน ชิดชอบ ที่จุดกระแสความ นิยมฟุตบอลขึ้นในบุรีรัมย์ โดยย้อนกลับไปเมื่อปี พ.ศ.2552 นายเนวิน ชิดชอบ ซื้อสโมสรการไฟฟ้า ส่วนภูมิภาค (กฟภ.) แล้วเปลี่ยนชื่อเป็นสโมสรบุรีรัมย์ พีอีเอ พร้อมกับย้ายสนามเหย้าจาก พระนครศรีอยุธยาอยู่บุรีรัมย์ จากนั้นก็ทำทีมเล็กๆ ให้กลายเป็นทีมใหญ่ที่มีการบริหารจัดการ เข้าขั้นมาตรฐานโลก จนกลายเป็น “บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด” ที่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของฟุตบอล และ การครองใจแฟนบอลชาวบุรีรัมย์และจังหวัดอื่น ทำให้สนามไอ-โมบาย สเตเดียม ซึ่งเป็นสนามเหย้า แห่งใหม่ กลายเป็นปลายทางของนักท่องเที่ยว และตัวเลขทางเศรษฐกิจของบุรีรัมย์เติบโตอย่าง ต่อเนื่อง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว

ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าจากที่เคยมี นักท่องเที่ยว 879,452 คนในปี 2552 เพิ่มขึ้นเป็น 1,186,759 คนในปี 2556 และมีรายได้จากการ ท่องเที่ยว 1,659,79 ล้านบาท ขณะที่ปี 2552 มีเพียง 808.48 ล้านบาทเท่านั้นและจากการที่ภาครัฐ

และภาคเอกชนใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเมือง ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือ Sport Tourism ขึ้นในบุรีรัมย์ ส่งผลให้มียอดนักท่องเที่ยวพักค้างคืนในบุรีรัมย์นานขึ้น ซึ่งกรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและกีฬา เก็บสถิติในปี 2557 พบว่า เวลาเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวจะอยู่ในบุรีรัมย์คือ 1.96 – 2.55 วัน จากฟุตบอลที่ปลูกเมืองให้ตื่นขึ้น บุรีรัมย์ค่อยๆ พัฒนาจังหวัดสู่การเป็น “Sport City” หรือ “เมืองกีฬา” มาโดยตลอด มีการจัดการแข่งขันกีฬา ระดับโลกและระดับประเทศหลายรายการ เช่น เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2557 มีการแข่งขันรถยนต์ระดับโลก รายการ Super GT เพื่อเปิดตัวสนามแข่งมาตรฐานโลก คือ สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีการจัด Buriram Bike Festival มหกรรมปั่นปราสาทสองยุค และช่วงเดือนมกราคม มีการจัดงานวิ่งมาราธอนมาตรฐานโลกเกิดขึ้น คือ Buriram Marathon นอกจากงานแข่งขันกีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเล่นกีฬาแล้ว สิ่งหนึ่งที่ “เมืองกีฬา” พึ่งต้องมี คือ จิตวิญญาณความเป็น Sportsman (ship) ของคนในชุมชน ซึ่งชาวบุรีรัมย์มีเกินร้อย

บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด (Buriram United)

สำหรับผู้ที่รักหรือไม่รักการดูกีฬาลูกหนัง ก็น่าจะเคยได้ยินชื่อทีมปราสาทสายฟ้า “บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด” ซึ่งมีนายเนวิน ชิดชอบ เป็นประธานสโมสร ทีมฟุตบอลที่ทำให้คนบุรีรัมย์รักและภูมิใจในความเป็นบุรีรัมย์มากขึ้น กว่าจะมาเป็น บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ในวันนี้ ต้องย้อนกลับไปในปี 2552 ที่นายเนวิน ชิดชอบ ตัดสินใจเข้าซื้อสโมสรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค หนึ่งในทีมฟุตบอลแนวหน้าของประเทศ แล้วมาเปลี่ยนชื่อเป็น สโมสรบุรีรัมย์ พีอีเอ พร้อมย้ายสนามเหย้าจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามาอยู่บุรีรัมย์ โดยใช้เสากลาง สเดเตียม เป็นสนามเหย้าชั่วคราว ต่อมาในปี 2554 นายเนวิน ชิดชอบ ตัดสินใจซื้อหุ้นทั้งหมดจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมาบริหารเอง และได้รวมสโมสรบุรีรัมย์พีอีเอ เข้ากับบุรีรัมย์ เอฟซี ที่เป็นสโมสรท้องถิ่นเดิม แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เช่นปัจจุบัน (พร้อมมอบสิทธิ์การเลื่อนชั้นของทีมบุรีรัมย์ เอฟซี ให้กับทีมสงขลา เอฟซี แทน) ความสำเร็จของทีมบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด นั้นไม่ธรรมดา เคยคว้าแชมป์ไทยพรีเมียร์ลีก ซึ่งเป็นลีกสูงสุดของประเทศมาครอง 4 สมัย คว้าแชมป์ เอฟเอคัพ 4 สมัย คว้าแชมป์ลีกคัพ 5 สมัย และ คว้าแชมป์ถ้วยพระราชทาน ก. อีก 4 สมัย ในฤดูกาล 2015 (พ.ศ.2558) ถือเป็นปีทองของบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เมื่อทีมผงาดคว้าแชมป์มาครองได้ 5 รายการ เป็นสโมสรแรกในทวีปเอเชีย และเป็นสโมสรที่ 6 ของโลกที่เคยทำได้

สนามช้างอารีนา คือสนามฟุตบอลแห่งเดียวในไทยที่ FIFA รับรอง เป็นสนามฟุตบอลแท้ๆ ไม่มีลู่วิ่งกั้นระหว่างคนดูกับนักเตะ เป็นสนามที่ใช้เวลาสร้างเร็วที่สุดในโลกเพียง 256 วัน และจุแฟนบอลได้ถึง 32,600 ที่นั่ง

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต คือ สนามรถแข่งเพียงแห่งเดียวในประเทศไทยที่ได้รับมาตรฐาน FIM Grade A และ FIA Grade 1 ที่รองรับการแข่งขันรายการใหญ่ระดับโลก ออกแบบโดย เฮอริมันน์ ทิลเก้ ปรมาจารย์นักออกแบบสนามรถแข่งมากกว่า 60 สนามทั่วโลก โดยเป็นสนาม F1 มากถึง 15 สนาม สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีระยะทาง 4.555 กิโลเมตร ต่อรอบ เป็นสนามเดียวในโลกที่ผู้ชมบนแกนด์สแตนด์จะสามารถชมการแข่งขันทุกโค้ง (มีทั้งหมด 12

โค้ง) ได้แบบร้อยเปอร์เซ็นต์ และเปิดตัวอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2557 ด้วยการแข่งขันรถยนต์ระดับโลก รายการ Super GT

บุรีรัมย์ มาราธอน (Buriram Marathon) คือ อีกหนึ่งกิจกรรมทางกีฬาที่จัดขึ้นตามนโยบายของนายเนวิน ชิดชอบ ประธานบริษัท บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด จำกัด ที่อยากเห็นบุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางกีฬาของประเทศไทยและอาเซียน โดยมีเป้าหมายให้บุรีรัมย์ มาราธอน เป็นหนึ่งในสนามแข่งขันมาราธอนที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลกที่นักแข่งขันมาราธอนอยากมาสัมผัส บุรีรัมย์มาราธอน ได้รับการออกแบบการแข่งขันให้เป็นมาราธอนที่มีมาตรฐานสูงสุด โดยได้รับอนุญาตจัดการแข่งขันตามกติกาของสหพันธ์กรีฑานานาชาติ (IAAF) และสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) ภายใต้การกำกับดูแลของสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (AAT) เส้นทางวิ่งของระยะมาราธอน ฮาล์ฟมาราธอน และมินิมาราธอน ได้รับการวัดอย่างเป็นทางการจากผู้เชี่ยวชาญ IAAF-AIMS Grade A ในเดือนกันยายน 2559

บุรีรัมย์ มาราธอน แบ่งการแข่งขันเป็น 4 ประเภท คือ

มาราธอน ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร วิ่งในเซอร์กิต ผ่านเส้นทางธรรมชาติห้วยจรเข้มาก ผ่านบ่อนอุทยานเขากระโดง เข้าสู่เส้นทางวัฒนธรรมในตัวเมือง และกลับไปบุรีรัมย์คาสเซิล

ฮาล์ฟมาราธอน ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร วิ่งในเซอร์กิต ผ่านห้วยจรเข้มาก ผ่านบ่อนอุทยานเขากระโดง และกลับเข้าสู่บุรีรัมย์คาสเซิล

มินิมาราธอน ระยะทาง 10 กิโลเมตร วิ่งในเซอร์กิต ผ่านทางหลวง และกลับเข้าสู่บุรีรัมย์คาสเซิล

ฟันรัน ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร วิ่งในเซอร์กิต ผ่านไปบุรีรัมย์คาสเซิล

1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้เป็นพื้นที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

1) สนามช้างอารีนา

สนามแข่งขันของ “ปราสาทสายฟ้า” บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่ผ่านมานั้น แฟนบอลจะรู้จักกันในหลายชื่อ ทั้ง ไอ-โมบาย สเตเดียม, บุรีรัมย์ สเตเดียม หรือ อินเตอร์คาสเซิล สเตเดียม ชื่อที่ใช้ในการแข่งขันระดับนานาชาติ ก่อนที่ล่าสุดจะกลายมาเป็น ช้างอารีนา ในปัจจุบัน โดยสนามหญ้าแห่งนี้ ขึ้นชื่อว่าสวยงาม และเป็น “ฟุตบอลสเตเดียม” แห่งแรกของไทย ที่มีมาตรฐาน และได้รับการรับรองจากสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (ฟีฟ่า) และสมาพันธ์ฟุตบอลแห่งเอเชีย (เอเอฟซี) สนามแห่งนี้ เริ่มใช้อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2555 ปัจจุบันมีความจุอยู่ที่ 32,600 ที่นั่ง สร้างด้วยงบประมาณกว่า 500 ล้านบาท (ไม่รวมที่ดิน) โดยโครงสร้างประกอบด้วยเหล็ก และไฟเบอร์ ซึ่งขนาดน้ำหนักของโครงสร้างสนามนั้นเท่ากับ หินที่ใช้สร้างปราสาทหินพนมรุ้ง แหล่งท่องเที่ยวทางอารยธรรมสมัยขอมโบราณของจังหวัด จนกลายเป็นสนามที่ถูกพูดถึง เมื่อกลายเป็นสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานในระดับสากลแห่งแรกในประเทศไทย ที่ไม่มีลู่วิ่งมาคั่น ที่สำคัญสนามแห่งนี้ ผ่านมาตรฐานฟีฟ่า ระดับเวิลด์คลาส และเอเอฟซี ระดับเอคلاس สเตเดียม ที่ได้เต็มนั้น สนามยังโด่งดังไปทั่วโลก เมื่อถูกบันทึกกิน

เนสบูค ว่าเป็นสนามฟุตบอลในระดับฟีฟ่า ที่ใช้เวลาก่อสร้างน้อยที่สุดในโลกคือ 256 วัน ปัจจุบันสนามแห่งนี้ได้กลายเป็นแลนด์มาร์กของคนเดินทางมายังจังหวัดบุรีรัมย์ ไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในวันที่ไม่มีแมตช์การแข่งขัน บริเวณพื้นที่ของ ช้างอารีนา ก็เต็มไปด้วยพื้นที่กิจกรรมเล่นกีฬาของชาวบุรีรัมย์ มีทั้งสนามบาสเกตบอล, สนามฟุตบอล, สนามตะกร้อ, สนามวอลเลย์บอล รวมไปถึงกีฬาเอ็กซ์ตรีม นอกจากนี้ สถาปัตยกรรมราคากว่า 500 ล้านบาท แลนด์มาร์กใหม่ของคนบุรีรัมย์แห่งนี้ยังเปิดให้แฟนบอล และประชาชนทั่วไป เข้าชมทุกซอกมุมภายในสนาม เฉากเช่นเดียวกับสเตเดียมทัวร์ของทีมใหญ่ๆ ทั่วโลก เพียงแต่ว่าที่นี่เปิดให้เข้าชมฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น จึงทำให้ ช้างอารีนา มีคนมาเยี่ยมเยือนไม่ขาดสาย ภายหน้า ปราสาทสายฟ้า ก็เตรียมที่จะจัดทำมิวเซียม หรือ พิพิธภัณฑ์ของสโมสร เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ให้แฟนบอลได้เข้ามาศึกษาประวัติศาสตร์ของสโมสรในอนาคตอีกด้วย

2) สนามบุรีรัมย์ อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต

บุรีรัมย์ อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต (Buriram International Circuit : BRIC) หรือ ช้าง อินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต (ชื่อตามบริษัทเปียร์ช่าง ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหลักของสนามในปัจจุบัน) เป็นสนามแข่งรถมาตรฐานสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ (FIA) ในประเทศไทย มีความยาวของสนาม 5.554 กิโลเมตร จำนวน 12 โค้ง รองรับผู้ชม 50,000 คน ได้รับการออกแบบจาก ผู้ออกแบบสนามแข่งรถชื่อดังของโลก เฮอมัน ทิลเก้ ซึ่ง Grand stand สามารถมองเห็นได้ทุกโค้ง มีมูลค่ากว่า 2 พันล้านบาท แห่งแรกและแห่งเดียวในไทย ซึ่งได้ทำการเปิดสนามแข่งขันอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2557 ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันตกของนิวาโมบายสเตเดียม ตำบลอิสาน จังหวัดบุรีรัมย์ ในวันที่ 24 กันยายน 2557 สนามช้างได้รับการรับรองจากสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ ว่าเป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐาน เอฟไอเอ เกรด 1 (FIA Grade 1) ซึ่งเป็นระดับสนามที่อนุญาตให้ใช้จัดการแข่งขันรถสูตรหนึ่ง (ฟอร์มูลาวัน) ได้ ในวันที่ 7 ตุลาคม 2557 สนามช้างได้รับการรับรองจากสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ (FIM) ว่าเป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐาน เอฟไอเอเอ็ม เกรด เอ (FIM Grade A) ซึ่งเป็นระดับสนามที่อนุญาตให้ใช้จัดการแข่งขันโมโตจีพีได้

3) อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง (ใช้จัดการแข่งขันบุรีรัมย์ มาราธอน)

อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง เป็นศาสนสถานที่สำคัญมากสมัยลพบุรี อายุประมาณพันปี ตั้งอยู่บนยอดเขาสูง 1320 ฟุต จากระดับน้ำทะเล ตั้งอยู่ที่บ้านตาเป็ก อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ แยกจากทางหลวงสาย 24 เข้าไป 12 กิโลเมตร ถนนลาดยางตลอดทางสะดวกและปลอดภัย เป็นศาสนสถานในศาสนาพราหมณ์ ลัทธิไศวนิกาย ทางขึ้นปราสาทบุหินทรายมีเสานางเรียงประดับสองข้างทางราวบันไดเป็นหินทรายมีพญานาค 5 เศียร บริเวณปราสาทล้อมด้วยระเบียงคตและซุ้มประตู 4 ทิศ ปรากฏประธานหินทรายสลักลวดลายวิจิตรงดงามตั้งตระหง่านอยู่ภายในเคียงข้างด้วยบรรณาลัยศิลาแลงซ้ายขวาและปรากฏน้อยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมจะส่งสายงามเหมือนมีช่างเทวดามาเนรมิตไว้

4) วนอุทยานภูเขาไฟเขากะโดง (ใช้จัดการแข่งขันบุรีรัมย์ มาราธอน)

เขากะโดงเป็นภูเขาไฟเก่าที่มองเห็นลักษณะปากปล่องได้อย่างชัดเจนอยู่ที่ตำบลเสม็ด อำเภอมืองบุรีรัมย์ ห่างจากตัวอำเภอมืองบุรีรัมย์ประมาณ 7 กิโลเมตร บนเส้นทางสายบุรีรัมย์-ประโคนชัย วนอุทยานเขากะโดงนี้มีพื้นที่ป่าเมืองน้ำศึกษาหลายชนิดมีทางขึ้นเขา 2 ทาง ทั้งทางเดินบันไดหน้าและทางรถยนต์มีพระพุทธรูปปางต่างๆ เรียงรายเป็นระยะตลอดสาย ข้างทางต้นเขายอดเขาร่มรื่นและงดงามด้วยดอกไม้มีนานาชนิดในฤดูแล้ง ยอดสูงประมาณ 265 เมตร จากระดับน้ำทะเลเป็นที่ประดิษฐานพระสุภัทรบพิตร พระพุทธรูปองค์ใหญ่คู่มืองบุรีรัมย์ และมีปราสาทโบราณภายในประดิษฐานพระพุทธรูปจำลองอยู่ด้วย

5) อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก (ใช้จัดการแข่งขันบุรีรัมย์ มาราธอน)

อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก อยู่ในเขตท้องที่ ตำบลบ้านบัว เขตอำเภอมืองบุรีรัมย์ ห่างจากตัวอำเภอมืองบุรีรัมย์ 10-13 กิโลเมตร ลักษณะเป็นทะเลสาบน้ำจืด มีไม้พื้นเมืองยืนต้นร่มรื่นน่าพักผ่อน ปัจจุบันเป็นสถานที่ราชการของโครงการชลประทานและที่ทำการประปา นับได้ว่าเป็นสถานที่พักผ่อนที่ชาวเมืองให้ความสนใจทุกวันหยุด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการเป็นเมือง Sport City ของจังหวัดบุรีรัมย์ มีจุดเริ่มต้นมาจากทีมฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และการลงทุนของนักลงทุน ให้การสนับสนุนทีมฟุตบอล ซึ่งทางจังหวัดบุรีรัมย์เองก็ได้ทำการปลูกกระตุ้นให้คนบุรีรัมย์ รักและร่วมเชียร์กีฬาฟุตบอล จากนั้นได้มีการร่วมลงทุนก่อสร้างสนามแข่งขันรถยนต์ที่ได้มาตรฐานระดับโลก จึงทำให้จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ จังหวัดบุรีรัมย์จึงได้จัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติ จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ที่เดินทางมาแข่งขันกีฬา และผู้ที่เดินทางมาชมการแข่งขันกีฬา อีกทั้งจังหวัดบุรีรัมย์ยังนำแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นพื้นที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาด้วย และในปี พ.ศ.2565 จังหวัดบุรีรัมย์มีการจัดการแข่งขันกีฬาโดยใช้สถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาที่เกี่ยวกับ 1) ฟุตบอล 2) รถยนต์และรถจักรยานยนต์ 3) วิ่ง (บุรีรัมย์ มาราธอน) ผู้วิจัยจึงเลือกขอบเขตพื้นที่และขอบเขตของประชากรในการศึกษา ตามที่มีการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Management)

1. การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

1.1 การจัดการ (Manamement)

การจัดการ (Masterallexis, Barr, and Hums, 2005: 27) หมายถึง กระบวนการใช้ความรู้ในส่วนต่างๆ เช่น การวางแผน การจัดการองค์การ การนำและการประเมินผล ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่มีความสำคัญ คือ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ ข้อจำกัดของทรัพยากรและบุคลากร เป้าหมายของการจัดการและบทบาทของผู้บริหารจะทำให้เกิดการดำเนินงานที่มี

ประสิทธิภาพ (Bridges and Roquemore, 2004: 27) การจัดการ กระบวนการใช้ทรัพยากรเพื่อ บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยวิธีการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดเท่าที่ สามารถเป็นไปได้

Page (2009) กล่าวว่า การจัดการเป็นการใช้ประโยชน์ทรัพยากรขององค์กรเพื่อสร้าง การบริการ ผลลัพธ์หรือผลิตภัณฑ์ตามความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า

กล่าวว่าทฤษฎีการจัดการหมายถึงกรอบแนวความคิดความรู้และการกำหนดแนวทางใน การจัดการองค์การรวมทั้งเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ดังนั้น การจัดการจึงหมายถึงกรอบแนวคิดที่สำคัญในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา หรือเพื่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ในการจัดแบ่งกลุ่มแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการ จากอดีตจนถึงปัจจุบันนี้มีอยู่ด้วยกันหลายแนวความคิดและทฤษฎี (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2548: 32) ดังนี้

1. แนวความคิดทางการจัดการในสมัยเดิมหรือยุคคลาสสิก (Classical Perspective) สำหรับแนวความคิดทางการจัดการในยุคของทฤษฎีสมัยเดิมหรือยุคคลาสสิก สามารถแยกได้เป็น 3 แนวความคิดหลักดังนี้

1.1 แนวความคิดทางการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Management)

1.1.1 ผลงานของเฟรดเดอริค วินสโลว์ เทย์เลอร์ (Frederick Winslow Taylor's)

1.1.2 ผลงานของแฟรงค์ บังเกอร์ กิลเบรธ และ ลิลเลียน มอลเลอร์ กิลเบรธ (Frank, B. Gilbreth & Lillian, E.M. Gilbreth)

1.2 แนวความคิดการจ้ดองค์การระบบราชการ (Bureaucratic Organization)

1.2.1 ผลงานของแมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber)

1.3 แนวความคิดทางการจัดการเชิงกระบวนการ (Process Management)

1.3.1 ผลงานของเฮนรี ฟาโยล์ (Henri Fayol)

1.3.2 ผลงานของกูลิค ลูเธอร์ และ เออร์วิค (Gulick, Luther., & Lyndall F. Urwick)

1.3.3 ผลงานของเจมส์ ดี. มูนี และ อัลเลน ซี. เรลลี่ (James D. Mooney., & Alan C. Rieley)

2. แนวความคิดทางการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Management Perspective) สำหรับแนวความคิดทางการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์นี้ สามารถแยกแนวความคิด ได้เป็น 3 แนวความคิดหลักดังนี้

2.1 แนวความคิดทางการจัดการเชิงมนุษยสัมพันธ์

2.1.1 ผลงานของเอลตัน เมโย (Elton Mayo)

2.2 แนวความคิดทางการจัดการเชิงสังคมศาสตร์

2.2.1 ผลงานของแมรี พาร์คเกอร์ โพลเลต (Mary P. Follett)

2.3 แนวความคิดทางการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์

2.3.1 ผลงานของอับราฮามเอชมาสโลว์ (Abraham H. Maslow)

2.3.2 ผลงานของดริกกลาสแมกเกรเกอร์ (Douglas McGregor)

2.3.3 ผลงานของคริสอาร์กีริส (Chris Argyris)

3. แนวความคิดทางการจัดการสมัยใหม่ (Contemporary Management Perspective) สำหรับแนวความคิดทางการจัดการสมัยใหม่สามารถแยกได้เป็น 3 แนวความคิด ดังนี้

3.1 แนวความคิดทางการจัดการเชิงปริมาณ (Quantitative Management Perspective)

3.2 แนวความคิดเชิงระบบ (System Perspective)

3.3 แนวความคิดเชิงสถานการณ์ (Contingency Perspective)

3.3.1 ผลงานของโจแอนวูดวาร์ด (Joan Woodward)

3.3.2 ผลงานของลอว์เรนซ์และลอร์ช (Lawrence, P.R., & Lorsch, J.W.)

4. แนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization Management)

สำหรับแนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์คือการควบคุมคุณภาพ

จากแนวคิดการจัดการด้านต่าง ๆ ดังเสนอไว้เบื้องต้นนั้น ผู้วิจัยขอเสนอเฉพาะแนวคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization Management) เท่านั้น ดังนี้

การจัดการยุคโลกาภิวัตน์เป็นการจัดการที่องค์กรต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมทางการแข่งขันที่รุนแรงเช่นการเปลี่ยนแปลงด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงในด้านทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์เป็นต้นซึ่งผู้บริหารขององค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างใกล้ชิดโดยมุ่งพยายามในการกำหนดกลยุทธ์ให้กับองค์กรเพื่อสามารถดำรงอยู่ได้ในขณะที่มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมทั้งสามารถสร้างผลกำไรและความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนจากการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์นี้ทำให้ลักษณะของการจัดการที่องค์กรต้องมุ่งเน้นถึงการปรับตัวที่มีการให้การยอมรับและปรับปรุงการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์โดยผู้บริหารต้องคำนึงถึงขอบเขตของการดำเนินธุรกิจในตลาดระดับโลกที่ในปัจจุบันมีการขยายขอบเขตที่กว้างขวางกว่าตลาดในประเทศ

จากแนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์นี้จะให้มุ่งให้ความสำคัญกับการดำเนินงานและปฏิบัติที่ถูกต้องโดยนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจากการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในขณะที่สามารถลดต้นทุนการผลิตและราคาได้อย่างต่อเนื่องและที่สำคัญคือการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งจึงเป็นเป้าหมายที่สำคัญของแนวความคิดทางการจัดการยุคนี้แนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีแนวทางสำหรับแนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548: 80-83) ดังนี้

1. การควบคุมคุณภาพขององค์กรที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับโลกมีความจำเป็นต้องให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ (Quality) ของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นองค์ประกอบของความ

ได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้นโดยเฉพาะการได้รับการยอมรับในมาตรฐานด้านคุณภาพระดับโลกจะต้องได้รับประกาศนียบัตร ISO 9000 จากองค์กรกำหนดมาตรฐานโลก (International Organization for Standardization) มาตรฐาน ISO นี้จะถือเป็นการรับประกันด้านคุณภาพกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรตั้งนั้นองค์กรจะต้องทำการปรับปรุงและพัฒนาทั้งในด้านกระบวนการดำเนินงานด้านโครงสร้างควมรับผิดชอบต่อและทรัพยากรเพื่อให้เกิดคุณภาพและจะต้องผ่านการตรวจสอบและประเมินจากภายนอกอีกด้วย

2. การควบคุมคุณภาพโดยรวมตามแนวความคิดของการควบคุมคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เป็นการดำเนินการที่เน้นการควบคุมคุณภาพทั่วทั้งองค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกระดับเกิดการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานทุกด้านอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องรวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยการเชื่อมโยงการปฏิบัติการต่างๆที่มีกระบวนการที่ขนานกันไว้จะทำให้สามารถทราบปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ก่อนที่จะสายเกินแก้ไข

3. การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) เป็นความพยายามขององค์กรที่จะรักษาความได้เปรียบในเชิงคุณภาพไว้โดยการหาวิธีการใหม่ๆที่จะนำเข้ามาใช้เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องความพยายามดังกล่าวมีความจำเป็นต้องทำควบคู่กับเทคนิคการเปรียบเทียบ (Bench Marking) ซึ่งการเปรียบเทียบนี้้องการจะเปรียบตัวเองในด้านต่างๆกับองค์กรที่มีประสิทธิภาพที่สุดในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติของตนเองนอกจากนี้การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจะเกิดผลได้ยังมีความจำเป็นต้องมีการมีส่วนร่วมของบุคลากรควบคู่ไปด้วย

4. การรี้อปรับระบบผลจากการปรับปรุงคุณภาพหรือวิธีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องดังกล่าวข้างต้นตามวิธีการของญี่ปุ่นเป็นการปรับปรุงแบบค่อยเป็นค่อยไปที่ละขั้นตอนอย่างไรก็ตามแนวความคิดทางการจัดการของการรี้อปรับระบบ (Re-Engineering) จะเป็นการปรับปรุงคุณภาพแบบทำทั้งระบบในครั้งเดียวดังนั้นการปรับปรุงที่เห็นผลสำเร็จได้้องการจะต้องตั้งแนวคิดและวิธีปฏิบัติออกมาจากกฎเกณฑ์และข้อสมมติฐานที่เก่าแก่และล้าสมัยรวมทั้งทำการกำหนดคิดใหม่ทุกกระบวนการและทั้งระบบตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลการวางแผนการพัฒนาบุคลากรการควบคุมการประเมินผลงาน เป็นต้น

1.2 การจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการและทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงข้อจำกัดของสังคมและสิ่งแวดล้อมการกำหนดแนวทางมาตรการ มีแผนการปฏิบัติที่คำนึงถึงกรอบแนวคิด เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีทิศทางและบรรลุเป้าหมาย การจัดการที่ดี ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเกินไป



682156326

Adhikary (1995) ได้เสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยว (7's Model) ไว้ดังนี้

1) Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความผสมผสานกลมกลืนกันระหว่างวัตถุประสงค์ การจัดลำดับความสำคัญ การควบคุม และขอบเขตของกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยว โดยการเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดซึ่งต้องประกอบไปด้วยกลยุทธ์ในการวางแผนการดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้และต้องเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วยเช่น บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อจะสามารถหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะนำไปสู่เป้าหมายนั้น

2) Structure หมายถึง โครงสร้างในองค์กร ซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมเพราะมีโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว ในบางประเทศจะมีกระทรวงการท่องเที่ยวระดับชาติ เจ้าของธุรกิจนำเที่ยวตัวแทนการท่องเที่ยวของภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งกลุ่มเจ้าของโรงแรมที่พักยานพาหนะ มัคคุเทศก์ โดยแต่ละหน่วยงานจะทำงานในลักษณะที่เชื่อมโยงกัน มีเครือข่ายในการจัดการที่เหมาะสม เช่น ถ้ามีแนวคิดด้านระบบนิเวศ แนวคิดนี้ก็จะสามารถเข้าไปอยู่ในนโยบายของกระทรวงและสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในทุกๆระดับทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นการมีโครงสร้างที่ดีและเป็นรูปธรรมก็สามารทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้ อย่างไรก็ตามโครงสร้างองค์กรยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของ RASI อีกด้วย หมายถึง ความรับผิดชอบ (Responsibility) อำนาจหน้าที่ (Authority) การสนับสนุน (Support) และข่าวสารข้อมูล (Information) เพราะการจัดการการท่องเที่ยวก็เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ ที่จะต้องมีผู้ที่มีอำนาจคอยควบคุมดูแลแบ่งหน้าที่รับผิดชอบไปตามลำดับขั้น มีผู้นำ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องต่างๆ และที่สำคัญคือทำให้ข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวซึ่งควรเริ่มตั้งแต่จุดแรกที่นักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง เป็นต้น

3. System หมายถึง ระบบการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ทุกๆระบบต้องมีการประสานงานกันเพื่อความร่วมมือและความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน

4. Staff บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานต่างๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบโดยคัดสรรบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบ มีความผูกพันกับงาน มีความรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ มีความจริงใจและซื่อสัตย์ ทำงานดี ประสบผลสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจได้เป็นสำคัญ

5. Skill ในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญงานจึงจะดีและมีประสิทธิภาพโดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะและทัศนคติต่องาน ความรู้ในงานเป็นสิ่งจำเป็นเป็นอันดับแรกในการที่จะทำให้การทำงานต่างๆ มีประสิทธิภาพ ความรู้ไม่ได้ หมายถึงแต่เพียงว่า รู้ว่า จะทำ

อะไร แต่ต้องรู้ทุกอย่างว่า คืออะไร ที่ไหน อย่างไร และทำไมรวมทั้งเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ซึ่งความรู้นี้อาจเป็นความรู้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการซึ่งได้มาจากประสบการณ์ในการทำงานก็ได้ ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรมีความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาคด้วย เพราะธุรกิจด้านการท่องเที่ยวต้องการผู้ที่มีความรู้และทักษะเฉพาะทางเป็นพิเศษ

6. Style หมายถึง รูปแบบในการดำเนินการซึ่งแต่ละพื้นที่จะมีรูปแบบในการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปในการจัดการ

7. Share หมายถึงการแบ่งปัน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็น ความรู้ ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จะทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากมายที่เป็นประโยชน์ นับว่า เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาวางแผนเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ได้กำหนดเอาไว้

Peter and Waterman (1982) ประสิทธิภาพขององค์กรเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ รวม 7 ประการ (Mckinsey 7s Framework) ดังนี้

1. กลยุทธ์องค์กร (Strategy) หมายถึง แนวทางการดำเนินงาน ขององค์กร ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะสถานการณ์ปัจจุบันที่กลยุทธ์จะมีความสำคัญ ต่อการดำเนินงานและความอยู่รอดอย่างเข้าใจและมีเป้าหมายที่ชัดเจน

2. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบขอบเขตการควบคุม และการรวมหรือการกระจายอำนาจในการตัดสินใจภายในองค์กร

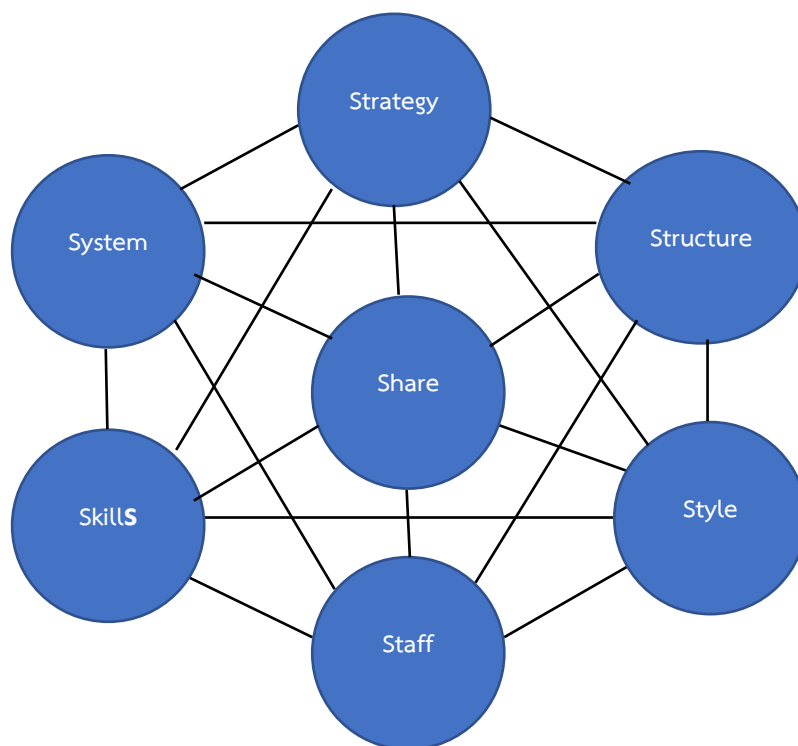
3. ระบบ (System) หมายถึง ระเบียบวิธี กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการขององค์กรโดยที่ระบบจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานการประสานงานภายในองค์กรความเกี่ยวข้องเพื่อหนุนระหว่างกลยุทธ์ และโครงสร้างขององค์กร

4. รูปแบบ (Style) หมายถึงลักษณะของการจัดการและการบริหารงานของผู้บริหารเช่น การติดต่อสื่อสารการตัดสินใจและการเป็นผู้นำ

5. บุคลากร (Staff) หมายถึงการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการจัดบุคคลให้เหมาะสมกับงานและการสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน การให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะทรัพยากรสำคัญจะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเต็มใจในการทำงานและมีโอกาสทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

6. ทักษะ (Skill) ไม่ถึงความสามารถหรือความชำนาญเฉพาะขององค์กรเช่นการบริหารงาน การจัดการและการควบคุมทางการเงินหรือการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น

7. แบ่งปัน (Shared Value) หมายถึง เป้าหมายสูงสุดที่เป็นปรัชญาหรือความเชื่อพื้นฐานของทุกคนใช้เป็นหลักพื้นฐานหรือจุดเริ่มต้นของแต่ละระบบโครงการการถูกถ่ายทอดและปลูกฝังอยู่ในตัวตน



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองของ McKinsey 7s Framework

ที่มา : Tomas J. Peter, and Robert Jr. H. Waterman (1982)

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว คือ ผู้ที่ลงทุนเงินเวลาเพื่อแสวงหาสินค้าและบริการ ตลอดจนประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
2. ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ผู้ประกอบการลงทุนทำธุรกิจดังกล่าวโดยมีเป้าหมายที่จะเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพให้นักท่องเที่ยวโดยมุ่งสร้างกำไรจากธุรกิจ
3. ภาครัฐ หมายถึง รัฐบาลของประเทศที่รองรับซึ่งต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาสู่จุดหมายปลายทาง เพื่อที่จะใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างเงินและสร้างงานในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
4. ภาคประชาชน ได้แก่ ชุมชนที่เกิดจากการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์จะเสนอแหล่งท่องเที่ยวและบริการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

จะเห็นได้ว่า จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีทางด้านการจัดการการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัย การจัดการการท่องเที่ยว เป็นการวางแผน การจัดการองค์การ การนำและการประเมินผล ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่มีความสำคัญ คือ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ ข้อจำกัดของทรัพยากรและบุคลากร เป้าหมายของการจัดการและบทบาทของผู้บริหาร

จะทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (Bridges and Roquemore, 2004: 27) กระบวนการในการทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ด้วยวิธีการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดเท่าที่สามารถเป็นไปได้ ซึ่งการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร (Page, 2009) เพื่อสร้างการบริการ ให้ตรงตามความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า โดยคำนึงถึงข้อจำกัดของสังคมและสิ่งแวดล้อมการกำหนดแนวทางมาตรการ มีแผนการปฏิบัติที่คำนึงถึงกรอบแนวคิด เพื่อให้ การจัดการการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีทิศทางและบรรลุเป้าหมาย การจัดการที่ดี ควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากเกินไป

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564e) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดหมายเพื่อการออกกำลังกายหรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงทั้งที่ใช้กำลังและไม่ใช้กำลัง ตลอดจนการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ จนถึงมหกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวสนใจ รวมทั้งการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์กีฬา เป็นต้น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556: 257) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวประเภทเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลาย ความตึงเครียด พัฒนาทางด้านอารมณ์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มพูนประสบการณ์ ความประทับใจ ความภาคภูมิใจ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพราะกิจกรรมทางการกีฬาสามารถลดความเครียด ความวิตกกังวล และยังเป็นกิจกรรมที่สามารถพัฒนาได้ทุกเพศ ทุกวัย

Hinch and Higham (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางที่มีกีฬาเป็นหลัก (Sport-based travel) โดยเดินทางออกไปจากสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ในระยะเวลาที่จำกัด มีกิจกรรมกีฬาเป็นตัวกำหนด ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬา การเล่น หรือ การเข้าร่วมเพื่อออกกำลังกาย

Standeven and De Knop (1999) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไว้ว่า ในทุกรูปแบบการมีส่วนร่วมทางกิจกรรมกีฬาทั้งแบบที่เป็นกิจกรรมกีฬาคนเล่น และกิจกรรมกีฬาคนดู ด้วยเหตุผลที่ไม่เป็นเชิงพาณิชย์ หรือธุรกิจ หรือ ด้วยเหตุผลทางธุรกิจที่ต้องเดินทางออกจากแหล่งที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงาน

Robinson and Gammon (2004: 221-224) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ อาจเป็นการแข่งขัน นันทนาการหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม และอาจเข้าร่วมด้วยตนเองหรือถูกชักชวนจากผู้อื่น นอกจากนี้กิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วมจะเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นที่อาจจะเป็นคู่แข่งหรือผู้เข้าร่วมก็เป็นได้

Weed & Bull (1997) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ วันหยุดพักผ่อนที่ได้ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชม หรือเป็นผู้แข่งขัน

Hall (1992: 194) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์เพื่อที่จะเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมกีฬาต่างๆ ที่ต้องออกไปจากที่อยู่อาศัยของตนเอง

Standeven and De Knop (1999: 12) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึงทุกรูปแบบของกิจกรรมและการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมการกีฬาอาจมีส่วนร่วมอย่างไม่ตั้งใจหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดอย่างมีรูปแบบไม่ว่าจะเป็นเหตุผลในเชิงพาณิชย์ ทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ทำให้มีความจำเป็นต้องเดินทางออกไปจากบ้านและสถานที่ทำงานเพื่อเข้าร่วม

โครยา หอมชื่น (2551: 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่ามีลักษณะที่หลากหลาย ดังนี้

- 1) การเดินทางที่ไม่ใช่เหตุผลเพื่อธุรกิจ แต่เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือสังเกตการณ์ในสถานที่ที่อยู่ห่างจากที่อยู่อาศัยปกติ
- 2) เป็นรูปแบบของพฤติกรรมการพักผ่อนของประชาชน เช่น การใช้เวลาในช่วงวันหยุดเดินทางไปในสถานที่ที่มีความดึงดูดทางธรรมชาติ และอีกส่วนคือมีกิจกรรมทางกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเป็นจุดสนใจ
- 3) เป็นการใช้เวลาในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชมหรือการแข่งขัน
- 4) การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่อยู่อาศัยปกติเพื่อเข้าร่วมหรือเข้าชมกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายภาพหรือกีฬา
- 5) การเข้าไปร่วมกับกิจกรรมกีฬาทุกประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลในเชิงธุรกิจและไม่เชิงธุรกิจที่จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ
- 6) ผู้เยี่ยมชมเยือนชั่วคราวที่มีการพำนักอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ส่วนสถานที่เป็นสิ่งดึงดูดใจรองลงไป
- 7) บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือ กีฬาเพื่อนันทนาการไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม

Gibson (1998: 45) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางตามสะดวกที่จะนำแต่ละบุคคลออกไปนอกบ้านหรือชุมชนเป็นการชั่วคราว เพื่อที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมการออกกำลังกาย เพื่อชมกิจกรรมการออกกำลังกาย หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการออกกำลังกาย

Turco & Swart (2002: 3) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมกีฬาที่ได้กำหนดไว้ ทั้งการมีส่วนร่วมเพื่อการแข่งขัน ความบันเทิง เพื่อการศึกษา หรือเพื่อพักผ่อนและนันทนาการ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดหมายเพื่อการออกกำลังกายหรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงทั้งที่ใช้กำลังและไม่ใช้กำลัง ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียด ตลอดจนการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ จนถึงมหรหรรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวสนใจ รวมทั้งการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์กีฬา นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพราะกิจกรรมทางการกีฬา สามารถลดความเครียด ความวิตกกังวล และยังเป็นกิจกรรมที่สามารถพัฒนาได้ทุกเพศ ทุกวัย

2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564e) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้น สามารถสร้างให้เกิดรายได้รวม 21,003 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เล่นกีฬาต่างๆ จำนวน 18,395 บาท รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมกิจกรรมกีฬา จำนวน 2,080 ล้านบาท และรายได้จากการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ จำนวน 527 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2561) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจเนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว เพราะจากการสำรวจ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามักใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ถึง 3-4 เท่า หากยกตัวอย่างให้เห็นภาพจึงอาจจะต้องยกตัวอย่างของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นต้นแบบการพัฒนาสู่เมืองท่องเที่ยวกีฬา เพราะหลังสโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ดประสบความสำเร็จคว้าแชมป์ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกถึง 6 สมัย ได้ปลุกกระแสความนิยมกีฬาฟุตบอลในพื้นที่เพิ่มขึ้น เกิดการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากหลายๆ พื้นที่ เพื่อเข้ามาชมการแข่งขันกีฬาและยังท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ของจังหวัดอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

Gibson, Willming & Holdnak (2004: 181-190) ได้กล่าวไว้ว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1) การเดินทางเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมกีฬา
- 2) การเดินทางเพื่อเข้าชมกีฬา
- 3) การเดินทางเพื่อไปเคารพ เทิดพระเกียรติ เฉลิมฉลองกีฬา

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Ross, 2001) ได้สรุปไว้ดังนี้

- 1) กีฬา คือ การลงทุนในอุตสาหกรรม
- 2) สร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่าน โรงแรม ร้านอาหาร สถานประกอบการ ร้านค้าต่างๆ
- 3) เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชน
- 4) สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแบบใหม่

- 5) เพิ่มโอกาสในการใช้สถานที่ในชุมชนได้อย่างเต็มศักยภาพ
- 6) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายองค์กรผู้สนับสนุน
- 7) สร้างโอกาสและความบันเทิงให้แก่กลุ่มเยาวชน
- 8) ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ
- 9) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทาง
- 10) เป็นโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน
- 11) สร้างอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น
- 12) ปรับปรุงขีดความสามารถขององค์กรหรือชุมชนที่ร่วมจัดกิจกรรมในด้านการตลาด
- 13) สามารถนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกิจกรรม

กีฬาเพิ่มขึ้น

- 14) เพิ่มพลังการสนับสนุนจากชุมชนในด้านกิจกรรมกีฬา

ปวีณา โทณแก้ว (2542,1-3) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวจัดเป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อมนุษย์ ซึ่งอาจจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน คือ

1. ความสำคัญต่อบุคคล การท่องเที่ยวเป็นสื่อสร้างสรรค์ความสำราญ เพลิดเพลินใจแก่มนุษย์ อันเป็นการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นการเปิดโลกทัศน์ให้มีทัศนคติกว้างไกล สามารถรับและเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นจริง เสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต ตลอดจนสถาปนาความเข้าใจอันดีระหว่างมนุษยชาติ เนื่องจากการท่องเที่ยวนำมาซึ่งโอกาสแห่งการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของชนในชาติและนานาชาติ

2. ความสำคัญต่อสังคม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดทางวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและนำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ช่วยพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค มาตรฐานการครองชีพ ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดี

3. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้สำคัญในรูปเงินตราต่างประเทศ ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ กระตุ้นการสร้างงานและรายได้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราและกระจายรายได้แก่ท้องถิ่นรวมทั้งกระตุ้นการผลิตและธุรกิจบริการต่างๆ

กรมการท่องเที่ยว (2564) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกมาสู่ประเทศชาติเป็นอย่างมาก โดยจำแนกได้เป็น ๓ ด้านหลักๆ ได้แก่



682156326

1. ด้านเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละของรายได้ประชาชาติ (GDP) และเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องใช้กำลังคน ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในภาคบริการจำนวนมาก เกิดการกระจายรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง

2. ด้านสังคม การท่องเที่ยวช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามต่อกัน อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นการนำประเพณี วัฒนธรรมประจำท้องถิ่นมาเผยแพร่ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ห่วงแหนในมรดกและศิลปวัฒนธรรมของตน ตลอดจนรักษาสีเขียวและช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

3. ด้านการเมือง การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งเมื่อได้มาเยือน และเกิดความประทับใจ จะช่วยสร้างมิตรและความสัมพันธ์อันดีต่อกันได้โดยง่าย รวมทั้งการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ชาวต่างประเทศ ส่งเสริมให้นานาชาติรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

Hall (1992b) ได้ให้ความสำคัญที่บ่งบอกถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการนำองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน ประกอบด้วย งานมหกรรม นันทนาการกลางแจ้ง สุขภาพกับการออกกำลังกาย โดยนำมาสร้างความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

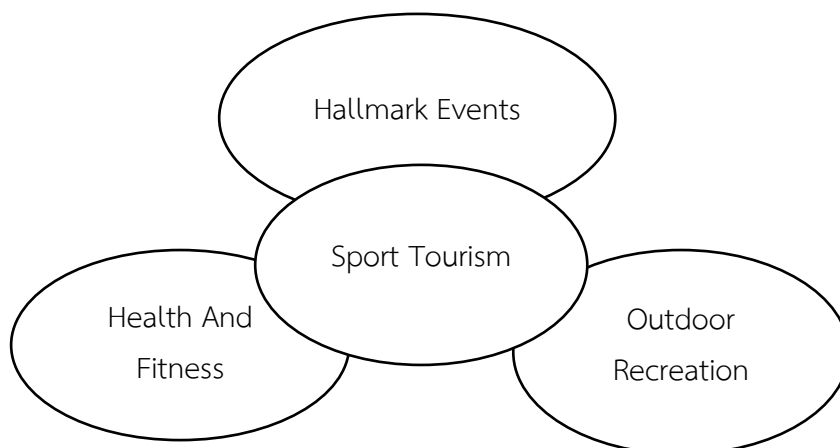
1) งานมหกรรม คือ การแข่งขันกีฬาที่ถูกจัดภายใน ระยะเวลาที่กำหนดในระยะใดระยะหนึ่งโดยจัดเป็นงานที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งในแต่ละครั้งเมื่อมีงานมหกรรมสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะทำให้เกิดการเดินทางเพื่อไปเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬาทั้งในงานระดับท้องถิ่น งานระดับจังหวัด งานระดับชาติ และ งานระดับนานาชาติ

2) นันทนาการกลางแจ้ง คือ กิจกรรมนันทนาการ กลางแจ้ง เมื่อนันทนาการกลางแจ้งสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในรูปแบบของกีฬา เช่น การเดินทางไปเล่นสกีการเดินทางไปเดินเขา หรือ การเดินทางไปเล่นกระดานโต้คลื่น

3) สุขภาพกับการออกกำลังกาย คือ กิจกรรมเพื่อสุขภาพหรือ กิจกรรมการออกกำลังกาย เพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง เมื่อนำสุขภาพกับการออกกำลังกายสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะทำให้เกิดการการเดินทางเพื่อสุขภาพกับการออกกำลังกาย เช่น การเดินทางไปสปา บำบัดที่แถบเมดิเตอร์เรเนียนและยุโรปตะวันออก หรือ การเดินทางเพื่อไปตีเทนนิส หรือ การเดินทาง去打กอล์ฟ



682156326



ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ที่มา : Hall, (1992)

หัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือกีฬาและสถานที่หรือสนามกีฬาที่ใช้ในการจัดการแข่งขัน (Leiper, 1990) ได้กล่าวว่า การพัฒนาสนามกีฬาในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้เห็นศักยภาพในการสนับสนุนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดมหกรรมกีฬาในเชิงการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านกีฬาสิ่งบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ การพัฒนา กิจกรรมเสริม (ที่อาจไม่ใช่กิจกรรมด้านกีฬา) และการบริการนักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ที่พัก ธนาคาร และศูนย์ให้บริการข้อมูล ซึ่งการพัฒนาเหล่านี้ อาจจะเป็นการพัฒนาแบบถาวรหรือไม่ก็ได้ การพัฒนาพื้นที่ชั่วคราวในบริเวณของนักท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่ต้องการชมมหกรรมกีฬา เพื่อกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์ที่กว้างขวางขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยว (Balaska & Kouthouris, 2014: 63-84) ได้ศึกษาถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขันกีฬา ซึ่งจากการศึกษาได้พบว่าปัจจัยที่เป็นส่วนสำคัญให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง คือ นโยบายส่งเสริมการกีฬา และนันทนาการ นอกจากนี้ ยังได้พบว่าข้อจำกัดในการเดินทางเข้าร่วมกีฬาที่สำคัญ คือ การมีเวลาว่างในการเดินทาง รวมถึงด้านอายุและการศึกษา (Georgia, 2008: 14-30) ได้ศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ทางด้านเพศและอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศกรีซ โดยได้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อร่วมกิจกรรมการกีฬา ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเพศซึ่งจากการศึกษาพบว่า เพศ และ อายุที่แตกต่างกัน มีลักษณะความชอบที่แตกต่างกัน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยทราบว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความสำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความสำคัญต่อบุคคล 2) ความสำคัญต่อสังคม 3) ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ และยังสามารถสร้างให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เล่นกีฬาต่างๆ และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬา รวมถึงรายได้จากการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) การเดินทางเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมกีฬา 2) การเดินทางเพื่อเข้าชมกีฬา 3) การเดินทางเพื่อไปเคารพ เทิดพระเกียรติ เฉลิมฉลองกีฬา โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

- 1) กีฬา คือ การลงทุนในอุตสาหกรรม 2) สร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่าน โรงแรม ร้านอาหาร สถานประกอบการร้านค้าต่างๆ 3) เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชน 4) สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแบบใหม่ 5) เพิ่มโอกาสในการใช้สถานที่ในชุมชนได้อย่างเต็มศักยภาพ 6) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายองค์กรผู้สนับสนุน 7) สร้างโอกาสและความบันเทิงให้แก่กลุ่มเยาวชน 8) ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ 9) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทาง 10) เป็นโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน 11) สร้างอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น 12) ปรับปรุงขีดความสามารถขององค์กรหรือชุมชนที่ร่วมจัดกิจกรรมในด้านการตลาด 13) สามารถนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น 14) เพิ่มพลังการสนับสนุนจากชุมชนในด้านกิจกรรมกีฬา

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาถือได้ว่าเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแบ่งออกได้ 13 ประการคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดหรือวันพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร ที่จะทำให้เกิดการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและศาสนาของประเทศต่างๆ ที่น่าสนใจ
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport And Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาที่จะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ นั้นๆ
5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical And Special Interests) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องข้อเท็จจริงระหว่างโบราณสถาน และประวัติศาสตร์
6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก ที่ชื่นชอบนอกเหนือจากงานประจำ
7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend / Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติธุรกิจในประเทศนั้นเพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อพักหนึ่ง

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference / Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ

10. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตประจำวันของชนต่างสังคมต่างเผ่าพันธุ์รวมทั้งการเดินทางไปเยี่ยมบ้านเกิดเมืองนอน

11. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว โดยใช้สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ประเภทธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้คนและสภาพแวดล้อม

12. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและอนามัย (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำรุงสุขภาพอนามัยของตนให้มีอายุยืนยาว

13. ท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ทางการเมือง (Political Tourism) เป็นการเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศต่างๆ เพื่อมิตรภาพและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าในข้อที่ 4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวได้มีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดย (Goeldner and Ritchies, 2012: 9) และ (Middketon and Clarke, 2001: 124-127) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในประเทศที่ไปเยือนและมีเหตุจูงใจในการมาเยือนเพื่อพักผ่อน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อปฏิบัติการ เป็นต้น (นิศา ชัชกุล, 2557: 3)

2. สถานที่ท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม (Destination Attractions And Environment) เป็นองค์ประกอบหนึ่งเนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดนั้น อาจเป็นผลสืบเนื่องจากการที่สถานที่นั้นมีสิ่งดึงดูดใจ แบ่งออกเป็น

2.1 สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) อาทิเช่น ภูเขา ชายหาด ทะเล ภูมิอากาศ หรือลักษณะทางธรรมชาติอื่นๆ

2.2 สิ่งดึงดูดใจเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Heritage Attractions) เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัฒนธรรม โรงละครและพิพิธภัณฑ์

2.3 สิ่งดึงดูดใจเชิงสังคม (Social Attractions) ที่เกี่ยวข้องกับสังคม วิถีชีวิตของชุมชน ในท้องถิ่น ภาษาและโอกาสที่จะได้พบปะและเรียนรู้ความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชน ก็มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเช่นกัน

2.4 สิ่งดึงดูดใจเชิงนันทนาการ (Recreation Attractions) ได้แก่ สถานที่ทั้งในร่มและ กลางแจ้งที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจและทำกิจกรรมนันทนาการ เช่น ตกปลา สระว่ายน้ำ ลานโบว์ลิ่ง เป็นต้น

2.5 สิ่งดึงดูดใจเชิงธุรกิจ (Commercial Attractions) ได้แก่ สถานที่จำหน่ายซื้อของ ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

3. ภาคส่วนปฏิบัติการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Operation Sector Of Tourism industry) ประกอบด้วย การคมนาคมขนส่ง (Transportation) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) ที่พักแรม (Accommodation) มหกรรม (Event) การผจญภัยและนันทนาการกลางแจ้ง (Adventure And Outdoor Recreation) กิจกรรมเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Entertainment) ร้านอาหาร (Food Service) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) และ ธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยว หรือ ตัวแทนบริษัททัวร์ (Travel Trade)

4. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Destination Facilities And Service) จัดเป็น องค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเช่นกัน สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากพักแรมหรือเพลิดเพลินไปกับสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น จำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ 7 ประเภท ประกอบด้วย

4.1 โรงแรม ที่พัก (Accommodation Units) เช่น โรงแรม บ้านเช่า อพาร์ทเมนท์ เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

4.2 ร้านอาหาร (Restaurants, Bars And Café's) ทุกระดับตั้งแต่ร้านอาหารจานด่วนจนถึงร้านอาหารหรูหรา

4.3 การคมนาคมขนส่ง (Transport At The Destination) เช่น รถโดยสาร รถรับจ้าง รถเช่า

4.4 กีฬาและกิจกรรมที่น่าสนใจ (Sports/ Interest Activity) เช่น กิจกรรมกีฬาและ นันทนาการต่างๆ

4.5 สถานที่เฝ้าชม (Spectator Stadiums) เช่น ศูนย์แสดงศิลปะ งานฝีมือและ ธรรมชาติ

4.6 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (Other Facilities) เช่น โรงเรียนสอนภาษา สโมสร สุขภาพ

4.7 ร้านค้า (Retail Outlets) เช่น ร้านขายของ ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว ร้านขาย สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

4.8 บริการอื่นๆ (Other Service) เช่น การบริการข้อมูล การเช่าอุปกรณ์ ตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

5. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility Of The Destination) มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากเกี่ยวข้องกับ ค่าใช้จ่าย ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทาง ประกอบด้วย

5.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ได้แก่ ถนน ที่จอดรถ สนามบิน รถไฟ ท่าเรือ

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Equipment) ได้แก่ ขนาด ความเร็วและระยะห่างของเวลาเดินทางของยานพาหนะขนส่งสาธารณะ

5.3 ปัจจัยการดำเนินงาน (Operation Factor) ได้แก่ เส้นทาง ความถี่ของการให้บริการในราคาที่เรียกเก็บและการจัดเก็บค่าผ่านทาง

5.4 กฎระเบียบของรัฐบาล (Government Regulation) เช่น กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง

6. ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Images Of The Destination) เป็นทัศนคติและความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและความคาดหวังในเรื่องของประสบการณ์การท่องเที่ยวมีการเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดในจิตใจของลูกค้า

7. ราคาสำหรับนักท่องเที่ยว (Price To The Consumer) ราคาจะเป็นตัวช่วยตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความสะดวกสบาย ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทางท่องเที่ยว

Standeven and De Knop (1999: 170) ได้กล่าวว่า การที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญได้นั้นต้องอาศัยองค์ประกอบหลักสองส่วน คือ

1) สถานที่ (Places) ต้องมีความดึงดูด มีชีวิตชีวาและความหลากหลายทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) กิจกรรม (Activities) มีกิจกรรมกีฬาที่ดีเยี่ยมหรือได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เข้าร่วม และให้ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564b) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

- 1) การออกจากสถานที่อยู่ตามปกติ
- 2) การเข้าร่วมกิจกรรมหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา
- 3) กีฬาเป็นส่วนสำคัญของการเดินทาง

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1) การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) ซึ่งเป็นงานที่มีกิจกรรมลักษณะเฉพาะ

2) การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) การเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการเล่นกีฬา หรือเพื่อเข้าร่วมแข่งขันกีฬา

3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) การเดินทางไปยังสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีชื่อเสียง และการเข้าค่ายกีฬากับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) สามารถแบ่งรูปแบบออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬา ไม่ว่าจะเป็น กีฬากอล์ฟ ดำน้ำ จักรยาน พายเรือ และกีฬาอื่นๆ

2) การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นนักกีฬา จะเดินทางเพื่อไปร่วมการแข่งขันในการจัดรายการ ณ สถานที่ต่างๆ เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอน การแข่งขันเรือใบ การแข่งขันเทนนิส เป็นต้น ซึ่ง นอกจากกีฬาแล้ว ยังมีทีมงาน ผู้ติดตาม กองเชียร์ และผู้เข้าชมการแข่งขัน เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบ่งออกเป็นรูปแบบกิจกรรมออกเป็น 2 ลักษณะ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564e)

1) การเดินทางเพื่อเล่นกีฬา (Sport Participation Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาและ/หรือนันทนาการเพื่อสุขภาพ เช่น การเล่นกีฬา การขี่จักรยานท่องเที่ยว การพายเรือแคนูคายัก การตกปลา การฝึกโยคะ เป็นต้น

2) การเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา (Sport Spectatorial Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่ชื่นชอบที่เป็นการแข่งขันกีฬาอาชีพหรือสมัครเล่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิก

ประเภทกีฬา แบ่งเป็นออก 2 ประเภท

ประเภทที่ 1 กีฬาที่บุคคลเป็นผู้เล่นกีฬา (Sport Participation)

กีฬาในร่มและกีฬากลางแจ้ง

ประเภทที่ 2 กีฬาที่บุคคลเป็นผู้ชมกีฬา (Sport Spectating)

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบใช้กำลัง (Active Sport Tourism)

2) การท่องเที่ยวเพื่อร่วมงานกีฬา (Sport Event Tourism)

3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบถวิลหาอดีต (Nostalgia Sport Tourism)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

- 1) กีฬาฤดูร้อนหรือฤดูใบไม้ผลิ (Spring/Summer Sport)
- 2) กีฬาฤดูหนาวหรือฤดูใบไม้ร่วง (Fall/Winter Sport)

การจัดสถานกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก

- 1) สถานที่แข่งขันกีฬา (Sport Arena)
- 2) สนามกีฬา (Stadium)

Pilt (1999) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น 2 ประเภทดังนี้ คือ

1. การท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา โดยมีจุดมุ่งหมายเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา นันทนาการ เวลาว่าง หรือ กิจกรรมการออกกำลังกาย
2. การท่องเที่ยวเข้าชมกีฬา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อชมกีฬา นันทนาการ เวลาว่าง กิจกรรมกีฬา และกิจกรรมการแข่งขันกีฬา

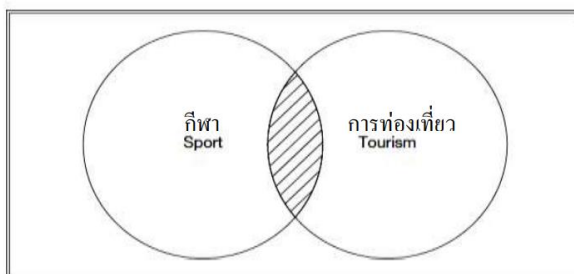
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564e) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อร่วมลงเล่นกีฬา เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากเดิมที่การเดินทางเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬากระจุกตัวอยู่เฉพาะในกลุ่มนักกีฬามืออาชีพของกีฬาบางประเภท อาทิ กอล์ฟ รถแข่ง เรือใบ เทนนิส และฟุตบอล แต่ในระยะหลังเมื่อความนิยมออกกำลังกายมีมากขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพตนเอง อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในหลายประเทศนิยมจัดอีเวนต์ที่ผนวกกิจกรรมกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ทั้งนักกีฬามืออาชีพและนักกีฬามือสมัครเล่นจำนวนมากสามารถเข้าร่วมได้ ที่เห็นได้ชัดคือการวิ่งมาราธอนหรือปั่นจักรยาน ซึ่งอีเวนต์รูปแบบดังกล่าวทั้งที่เป็นงานใหญ่และงานเล็กจะมีจัดขึ้นตลอดทั้งปี
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อร่วมชมการแข่งขันกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเข้าร่วมเชียร์นักกีฬาหรือชมการแข่งขันกีฬาในสถานที่ต่างๆ ที่จัดการแข่งขันขึ้นทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ อาทิ โอลิมปิกฤดูร้อน โอลิมปิกฤดูหนาว การแข่งขันรถยนต์ Formula One Grand Prix และฟุตบอลโลก ทั้งนี้ นอกจากการแข่งขันกีฬาซึ่งเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน เช่น บาสเกตบอล ฟุตบอล และเทนนิส ที่มีผู้เข้าร่วมชมเป็นประจำอยู่แล้ว

3) การท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นต้นกำเนิดของกีฬาหรือการเข้าค่ายฝึกกีฬากับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง อาทิ กีฬามวยไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลกและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละท้องถิ่นอย่างมวยไชยา มวยโคราช ล้วนมีส่วนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาเข้าคอร์สฝึกมวยไทยกับค่ายมวยที่มีชื่อเสียง ทั้งนี้ การฝึกมวยไทยจะต้องใช้เวลาเรียนรู้และฝึกฝนสักระยะเวลาหนึ่งจึงจะสามารถออกอาวุธได้คล่องแคล่ว คาดว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจค่ายมวย และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ กางเกงมวยไทย เสื้อกล้าม นวม ผ้าพันมือ เป้าหมัด เป้าตะ แครกเกอร์ และน้ำมันมวย

Hinch & Higham (2004p18) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการผสมกันของกีฬาและการท่องเที่ยว (ดังภาพที่ 2 : การผสมผสานกันของกีฬาและการท่องเที่ยว) เพราะกีฬาเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการท่องเที่ยว ส่วนการท่องเที่ยวและการเดินทางมีส่วนสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับกีฬา

แต่การผสมของกีฬาและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องนี้อาจแตกต่างกันไปตามมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องและวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล



ภาพประกอบ 4 การผสมผสานกันของกีฬาและการท่องเที่ยว

ที่มา : Hinch & Higham (2004: 18)

Weed and Bull (2004) ได้นำเสนอประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬาเดี่ยว (Single Sport) มหกรรมกีฬา (Multi-Sport) และการเข้าร่วม (Active Participation) ไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Tourism With Sports Content) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬา โดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีจุดประสงค์หลักเพื่อมาเล่นกีฬา เช่น การเข้าชมพิพิธภัณฑ์กีฬา การท่องเที่ยวไปยังสนามกีฬาต่างๆ การเล่นกระดานโต้คลื่นที่ชายทะเล หรือการปั่นเขาขณะไปเที่ยวชมอุทยานในระหว่างการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด

2) การท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมกับกีฬา (Sport Participation Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อไปเล่นกีฬาโดยอาจไปเล่นกีฬาด้วยตนเอง หรือไปยังสถานที่ที่มีการบริหารจัดการโดยผู้เชี่ยวชาญในกีฬานั้นๆ เช่น การไปฝึกเล่นกระดานโต้คลื่นกับผู้เชี่ยวชาญที่ชายทะเลในระหว่างการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด

3) การฝึกซ้อมกีฬา (Sports Training) เป็นการเดินทางไปพำนักเพื่อฝึกซ้อมกีฬาหรืออบรมการเป็นผู้ฝึกสอนกับผู้ฝึกสอนหรือสถาบันกีฬาชั้นนำต่างๆ ซึ่งมักจะใช้ระยะเวลาานานกว่า การท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเป็นเลิศหรือเพื่อการอาชีพ จึงอาจดูเหมือนว่าการฝึกซ้อมกีฬาไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่หากพิจารณาอย่างละเอียดจะพบว่าการฝึกซ้อมกีฬานั้นมีสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในฐานะที่ช่วยผลิตนักกีฬาและบุคลากรเข้าสู่รายการกีฬาต่างๆ (Sport events) เช่น ฟุตบอลอาชีพ บาสเกตบอล อาชีพ หรือแม้แต่กระทั่งการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์

4) รายการกีฬาต่างๆ (Sports Events) เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการมีส่วนร่วมในรายการกีฬานั้นๆ ทั้งกีฬาเดี่ยว (Single Sport) เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก หรือมหกรรมกีฬา (Multi-Sport) เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ ไม่ว่าจะในฐานะผู้ชม ผู้เล่น หรือผู้ติดตาม

5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบหรูหรา/พิเศษ (Luxury Sports Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะที่ต้องการความหรูหรา สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเป็นพิเศษ โดยอาจจะเป็นการไปพักในโรงแรม หรือรีสอร์ทต่างๆ ที่มีราคาแพงพร้อมกับการฝึกกอล์ฟกับโปรกอล์ฟในช่วงวันหยุด หรือการไปชมการแข่งขันกีฬาระดับโลกพร้อมกับการเข้าพักในสถานที่ที่มีความพิเศษหรือมีความหรูหรา

การบูรณาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกีฬาสามารถทำได้ 2 ลักษณะ (ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์, ม.บ.ป.) ดังนี้

ลักษณะที่ 1 “การใช้กีฬาเป็นกิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม” การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับผู้เกี่ยวข้องในการแข่งขันกีฬา เนื่องจากในการแข่งขันกีฬาจะมีผู้เกี่ยวข้องเดินทางมา เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ กองเชียร์ แฟนคลับ (Fan Club) ผู้สื่อข่าว ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งต่างเดินทางมาทำภารกิจในส่วนที่รับผิดชอบ ดังนั้นหากสามารถวางแผนการจัดการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับบุคคลเหล่านั้น โดยอาจจะจัดในรูปการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) หรือการท่องเที่ยวตามความสนใจ โดยจัดช่วงเวลา จังหวะ และกระตุ้นความสนใจให้เขามีกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่ไม่มีภารกิจด้านกีฬา หรือถ้าเป็นไปได้หากมีการวางแผนการจัดการที่ดี ก็สามารถที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวให้อยู่ในโปรแกรมของการแข่งขันกีฬานั้นๆ ดังตัวอย่าง การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และกีฬาเอเชียนเกมส์ เป็นต้น ที่จะมีการดำเนินการท่องเที่ยวควบคู่กับการแข่งขันกีฬา

ลักษณะที่ 2 “การจัดการจัดการการท่องเที่ยวเป็นหลักการใช้กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมเสริม” กรณีที่เป็นการบริหารจัดการโปรแกรมทางกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์อื่นไม่ใช่เพื่อกีฬา เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว หากสามารถสร้างกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาแทรกเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะเต็มให้เต็ม เช่น การเล่นกีฬา การชมกีฬา การฝึกซ้อมกีฬา การจัดให้เล่นกีฬา โดยมีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์ สถานที่ ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน หรือคู่ซ้อม/คู่เล่นไว้ให้ก็น่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการเต็มให้เต็มสำหรับนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการด้านกิจกรรมกีฬา ทั้งนี้การจัดการจัดการด้านกีฬาเสริมกับนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งฝ่ายจัดการกิจกรรมกีฬานั้นๆ ต้องมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามวัตถุประสงค์

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564e) ที่มีแรงจูงใจหรือจุดหมายเพื่อการออกกำลังกายหรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงทั้งที่ใช้กำลังและไม่ใช้กำลัง ตลอดจนการเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ จนถึงมหกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวสนใจ รวมทั้งการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น พืชพันธ์ที่กีฬาเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียด พัฒนาทางด้านอารมณ์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มพูนประสบการณ์ ความประทับใจ ความภาคภูมิใจ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพราะ กิจกรรมทางการกีฬา สามารถลดความเครียด ความวิตกกังวล และยังเป็นกิจกรรมที่สามารถพัฒนาได้ ทุกเพศ ทุกวัย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2556) ซึ่งมีลักษณะที่น่าสนใจใน 2 ลักษณะ คือใช้กีฬาเป็น กิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม และใช้การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหลักและกีฬาเป็น กิจกรรมเสริม

แนวคิดศักยภาพทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Potential Of Sports Tourism Resource)

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นว่า มีเพียง พอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ โดยที่ (กองเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564b) ได้กล่าวว่าจังหวัดบุรีรัมย์ มี ศักยภาพ 2 ด้าน คือ 1) ด้านสนามกีฬารองรับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ด้านนำการท่องเที่ยวเชิง กีฬามาผนวกกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้กล่าวถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ ความพร้อมของ แหล่งท่องเที่ยวในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชมเยือน ซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะสำคัญ 4 ด้าน คือ

- 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว
- 2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว
- 4) ด้านองค์ประกอบของการบริการ

แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่หน่วยงานต่างๆ ของทุกประเทศควรให้คุณค่าและกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนา เพราะปัจจัยดังกล่าวเป็น องค์ประกอบของเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวทัศนศึกษาแหล่ง ท่องเที่ยวนี้นี้มีรูปแบบมากมายตั้งแต่สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรม ท้องถิ่น ศาสนา การเมือง ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ ชีวิตสัตว์ป่า นันทนาการกลางแจ้ง การบันเทิง เป็นต้น ดังนั้นเราควรสงวนรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมน้อย่างยั่งยืนอันจะเป็นประโยชน์ต่อ ประเทศชาติสืบไป

การบริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้ เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและ ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่

สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

Buhalis (2000) (อ้างถึงใน กุลพิชญ์ โภคิยอุดมม 2557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A's) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แสดงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งดึงดูดทางกายภาพของจุดหมายปลายทางรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ, มนุษย์สร้างขึ้น และการจัดงานพิเศษที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์, ประเพณีและวิถีชีวิต

2) ด้านการเข้าถึง (Accessibilities) หมายถึง การเข้าถึงจุดหมายปลายทาง ได้แก่ การคมนาคม สถานีขนส่งและพาหนะเดินทาง

3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หมายถึง สิ่งหรือการจัดการแข่งขัน/กิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การละเล่นกลางแจ้ง, และประสบการณ์อื่นๆ แพคเกจที่มีการจัดเตรียมไว้ก่อนโดยสื่อกลาง

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านค้าปลีก ร้านอาหารต่างๆ ที่พักแรม สถานบริการ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

5) ด้านที่พักแรม (Accommodations) หมายถึง โรงแรมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

6) ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Service) หมายถึง บริการต่างๆ เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล การสื่อสารข้อมูลต่างๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว

แนวคิดทฤษฎีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว (Tourism Potential) คือ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการพัฒนาการปรับปรุงหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความน่าสนใจของท้องถิ่นนั้นมีเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นหรือไม่ (กมลวรรณ กาญจนกิตติ, 2545 ; กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ได้กล่าวถึง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมีประเด็นสำคัญ 6 ด้าน ดังนี้

1) ศักยภาพด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction) คือ บริเวณสนามกีฬาหรือศูนย์กีฬามีบรรยากาศที่ปลอดภัย กว้างขวาง มีการจัดวางผังออกเป็นสัดส่วนและมีข้อมูลรายละเอียดของผังชัดเจน โดยรวมถึงสนามกีฬาต้องมีห้องน้ำในการให้บริการ สะอาด และมีจุดนั่งพักผ่อนสำหรับผู้มีมาออกกำลังกาย

2) ศักยภาพของอุปกรณ์กีฬา (Sports Equipment) คือ อุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายมีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายได้ทุกกลุ่ม มีเพียงพอในการรองรับผู้มาใช้บริการ อุปกรณ์อยู่ในสภาพที่พร้อมต่อการใช้งาน

3) ศักยภาพของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) คือ บุคลากรที่มีความรู้และมีทักษะด้านการกีฬาเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำในการเล่นกีฬาให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีเพียงพอต่อความต้องการ

4) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ (Attractive) คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ การให้บริการมีคุณภาพ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) คือ มีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำสาธารณะ สถานที่จอดรถ ในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ห้ามเตือน ที่เข้าใจง่ายและชัดเจน มีร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

6) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Convenience) คือ เส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ตลอดเส้นทางมีป้ายบอกทางที่เข้าใจง่ายยานพาหนะทุกประเภทสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ถนนมีสภาพดี

นรินทร์ หลิมไพโรจน์ (2554) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของพื้นที่มี 6 องค์ประกอบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและสถานที่ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สนามกีฬา สวนสาธารณะพุด เป็นต้น เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรม การพัฒนาจะเป็นได้ยากลำบาก ดังนั้น พื้นที่ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดีมีศักยภาพจำเป็นต้องมีการพัฒนาควบคู่กับการอนุรักษ์ และบำรุงรักษาทรัพยากรเหล่านั้น เช่น การไม่ทิ้งขยะ ถูกลูกกลาด ลดการใช้ถุงพลาสติก การปลูกต้นไม้ทดแทน การก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างให้มีลักษณะกลมกลืนกับธรรมชาติ

2) สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เช่น การใช้พื้นที่ทางทะเลในบริเวณที่ไม่มีปะการังในการจัดการแข่งขันเรือใบ การจัดทำป้ายสื่อความหมายป้ายบอกทางที่มากกว่า 2 ภาษา การสร้างกิจกรรมเครื่องเล่นต่างๆ ที่เหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยว สนามกีฬาที่ได้มาตรฐานและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวและนักกีฬาได้เพียงพอตามความเหมาะสม

3) ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา และรวมถึงความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวด้วย เช่น การตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ โครงสร้างสนามกีฬาหรือพื้นที่การแข่งขันมีความปลอดภัยผ่านการตรวจสอบมาแล้ว การออกกฎระเบียบและบทลงโทษในการท่องเที่ยวอย่าง

ชัดเจน การจัดเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีการแจ้งวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น โดยมีเจ้าหน้าที่หรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านกีฬาแต่ละประเภทเป็นผู้ควบคุมและรักษาความปลอดภัย

4) บุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง เจ้าหน้าที่ทางการท่องเที่ยวผู้เชี่ยวชาญในกีฬาแต่ละชนิด บุคลากรมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีข้อกำหนดอุปกรณ์วิธีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และสามารถเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ดังนั้นบุคลากรที่เชี่ยวชาญจะเป็นบุคคลสำคัญในการนำเที่ยว เพื่อลดอุบัติเหตุจากการทำกิจกรรม นอกจากนี้บุคลากรทางการท่องเที่ยวยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว นั่นคือเมื่อเราจัดบุคคลให้ทำงานในความถนัดของแต่ละบุคคลงานเหล่านั้น ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีตามมา

5) การตลาดและประชาสัมพันธ์ หมายถึง การตลาดและประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การตลาดเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวถ้ามุ่งทำการตลาดอย่างเหมาะสมจะสามารถเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน รวมถึงการเลือกใช้สื่อการโฆษณาที่หลากหลายและเหมาะสม

6) การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น หมายถึง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวและผลประโยชน์ของชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเห็นถึงคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวและเกิดความรักและต้องการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว เช่น การให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านกีฬาเป็นผู้นำในการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนสนใจมาเล่นกีฬา เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนห่างไกลจากยาเสพติด อีกทั้งยังสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน

คุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Quality) ที่จะทำให้การจัดงานทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และภายหลังสิ้นสุดการแข่งขันสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังต่อไปนี้ (David J Shonk, 2006)

1) ด้านการเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน (Access Quality) การเข้าถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน เช่น จุดเชื่อมต่อไปยังพื้นที่จัดงาน ทางด่วน และ สถานีขนส่งสาธารณะ การประเมินคุณภาพการเข้าถึงและความสะดวกในการติดต่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญการจกกิจกรรมการตลาดทางการกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มที่จะรับรู้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นเมื่อพวกเขาสามารถเข้าถึงสถานที่ และร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้ การเข้าถึงพื้นที่การจัดงานแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 จุดหมายปลายทาง (Destination) คือ เป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่การจัดงานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ต้องเป็นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก และมีความหลากหลายของการให้บริการขนส่งไม่ว่าจะเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ รถบัส รถตุรยนต์ และควรมีป้ายแสดงจุดบริการขนส่งเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงที่หมายได้สะดวก

ด้านที่ 2 สถานที่จัดงาน (Sport Venue) ต้องมีการคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย เพื่อช่วยลดเวลา ลดระยะทาง และค่าใช้จ่าย ควรมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เพื่อการสร้างประสบการณ์ ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว

ด้านที่ 3 ที่พัก (Hotel) สถานที่ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวควรมีลักษณะของความ สะดวกสะอาด ปลอดภัย ราคาเหมาะสม ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพัก สถานที่ตั้งของที่พักร สามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดงาน เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2) ด้านแหล่งที่พัก (Accommodation) ที่พักแรมเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทาง เช่น โรงแรม บังกะโล บ้านพักตากอากาศ ในการจัดหาที่พักนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจาก

2.1) สภาพแวดล้อม (Environment) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น การพิจารณาสภาพแวดล้อมของที่พัก เช่น เสียง กลิ่น อุณหภูมิ ความสะอาดสบาย ความสวยงามของการตกแต่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของผู้รับบริการ

2.2) การปฏิสัมพันธ์ (Interactions) เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับที่พัก การปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเข้าพัก เช่น พนักงานต้อนรับ บุคลากร พนักงานทำความสะอาด พนักงานในร้านอาหารในที่พัก เป็นต้น

2.3) ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวสามารถประเมินความคุ้มค่าด้านการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของที่พัก กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เช่น อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สปา เป็นต้น

3) ด้านสถานที่จัดงาน (Venue Quality) การประเมินคุณภาพของสถานที่จัดงานกีฬา เกี่ยวข้องกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยบุคลากร ได้แก่

3.1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมของที่จัดงาน (Environment) ปัจจัยสำคัญของ สภาพแวดล้อมทางกายของที่จัดงาน เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ ที่นั่งพัก ระบบเสียง ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง เหล่านี้เป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อสถานที่จัดงาน

3.2) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญของการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า คุณภาพในกรณีนี้อาจหมายถึงแนวทางในการให้ความ ช่วยเหลือมารยาท การตอบข้อซักถาม และความสนใจที่ส่งมอบให้กับผู้รับบริการ

3.3) ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวจะคาดหวังและประเมินมูลค่าการให้บริการของ สถานที่จัดงานกับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าตัวเข้าร่วมชมกีฬา ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญของการเข้าร่วม

4) ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Contest Quality) การแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นเป็นการ บริการหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะคาดหวังในประเด็นต่อไปนี้

4.1) กระบวนการจัดการที่มีคุณภาพ (Process) หมายถึงวิธีการแข่งขัน ได้แก่ การจัด องค์กร การตรวจสอบและควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มต้นแข่งขันตามเวลาที่กำหนดคุณภาพ

ของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ การแสดงผลของคะแนนที่ถูกต้อง เทคนิควิธีการแข่งขันใหม่ๆ พฤติกรรมของฝูงชนและการควบคุม และปัจจัยอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับการดำเนินการแข่งขัน

4.2) กิจกรรมในงานที่มีคุณภาพ (Product) หมายถึง คุณภาพของการจัดงานในภาพรวม เช่น การปฏิบัติด้านต่างๆ ของบุคลากร

4.2 เกณฑ์การประเมินศักยภาพ

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

- 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญของลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
 - 2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลามาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
 - 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ปะปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย
 - 4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
 - 5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
 - 6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
- กัลยา สว่างคง (2558) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

- 1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง
- 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
- 4) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น
- 5) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- 6) ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

วรวิณฑ์ สุวัฒน์ ณ เขมรรัฐ และคณะ (2557) ได้กล่าวถึงศักยภาพของปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไว้ว่า

- 1) ความสะดวกในการเข้าถึง คือ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย และรวดเร็ว

2) แหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว คือ จุดดำน้ำมีความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติใต้ท้องทะเล สนามกอล์ฟมีมาตรฐาน แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพที่สวยงาม มีสิ่งแวดล้อมที่ดี

3) สิ่งอำนวยความสะดวก คือ จัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านอาหาร ธนาคาร มีครบวงจร

4) ความปลอดภัย คือ ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีจุดตรวจอาวุธและตรวจหาวัตถุระเบิด มีป้อมตำรวจ ศูนย์แจ้งเหตุฉุกเฉิน สถานพยาบาล การป้องกันและปราบปรามยาเสพติด รวมถึงมีหน่วยในการป้องกันและปราบปรามโจรผู้ร้ายมิฉฉาชีพ

5) กิจกรรมมีความท้าทาย คือ กิจกรรมนันทนาการ สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน และได้สัมผัสใกล้ชิดกับธรรมชาติ

6) ด้านบุคลากรที่เชี่ยวชาญ คือ บุคลากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญด้านกีฬาเฉพาะ

7) ด้านการประชาสัมพันธ์ คือระบบการให้ข้อมูลข่าวสารมีการจัดทำเอกสารการท่องเที่ยว เว็บไซต์ต่างๆ ศูนย์ข่าวการท่องเที่ยว และป้ายประชาสัมพันธ์ ต่างๆ ไปยังนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

วิวัฒน์ชัย บุญยศักดิ์ (2529, 40-42) ได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนด ศักยภาพ หรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทาง ประวัติศาสตร์ ความสำคัญของลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ และวิถีชีวิต

2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบ ไฟฟ้าประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย

4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของ แหล่งท่องเที่ยว

5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวน นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

หลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ จารุจน์ กลิ่นดีป्ली (อ้างในวิภา ศรี ระทุ, 2551) ได้ครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านพื้นที่ คือ การ ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความ

สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาเรื่องความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4) เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่า องค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจ หรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร (2542, 43-44) แบ่งองค์ประกอบที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

1) ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น ความต้องการในด้านความสะดวกสบาย การพักผ่อน ความสนุกสนาน การหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจูงใจหลักแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ ปัจจัยจูงใจในด้านประวัติศาสตร์และศาสนา และปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2) ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจในสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะ ภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรมชาติและการเมือง

3) ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานด้านที่พักและอาหาร การสื่อความหมาย ข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะ ตลอดจนระบบการสื่อสารโทรคมนาคม

Institute of Ecotourism (2002) ได้จัดทำแบบการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการตรวจสอบซึ่งได้จัดเป็นกระบวนการประเมินทรัพยากรในรายการ ดังต่อไปนี้

1) คุณภาพทรัพยากร ได้แก่

1.1) สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนี้ดีกว่า / ไม่ดีกว่าทรัพยากรอื่นในที่อื่นๆ

- 1.2) อะไรคือจุดอ่อน
- 1.3) ได้รับการดูแลรักษาดีหรือไม่
- 1.4) บริการมีคุณภาพสม่ำเสมอตลอดหรือไม่
- 1.5) จะสามารถปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรได้อย่างไร
- 1.6) อะไรคือข้อเสียของการพัฒนาต่อไป
- 2) ความโดดเด่นของทรัพยากร ได้แก่
 - 2.1) อะไรทำให้ทรัพยากรมีความพิเศษโดดเด่น
 - 2.2) อะไรทำให้ทรัพยากรนี้แตกต่างกับที่อื่นๆ
 - 2.3) ทรัพยากรดังกล่าวสะท้อนให้คิดถึงความภาคภูมิใจในสถานที่นั้นๆ
- 3) อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่
 - 3.1) สิ่งนี้มีบทบาทอะไรในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว
 - 3.2) มีการวัดระดับการใช้ประเมินการใช้อย่างไร
 - 3.3) จะพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวนี้มีเสน่ห์ดึงดูดมากขึ้นอย่างไร
- 4) ฐานข้อมูลของทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่
 - 4.1) สาเหตุที่ทำให้ทรัพยากรนั้นเป็นคุณค่าต่อแหล่งท่องเที่ยว
 - 4.2) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทใดเหมาะสมและน่าพึงพอใจ และถ้าจะให้มีความสำคัญยิ่งขึ้นในอนาคตจะต้องเพิ่มความดึงดูดอย่างไร
 - 4.3) ทรัพยากรนี้มีลักษณะอะไรซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาท่องเที่ยวในอนาคต

นุชปวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2562) ได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในการศึกษาศักยภาพแห่งท่องเที่ยว 7 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านทำเลที่ตั้ง
- 2) ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 4) ด้านสาธารณูปโภค
- 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน
- 6) โอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 7) ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจากแนวคิดและทฤษฎีที่ทำการศึกษามีองค์ประกอบที่สำคัญ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) คือ 1) ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านองค์ประกอบของการบริการ ซึ่ง (Buhalis (2000) (อ้างถึงใน กุลพิชญ์ โภคัยอุดมม 2557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A's) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่แสดงถึงศักยภาพ

ของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว 6 ด้าน คือ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) ด้านการเข้าถึง (Accessibilities) 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) ด้านที่พักแรม (Accommodations) 6) ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Service) ในส่วนของ (นรินทร์ หลิมไพโรจน์, 2554) องค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของพื้นที่มี 6 องค์ประกอบ คือ 1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและสถานที่ 2) สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3) ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) บุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 5) การตลาดและการประชาสัมพันธ์ 6) การมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เมื่อนำศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (กมลวรรณ กาญจนกิตติ, 2545 ; กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) จึงได้ประเด็นที่นำมาทำการศึกษา 6 ด้าน ดังนี้ 1) ศักยภาพด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction) คือ บริเวณสนามกีฬาหรือศูนย์กีฬามีบรรยากาศที่ปลอดโปร่ง กว้างขวาง มีการจัดวางผังออกเป็นสัดส่วนและมีข้อมูลรายละเอียดของผังชัดเจน โดยรวมถึงสนามกีฬาต้องมีห้องน้ำในการให้บริการ สะอาด และมีจุดนั่งพักเหนื่อยสำหรับผู้มีมาออกกำลังกาย 2) ศักยภาพของอุปกรณ์กีฬา (Sports Equipment) คือ อุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายมีความหลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายได้ทุกกลุ่ม มีเพียงพอในการรองรับผู้มาใช้บริการ อุปกรณ์อยู่ในสภาพที่พร้อมต่อการใช้งาน 3) ศักยภาพของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) คือ บุคลากรที่มีความรู้และมีทักษะด้านการกีฬาเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำในการเล่นกีฬาให้แก่ผู้ที่ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีเพียงพอต่อความต้องการ 4) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ (Attractive) คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ การให้บริการมีคุณภาพ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว 5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) คือ มีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำสาธารณะ สถานที่จอดรถ ในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ห้ามเตีอน ที่เข้าใจง่ายและชัดเจน มีร้านขายอาหาร เครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว 6) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Convenience) คือ เส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ตลอดเส้นทางมีป้ายบอกทางที่เข้าใจง่ายยานพาหนะทุกประเภทสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ถนนมีสภาพดี

แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)

1. ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

อรจนา จันทประยูร (2555) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้น

อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน ของแต่ละคนที่อาจจะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมและ หรือ ประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

ประพันธ์ รักเรียน (2549: 15) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วไป กล่าวคือ การเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมากจะมีการเตรียมการหรือการวางแผนก่อนล่วงหน้า ดังนั้น การเข้าใจความต้องการหรือพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวในแต่ละแบบนั้น เป็นการมุ่งตอบสนอง และทำการตลาดได้อย่างเหมาะสมตรงตามพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยา (2554) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่า การกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการใดสภาพหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ด้วยการศึกษาพฤติกรรมมีประโยชน์ ดังนี้ เป็นการช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถหาแนวทางแก้ไขพฤติกรรมให้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งเพื่อการพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

สุกัญญา เจริญศรี (2552: 33) ได้กล่าวไว้ว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

นฤมล สมิตินันท์ (2527: 38-39) เหตุผลที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1. ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับชีวิตของประชาชนโดยทั่วไป สังคมในรูปแบบใหม่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะความกดดันต่างๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด และหาความสดชื่น
2. เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์แสงแดด ความอบอุ่นหรือไปตามคำแนะนำจากแพทย์
3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดูการแข่งขัน

กีฬา ทำให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่างๆ เพื่อเล่นกีฬาตามฤดูกาล นักดูกีฬาเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อติดตามดูการแข่งขัน เช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิสกำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการแข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน เป็นต้น

4. เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเหนือสิ่งอื่นใด คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง อาทิ เช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่มการฟังดนตรี การไปชายหาด การไปต่างจังหวัด สิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีคนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินสนุกสนาน ดังนั้นนักจัดรายการท่องเที่ยวต่างเล็งเห็นเรื่องนี้ มักจะเน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5. เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยวเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อเห็นสภาพที่แปลกใหม่ ผู้คนวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชาติ อาทิ เช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี วรรณคดี ระบายพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่างๆ ของแต่ละท้องถิ่น

6. เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลต่างกันไปบางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพันๆ กิโลเมตรเพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นมาเสมอ

7. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคลและได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้งหนึ่งในชีวิต ถ้าเป็นไปได้เขาเหล่านั้นจะไปยังกรุงเมกกะ เพราะถือว่าเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศาสนา หรือชาวพุทธมีความนิยมที่จะไปยังพุทธคยา และผู้นับถือคริสต์ศาสนาอยากที่จะไปยังนครเยรูซาเลม เป็นต้น

8. เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพ มีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด การกระทำ หรือท่าทาง ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน ของแต่ละคนที่อาจจะคล้ายคลึงกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมและ หรือ ประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น ดังนั้น การเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละแบบนั้น จะเป็นการมุ่งตอบสนอง และทำการตลาดได้อย่างเหมาะสมตรงตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม แต่สามารถสังเกตได้ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้ 1) ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ

2) เพื่อสุขภาพ 3) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา 4) เพื่อความตื่นเต้น 5) เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 6) เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล 7) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา 8) เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพ

2. ความสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ในใจจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (อัปสร โพธิ์ทอง, 2559)

อรจนา จันทระประยูร (2555) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาภูมิหลังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการทำงานในอุตสาหกรรมบริการทั้งด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นหัวใจหลักของการทำงานด้านนี้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะบุคคลที่จะทำงานเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ลักษณะนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก ซึ่งจะทำได้แนวทางในการคิดถึงเหตุผลของการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว การรู้จักและเข้าใจพฤติกรรมที่แปลกแยกและแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ช่วยให้ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องสามารถปรับตัวและรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้ง่ายต่อการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการ อนึ่ง ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงว่าหน้าที่ของตนคือการให้บริการ การที่จะบริการให้ถูกใจและถูกต้องตามความประสงค์เพื่อให้เกิดความประทับใจนั้น ผู้ให้บริการต้องมีความรู้เกี่ยวกับผู้รับบริการดีพอควรและพึงระลึกอยู่เสมอว่าผู้รับบริการคือบุคคลสำคัญที่จะเป็นผู้กำหนดความสำเร็จในกิจการของตน เพราะผู้ประกอบการธุรกิจบริการมีมากมายให้เลือกผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ผู้ให้บริการต้องพึงผู้รับบริการ

Maier and Weber (1993: 33-43) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีพฤติกรรมความต้องการที่จะเข้าร่วมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยแบ่งประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวและลักษณะความต้องการ ดังนี้

1) กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top Performance Athletes) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขัน จึงมีความต้องการเข้าถึงสนามแข่งขันได้อย่างสะดวก การมีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญผู้จัดการเดินทางและผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พัก และความต้องการด้านอาหารและโภชนาการ รวมทั้งการจัดเตรียมบริการทางการแพทย์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น อันจะส่งผลต่อการแสดงความสามารถและผลการแข่งขันของนักกีฬา

2) กลุ่มกีฬามวลชน (Mass Sport) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์และแข็งแรงอยู่เสมอ มีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทาง สิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มนี้คือ การเข้าถึงสถานที่พักผ่อนในวันหยุดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา

3) กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional Sports) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ชื่อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าความมุ่งมั่นหรือความทะเยอทะยานทางด้านกีฬา เป็นการแสวงหากีฬาที่จะเกิดขึ้นในเฉพาะบางโอกาส นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องใช้ทักษะและเวลาในการฝึกซ้อมมากนัก เช่น โบว์ลิ่ง สก๊ และพายเรือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ดังนั้น กิจกรรมกีฬาจึงมิได้มีความสำคัญมากไปกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม และความสนใจอื่นๆ

4) นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive Sport Tourists) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มิได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใดแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าชมมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่และมีความสำคัญ ตลอดจนสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาอันทรงคุณค่า รวมไปถึงนักกีฬาผู้ฝึกสอนและบุคคลสำคัญทางการกีฬา นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาที่มีจำนวนมหาศาล

ประเภทของผู้เดินทางเพื่อกีฬา

นักท่องเที่ยวดำเนินทางคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม (Single And Groups) คนส่วนใหญ่ที่เดินทางเพื่อไปชมมหกรรมกีฬาที่เป็น Mega Event จะเดินทางเป็นกลุ่มโดยมากเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจที่จัดโดยสมาคม หรือชมรมกีฬา คนที่เดินทางโดยลำพังก็มีเป็นจำนวนมาก ลักษณะของแพ็คเกจจะขึ้นอยู่กับจุดหมายปลายทางเป็นหลัก ในกีฬาโอลิมปิก 2008 ที่กรุงปักกิ่งมีผู้ร่วมงานที่เดินทางเองน้อยแต่ในโอลิมปิก 2012 ที่กรุงลอนดอน ปีนี้คาดว่าจะมีผู้เข้าชมงานที่จัดการเดินทางเองเพิ่มขึ้นมากเพราะตลาดการท่องเที่ยวของสหราชอาณาจักรเติบโตเต็มที่แล้ว และมีการเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้อย่างกว้างขวางซึ่งเอื้อต่อการเดินทางเอง

ครอบครัว (Families) กลุ่มครอบครัวที่เดินทางเพื่อร่วมมหกรรมกีฬามีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจาก ปัจจุบันสนามแข่งขันยอมให้เด็กเข้าชมได้ บางครอบครัวก็เดินทางไปเชียร์สมาชิกในครอบครัวที่เข้าแข่งขัน

ผู้สูงอายุ (Older) มีผู้สูงอายุที่มีเงินและเวลาที่จะเดินทางไปทั่วโลกเพื่อติดตามทีมที่ชื่นชอบ และบางคนก็ยังร่วมในการแข่งขัน เช่นในการแข่งขัน Grand Masters Hockey World Cup ที่จัดขึ้นที่สาธารณรัฐแอฟริกาใต้เมื่อปี 2010 มีผู้เล่นที่อายุเกิน 60 ปี จาก 9 ประเทศ เข้าร่วมแข่งขัน

ผู้เข้าร่วมทั้งชายและหญิง ตามปกติจะมีผู้เข้าร่วมชมมหกรรมกีฬาที่เป็นเพศหญิงน้อยกว่าเพศชาย แต่ขณะนี้เริ่มเปลี่ยนไปโดยมีผู้หญิงร่วมกิจกรรมกีฬามากขึ้น อย่างไรก็ตามก็เกิดจากการศึกษาของรัฐบาลออสเตรเลียเมื่อปี 2010 พบว่ามีผู้เข้าชมมหกรรมกีฬาในฤดูกาลแข่งขันปี 2009/2010



682156326

เป็นเพศชายร้อยละ 57 ขณะที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 41 ซึ่งอัตราส่วนนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามชนิดกีฬา โดยกีฬาที่มีจะมีผู้ชมทั้งชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกันคือการแข่งม้าและ รักบี้

แฟนกีฬากลุ่มใหม่ ประเทศเศรษฐกิจใหม่หลายประเทศได้รับโอกาสเป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาระดับโลก เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจและอำนาจทางการเงิน รวมทั้งทัศนคติที่เปลี่ยนไปในหมู่องค์กรกีฬาระดับโลกก็มีส่วนช่วยสนับสนุน ทั้งนี้การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬารายการใหญ่ๆ ถือเป็นก้าวแรกในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาของนักท่องเที่ยวนานาชาติ และกระตุ้นให้เกิดแฟนกีฬาหน้าใหม่ทั่วโลก เช่นในการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2008 ที่กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นการจัดมหกรรมกีฬาระดับโลกเป็นครั้งแรกในประเทศนี้ และรัฐบาลจีนมองเห็นโอกาสที่จะแสดงศักยภาพของประเทศสู่สายตาชาวโลก

Schmoll (1977) ได้นำเสนอโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวและกล่าวว่า โมเดลของเขาไม่ใช่แค่แบบฝึกหัดเกี่ยวกับการสร้างทฤษฎีเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ในการช่วยตัดสินใจในการท่องเที่ยว โมเดลที่ Schmoll ได้นำเสนอนี้โดยใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Howard & Sheth (1969) และของ Nicosia (1976) เป็นฐานโมเดลที่ Schmoll สร้างขึ้นอยู่บนหลักการที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางประกอบด้วยแรงจูงใจ ต่างๆ ความปรารถนา ความต้องการจำเป็นและความคาดหวังต่างๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ เช่น สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยว ความมั่นใจของตัวนักท่องเที่ยวเอง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวเคยมีมาก่อน ข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ โมเดลของ Schmoll ประกอบด้วยมิติ 4 ด้าน ซึ่งแต่ละด้านจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ดังที่เขาได้กล่าวว่า การตัดสินใจขั้นสุดท้ายซึ่งได้แก่ การตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังที่ใดเดินทางเมื่อใด จะพักที่ไหน เดินทางอย่างไร และอื่นๆ เป็นผลมาจาก กระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งเกิดจากมิติทั้ง 4 ด้าน ดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน มิติ ทั้ง 4 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ได้แก่

มิติที่ 1 สิ่งรื้อทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งรื้อภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ การสื่อสารการตลาด สื่อทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ คำแนะนำจากปากต่อปากหรือคำแนะนำจากผู้ประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยว

มิติที่ 2 ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล เป็นตัวกำหนดถึงเป้าหมายของลูกค้ในด้านของรูปแบบการเดินทางที่ต้องการความคาดหวังต่างๆ จากการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยว ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

มิติที่ 3 ตัวแปรภายนอก ได้แก่ ปัจจัยภายนอก เช่น ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

มิติที่ 4 คุณลักษณะต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะหรือองค์ประกอบต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการต่างๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย



682156326

ปัจจัยที่จะส่งผลให้พฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (เลิศพร ภาระสกุล, 2559) ได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวสามารถจำแนกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก

1. เพศ โดยทั่วไปเพศชายมักเป็นที่สามารถเดินทางได้ตามลำพัง สามารถทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย ในขณะที่เพศหญิงจะมีความรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและนิยมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
2. อายุ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันย่อมมีความสามารถในการเดินทางที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มวัยเด็กที่อายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นกลุ่มที่ไม่สามารถเดินทางด้วยตนเอง ต้องเดินทางกับผู้ปกครอง กลุ่มวัยรุ่น อายุช่วง 15-24 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาฯยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางจึงจำเป็นต้องเดินทางกับผู้ปกครองเช่นกัน และกลุ่มวัยทำงาน ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เพราะมีรายได้ สามารถเลือกทำกิจกรรมได้อย่างหลากหลาย และกลุ่มวัยเกษียณช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถนัดในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพที่ไม่เอื้ออำนวยแต่จะมีวันหยุดพักผ่อนที่ยาวนาน เพราะไม่มีภาระหน้าที่ทางกรงานที่ต้องรับผิดชอบ
3. อาชีพ กลุ่มที่มีภาระกิจหน้าที่การงานแตกต่างกัน โอกาสในการเดินทางย่อมแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ทำหน้าที่การงานในระดับสูง จะมีโอกาสในการเดินทางมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่าและต้องเดินทางไปติดต่อกานบ่อยครั้ง
4. ระดับรายได้ ผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสในการเดินทางสูง และถือเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการเดินทางของบุคคล
5. สถานภาพสมรส กลุ่มคนโสดมีโอกาสเดินทางได้บ่อยครั้งและยาวนานมากขึ้นเนื่องจากไม่มีภาระทางครอบครัวที่จะต้องดูแล ในขณะที่กลุ่มที่แต่งงานแล้วก็จะมีลักษณะการเดินทางเป็นครอบครัว หรือคู่ฮันนีมูน
6. ถิ่นพำนัก บุคคลที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศหนาวจัด ก็ย่อมมีความต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศอุ่นกว่า เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ออกเป็น 3 ประการ คือ ปัจจัยภายนอก, ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายใน

ปัจจัยทางวัฒนธรรม	ปัจจัยทางสังคม	ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยทางจิตวิทยา
-วัฒนธรรม			
-วัฒนธรรมย่อย	-กลุ่มอ้างอิง		
-ชั้นทางสังคม	-ครอบครัว	-อายุ	
	-บทบาทและสถานะ	-เพศ	-การจูงใจ
		-วงจรชีวิตครอบครัว	-การรับรู้
		-อาชีพ	-การเรียนรู้
		-สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ	-ความเชื่อ
		-การศึกษา	-เจตคติ
		-แบบของการใช้ชีวิต	-บุคลิกภาพ
			-แนวคิดของตนเอง

ตาราง 1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ที่มา : สนธยา คงฤทธิ์ (2547)

1. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกสามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคม ซึ่งส่วนนี้จะเป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของสายการบินและมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านความตั้งใจใช้บริการสายการบินโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค วัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์และเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยได้รับการยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง เช่น การศึกษา ความเชื่อ เจตคติ กฎหมาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงค่านิยมและพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะและเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่นปัจจัยทางวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคแบ่งเป็นวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อยและชนชั้นทางสังคม ดังนี้

วัฒนธรรมหลัก (Core Culture) เป็นตัวกำหนดความต้องการพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งบุคคลทุกๆ ไป จะมีค่านิยม การรับรู้ ความนิยมชมชอบ และพฤติกรรมซึ่งได้มาจากครอบครัวและสถาบันอื่น

วัฒนธรรมย่อย (Sub Culture) วัฒนธรรมย่อยที่เป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคม สำหรับสมาชิกในสังคมนั้นนั้น วัฒนธรรมย่อยเป็นผลมาจากสัญชาติ ศาสนา กลุ่มสปีชีส์และเขตทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันในกรณีนี้ คือ วัฒนธรรมกลุ่มย่อยๆ ของผู้บริโภคที่มีฐานะและมีความยินดีที่จะจ่ายสำหรับการเดินทางสะดวกสบายและรวดเร็ว

ชนชั้นทางสังคมมีวิธีการวัดที่นิยมใช้ 3 ประการ คือ วัดจากผู้ที่อยู่ในสังคม วัดจากควมมีชื่อเสียงและการวัดโดยตัวแปรที่เกี่ยวข้องเป็นการเลือกตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจ สังคมเป็นเกณฑ์วัด

เช่น รายได้ ระดับการศึกษา ฐานะ ด้านอาชีพ เป็นต้น ซึ่งในแต่ละชนชั้นสังคมจะมีค่านิยมอำนาจทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รูปแบบการดำรงชีวิต กิจกรรมหรือสัญลักษณ์แสดงสถานะที่แตกต่างกัน

ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัวบทบาทและสถานะของผู้บริโภคมีรายละเอียดกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึงกลุ่มใดๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกันระหว่างคนในกลุ่ม และจะมีอิทธิพลต่อเจตคติหรือพฤติกรรมของบุคคลที่อยู่ในกลุ่ม อันเนื่องมาจากการเกี่ยวข้องดังกล่าวซึ่งกลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน และกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Group) เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย ไม่เหนียวแน่นเท่ากลุ่มปฐมภูมิ เช่น กลุ่มอาชีพ องค์กร ชุมชนซึ่งกลุ่มเหล่านี้จะเป็นกลุ่มที่ให้ข้อมูลอ้างอิงในการเลือกใช้บริการสายการบิน

ครอบครัว (Family) ครอบครัวยุคใหม่เป็นสถาบันที่ทำการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด ซึ่งนักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าการพิจารณาเป็นรายบุคคล ดังนั้น สมาชิกในครอบครัวจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน

บทบาทและสถานะบุคคล (Roles and Statuses) จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร สถาบันต่างๆ ทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มโดยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของสมาชิกในกลุ่มต่างๆ แตกต่างกันไปตามบทบาทและสถานภาพของตนในกลุ่มนั้น

2. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลการตัดสินใจของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุของผู้ใช้ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ การศึกษา โอกาสทางเศรษฐกิจ แผนการใช้ชีวิตและแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองโดยมีรายละเอียด ดังนี้

อายุ (Age) อายุที่ต่างกันทำให้คนเรามีความต้องการในผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมซื้อแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่มีอายุมากขึ้นย่อมต้องการการเดินทางที่ไม่ต้องใช้เวลาามากจึงนิยมเลือกการเดินทางด้วยสายการบิน ตลอดจนสายการบินแอร์เอเชีย เป็นสายการบินที่มีราคาต่ำกว่าสายการบินราคาปกติทำให้กลุ่มอายุก่อนวัยทำงานนิยมใช้ เนื่องจากเป็นสายการบิน ราคาประหยัดและมีค่าใช้จ่ายน้อย

วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) คนเราจะซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันไปตลอดชีวิตหรือเป็นไปตามวงจรครอบครัวการดำรงชีวิต ในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในการเดินทางและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกัน

อาชีพ (Occupation) อาชีพการทำงานของบุคคลหนึ่งหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบความต้องการในการรับบริการจากสายการบินที่ต่างกัน นักธุรกิจนิยมจะเดินทางด้วยสายการบินที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ในความเป็นนักธุรกิจของตัวเอง

การศึกษา (Education) ระดับการศึกษาของบุคลากรทำให้มีความต้องการในผลิตภัณฑ์และมีพฤติกรรมการซื้อแตกต่างกันไปตามสภาพระดับการศึกษาโดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะใช้บริการสายการบินหรือบริการที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ

โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจนั้นจะพิจารณาจากรายได้สำหรับใช้จ่ายเงินออมและทรัพย์สิน หนี้สิน อำนาจในการกู้ยืม ทศนคติที่มีต่อการใช้จ่ายและการออม ถ้าเป็นช่วงเศรษฐกิจตกต่ำผู้คนมีรายได้น้อย นักการตลาดจะปรับปรุงการออกแบบสินค้าการวางตำแหน่งและการกำหนดราคาสินค้าใหม่

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Cycle) คนแต่ละคนถึงแม้ว่าจะมาจากวัฒนธรรมย่อยชนชั้นทางสังคมหรืออาชีพเดียวกันก็ตามแต่ก็อาจจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นอาจแสดงออกมาในรูปของกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็นของบุคคลนั้น

3. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งเป็นปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การมุ่งใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ บุคลิกภาพ และแนวความคิดของตนเองและเจตคติโดยมีรายละเอียด ดังนี้

การมุ่งใจ (Motivation) หรือสิ่งมุ่งใจ (Motive) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้นภายในแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นบุคคลปฏิบัติ จากความหมายนี้สิ่งกระตุ้นจะประกอบด้วย ความตึงเครียดซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขาและทำให้ผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียดจุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการความเข้าใจของบุคคลการรับรู้จากขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในเช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ บุคคลรับรู้ได้จากประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น สัมผัส มากกระตุ้น บุคคลสองคนในสถานะที่ถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าเดียวกัน อาจจะปฏิบัติต่างกันเนื่องจากบุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันประสบการณ์ในอดีตต่างกัน นักการตลาดจึงจะต้องให้ความสนใจและพยายามสร้างสิ่งต่างๆ ให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีผลนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อได้

การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรซึ่งเกิดขึ้นจากผลของประสบการณ์ที่สั่งสมมา โดยส่วนใหญ่การเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าดังนั้นจึงต้องพยายามหาเงื่อนไขที่เหมาะสมที่จะทำให้คนปฏิบัติต่อสิ่งเร้าในแนวทางที่ต้องการ เช่น การโฆษณาซ้ำๆ เพื่อมุ่งใจให้เกิดการซื้อ

ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดความรู้สึกที่บุคคลต่อสิ่งใดๆ ความเชื่อของบุคคลเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตและจะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อ หากลูกค้ามีความเชื่อในทางไม่ดีต่อสินค้าใด

ก็จะไม่ซื้อซึ่งความเชื่อเจตคติจะมีความเกี่ยวข้องกันคือความเชื่อจะนำไปสู่เจตคติถ้าผู้เชื่อ เชื่อว่าสินค้าได้ดีเขาก็จะมีเจตคติที่ดีต่อสินค้านั้น

บุคลิกภาพและแนวความคิดของตยเองบุคลิกภาพ (Personality and Self-Concept) หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมหรืออุปนิสัยของคนแต่ละคนที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นๆ แนวความคิดของตนเองหมายถึงความรู้ที่บุคคลมีต่อตนเองคนแต่ละคนจะมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไปซึ่งบุคลิกภาพนั้นจะมีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

เจตคติ (Attribute) หมายถึง ระเบียบของแนวความคิดมุมมองความเชื่ออุปนิสัยและสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งเจตคติมีแนวโน้มไปทางใดทางหนึ่งเสมอ เช่น ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ รักหรือเกลียด เจตคติเป็นแนวคิดที่อยู่ภายในตัวตนของแต่ละบุคคลไม่ได้มีมาแต่กำเนิดแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งประสบการณ์มีผลต่อการเกิดเจตคติอย่างมากถ้าบุคคลมีประสบการณ์ในทางที่ดีกับสิ่งหนึ่งจะก่อให้เกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ในทางที่ดีต่อสิ่งนั้นการตอบสนองก็จะดีตามไปด้วย คืออยู่ในลักษณะของการชมเชยการสนับสนุนการช่วยซื้อเป็นขาประจำหนึ่งช่วยแนะนำ เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยว ที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาทราบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการแบบใดอย่างไร โดยสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และยังทำให้ทราบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และสถานภาพของนักท่องเที่ยวด้วย

3. องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ (อัปสรโพธิ์ทอง, 2559) คือ

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลา 12.00 นาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5) การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วง

วันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหวังไว้ หรือ อาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อน วันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุ เป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนอง ความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อ วิศวกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิก ความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

ซูซีย์ สมิทธิไกร (2553) ได้อธิบายถึงปัจจัยกำหนดพฤติกรรมด้วยปัจจัยภายในและปัจจัย ภายนอก ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 การรับรู้ (Perception) หมายถึง การเปิดรับ ให้ความสนใจ และแปลความหมายสิ่ง ไร้ หรือข้อมูลต่างๆ ที่บุคคลได้รับผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า

1.2 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การที่บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของ ตนเองที่ค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับ

1.3 ความต้องการและแรงจูงใจ (Need And Motives) หมายถึง สิ่งที่ทำให้บุคคลมี ความปรารถนา เกิดความตื่นตัวและพลังที่จะกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงสิ่งที่ต้องการนั้น

1.4 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งชี้ความ เป็นปัจเจกบุคคล และเป็นสิ่งกำหนดลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์ของ บุคคลนั้น

1.5 ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ผลสรุปของการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (เช่น บุคคล วัตถุ) ซึ่งบ่งชี้ว่าสิ่งนั้นดีหรือเลว น่าพอใจหรือไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบ และมีประโยชน์หรือเป็น อันตราย

1.6 ค่านิยมและวิถีชีวิต (Values And Lifestyles) ค่านิยม คือ รูปแบบของความเชื่อที่ แต่ละบุคคลยึดถือเป็นมาตรฐานในการตัดสินว่าสิ่งใดเลวหรือดี และมีอิทธิต่อพฤติกรรมของบุคคล ส่วนวิถีชีวิต คือ รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความ สนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions)

2. ปัจจัยภายนอก คือ สภาพแวดล้อมภายนอกตัวของผู้บริโภค ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้

2.1 ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีความเกี่ยวพันกันทางสายเลือดหรือการแต่งงานหรือการรับเลี้ยงดูบุคคลที่เข้ามาอาศัยอยู่ด้วยกัน

2.2 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งๆ โดยมุมมองหรือค่านิยมของกลุ่มอ้างอิงจะนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล

2.3 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง แบบแผนการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในสังคม รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ค่านิยม ทักษะ และแบบแผนพฤติกรรมที่ยึดถืออยู่ในสังคมนั้นและมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

2.4 ชั้นทางสังคม (Social Class) หมายถึง การจำแนกกลุ่มบุคคลในสังคมออกเป็นชั้นๆ โดยบุคคลที่อยู่ในชั้นเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกันในด้านค่านิยม วิถีชีวิต ความสนใจ พฤติกรรม สถานะทางเศรษฐกิจและการศึกษา

การวิเคราะห์พฤติกรรมจำเป็นต้องค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรม การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยจะต้องหาคำตอบของลักษณะพฤติกรรม (70s) ให้กับคำถามที่เกี่ยวข้องกับ 6Ws และ 1H Kotler (พีรภิตต์ มิตรรัตน์, 2551) ซึ่งคำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองความต้องการที่ตรงต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคได้สูงที่สุดและอย่างเหมาะสม

คำถาม (6Ws & 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (70s)
1.ใครเป็นตลาดเป้าหมาย เป็นคำถามเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย	- ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์
2.ผู้บริโภคซื้ออะไร เป็นคำถามเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ	- สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้าและบริการ คือ ความต้องการคุณสมบัติของสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง
3.ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการ	-วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการ (Objectives) ที่ผู้บริโภคซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มต่างๆ	-บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้

คำถาม (6Ws & 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (70s)
	ชื่อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด เป็นคำถามเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อสินค้าและบริการ	-โอกาสในการซื้อ (Occasions) ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการในช่วงเดือนใดหรือฤดูกาลใดของปี ในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน เป็นคำถามเกี่ยวกับช่องทางหรือแหล่งที่ซื้อสินค้าและบริการ	-ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคนิยมจะไปซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ร้านขายของชำ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เป็นคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ	-ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) สินค้าและบริการของผู้บริโภคประกอบด้วย การรับรู้ ปัญหาการค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ตาราง 2 แสดงคำถามเกี่ยวกับการตลาด 6Ws และ 1H คำตอบของลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 70s ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 194)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าหรือบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก โดยการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Kotler, 2000) เป็นการศึกษาว่าแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคล คัดเลือกซื้อ ใช้ จัดการสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาอย่างไร (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2553) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับคุณค่าที่ให้การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการและการเดินทางนั้นต้องรู้สึกคุ้มค่ากับที่ต้องจ่ายไป ซึ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีอยู่ 7 ประการ คือ (อัปสร โพธิ์ทอง, 2559) 1) เป้าหมาย 2) ความพร้อม 3) สถานการณ์ 4) การแปลความหมาย 5) การตอบสนอง 6) ผลลัพธ์ที่ตามมา และ 7) การแสดงออกเมื่อเกิดความผิดหวัง

แนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)

1. ความหมายของความพึงพอใจ

Morse (1955: 27) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Satisfaction" หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

อุทัยพรรณ สุกใจ (2545, 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

Wolman (1973: 384) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามความหมายของ พจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้ที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Need) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Apple White (1956: 6) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นความสุขที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขที่เกิดจากการได้เข้าร่วมในกิจกรรมนั้นๆ

Shelly (1975: 252-268) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้ 2 ด้าน คือ ความรู้สึกทางบวก ซึ่งจะทำให้บุคคลมีความสุข และความรู้ทางลบ ซึ่งจะทำให้บุคคลมีความสุข

Cambridge University (1995: 1256) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกพอใจเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการหรือเมื่อรู้สึกกว่าประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำ

คณิรัตน์ คำณิ (2546, 9) กล่าวว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้ ความคิดเห็นของบุคคลในเชิงบวก ซึ่งจะเกิดความพึงพอใจก็ต่อเมื่อความต้องการของบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองหรือเป็นตามที่คาดหวังไว้”

Mccomic (1965 : 95) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) โดยพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

ศิริรัตน์ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 45) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้ของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า โดยที่ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า (Customer Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือ ราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

Josee and Ruyter (1999) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) ถือได้ว่าเป็นแนวคิดหลักทางการตลาด ที่เกิดจากความคาดหวังของผู้รับบริการ ได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ มีองค์ประกอบสำคัญที่นำไปสู่ความพึงพอใจ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ การยอมรับ และการไม่ยอมรับ ซึ่งถ้าหากการบริการตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจที่เป็นการยอมรับ แต่ถ้าหากการบริการไม่ตรงตามที่ต้องการก็จะเกิดความขัดแย้งในความรู้สึกของผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามองค์ประกอบด้านการไม่ยอมรับ คือ การไม่ยอมรับที่เป็นบวก

กับที่เป็นลบ นั่นคือ ถ้าหากการบริการได้ผลสูงกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจได้แต่ถ้าไม่สามารถตอบสนองได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องการก็เป็นการไม่ยอมรับด้านลบและนำมาซึ่งความไม่พึงพอใจในบริการ

จิตติพร คุ้มมนสุชาติ (2544: 17) ได้กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษาทั้งสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) และมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ ดังต่อไปนี้

1) การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือชุดบริการที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป้าหมายของการศึกษาเป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้น ในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย

2) การศึกษาพอใจในงาน (Job Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการทำงานซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพอใจในงานนั้นแตกต่างกันไป ได้แก่ ลักษณะของงานที่ทำ ความก้าวหน้าการบังคับบัญชาเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนสวัสดิการ และประโยชน์เกื้อกูล

Oskamps (1984 อ้างถึงใน อรรวรรณ เมฆทัศน์, 2543, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ 3 ความหมาย คือ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง สถานการณ์ที่เป็นผลจากการปฏิบัติการจริงได้เป็นไปตามที่บุคคลที่คาดหวังไว้
2. ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
3. ความพึงพอใจ หมายถึง ผลของงาน ได้เป็นไปตามที่ต้องการหรือตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงาน หรือประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ (Product/Service's Received Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Person Expectation) ซึ่งจะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และถ้าระดับผลที่ได้รับตรงกันกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจซึ่งความแตกต่างของความพึงพอใจทั้ง 3 ระดับนี้ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในครั้งต่อไป และจะเกี่ยวข้องไปถึงการประชาสัมพันธ์องค์กรในด้านดีหรือไม่ดีต่อบุคคลอื่นๆ ในอนาคต ดังนั้นการที่องค์กรจะสร้างหรือเสนอผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้จึงมีความจำเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยทราบว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึก ที่นักท่องเที่ยว ได้รับจากการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งระดับความรู้สึกอาจเกิดจากความคาดหวังของการเดินทางท่องเที่ยวหรือการใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงความรู้สึกที่ได้รับจากสินค้า ซึ่งผลของความพึงพอใจจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการยอมรับหรือไม่ยอมรับในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2. ความสำคัญของความพึงพอใจ

จอร์จ จันทรวงค์ (2550, 7-8) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจว่า ในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดนั้น มีหัวใจหลักสำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1) การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ การที่เราได้ติดต่อกับลูกค้าด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย และชัดเจน รวมทั้งเหมาะสมกับระดับความรู้ ความเข้าใจของลูกค้าแต่ละคน มีการรับฟังลูกค้าทราบข้อมูลและอธิบายได้ ในเรื่องเกี่ยวกับการบริการ ตลอดจนสิ่งที่สามารถให้บริการได้ และมีราคาต่างๆ กัน รวมทั้งยังสามารถให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าได้ว่าปัญหาต่างๆ ของเขาได้รับการแก้ไขจนเป็นที่น่าพอใจ สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่า ลูกค้ามีความต้องการหรือคาดหวังอะไรไว้บ้าง ดังนั้น เมื่อลูกค้า พบว่า บริษัทได้มีการเตรียมการที่จะให้ความช่วยเหลืออยู่แล้ว ก็จะมีการตอบสนองในทางที่ดีเช่นกัน

2) การมีมารยาทที่ดี สุภาพอ่อนน้อม เกรงใจ และมีความเป็นมิตร ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรจะเป็นคุณสมบัติของพนักงานทุกคน ดังนั้น บริษัทจะได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้นกับว่าพนักงานมีทัศนคติอย่างไร ในเรื่องของความมีมารยาท

3) การเข้าใจความต้องการของลูกค้า ความต้องการของลูกค้าแต่ละคนมีรูปแบบเฉพาะตัว และแต่ละคนไม่เหมือนกัน พยายามศึกษาว่าความต้องการของลูกค้าแต่ละคนนั้นคืออะไรสนองตอบแต่ละคนให้ตรงกับที่เขาต้องการ

4) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ความตั้งใจและความพร้อมของพนักงานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตลอดเวลาด้วยท่าทีที่ดี และทัศนคติที่ถูกต้อง ซึ่งรวมถึงการให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5) การแสดงออกซึ่งความสามารถ รอบรู้ การที่พนักงานของบริษัทจะต้องมีความรู้ความชำนาญต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติและยังรวมถึงความรู้ ความชำนาญต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติและยังรวมถึงความรู้ ความชำนาญ ในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความสามารถในการให้บริการ และความสามารถส่วนตัวในการแก้ปัญหา

6) มีความน่าเชื่อถือ ความจริงใจ ความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ และยังรวมถึงการให้ความสนใจลูกค้าอย่างจริงจัง และมีการแสดงออกให้เห็นด้วย

7) มีความไว้วางใจ การกระทำอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้อย่างสม่ำเสมอ โดยการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องตั้งแต่แรก

นปภา พิสิฐมุกดา (2551, 29) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยทำให้งานสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะ

ดำเนินการให้ผู้ทำงานเกิดความพึงพอใจการทำงานแล้ว ยังจำเป็นจะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวชี้ก็คือ จำนวนผู้ที่ใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ ยิ่งกว่านั้น การให้บริการ นอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดความประทับใจ ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

Swarbrooke (1999: 238) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวรายใหม่ๆ จากการแนะนำแบบปากต่อปากไปยังเพื่อนและญาติของนักท่องเที่ยว
2. สร้างความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรก เพื่อให้หวนกลับมาท่องเที่ยวอีก อันเป็นการนำมาซึ่งรายได้ที่แน่นอน โดยไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่ม
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีต้นทุนที่สูง เสียเวลามาก และส่งผลเสียต่อชื่อเสียงขององค์กรอีกด้วย นอกจากนี้ยังรวมถึงต้นทุนโดยตรงที่จะเกิดขึ้นในรูปของเงินชดเชยหรือค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหาข้อบกพร่อง

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับการบริการ ย่อมมีความสำคัญต่อผู้ให้และผู้รับบริการ มีความสำคัญในการบริการ ดังนี้

ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของบริการ
 2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรที่สำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ
- ความสำคัญต่อผู้รับบริการ

1. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี
2. ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นบริการช่วยพัฒนาคุณภาพงานบริการและอาชีพ

บริการ

สมิต สัจฉกร (2542: 18) ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ผู้ใช้จองหนังสือชื่อเรื่อง สู้แล้ว รวย ก็ได้รับหนังสือชื่อดังกล่าวตามเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งเจ้าหน้าที่ก็ให้บริการได้รวดเร็ว

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่

แนวทางในการสร้างความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินการบริการ ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไปทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ดังนี้

1. การตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารการบริการจะต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ที่มีในการสำรวจความต้องการ ค่านิยมและความคาดหวังของผู้ใช้ที่มีต่อการบริการขององค์การซึ่งสามารถกระทำได้โดยการใช้บัตรแสดงความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งจากภายนอกและภายในองค์การในการสะท้อนภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งจะเป็นตัวชี้ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์การ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจต่อการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์การให้ชัดเจน ผู้บริหารการบริการจำเป็นที่จะต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์การ ต้นทุนของการดำเนินการ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์มาประกอบการกำหนดนโยบาย เป้าหมายและทิศทางขององค์การ ซึ่งจะส่งผลต่อลักษณะของการให้บริการและคุณภาพของการบริการต่อผู้รับบริการ

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารการบริการต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมาย ทิศทางขององค์การ โดยใช้กลยุทธ์สมัยใหม่ทั้งในด้านการบริหารการตลาด และการควบคุมคุณภาพการบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านต่างๆ เช่น การจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ด้วยระบบฐานข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการต่อสายเชื่อมโยงการติดต่อกับหน่วยงานภายในองค์การบริการ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความสำคัญของความพึงพอใจโดยมีแนวทางในการสร้างความพึงพอใจ 7 แนวทาง ดังนี้ 1) การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ 2) การมีมารยาทที่ดี 3) การเข้าใจความต้องการของลูกค้า 4) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า 5) การแสดงออกซึ่งความสามารถ รอบรู้ 6) มีความน่าเชื่อถือ ความจริงใจ ความซื่อสัตย์และเชื่อถือได้ 7) มีความไว้วางใจ 8) มีการตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจ 9) มีการกำหนดเป้าหมาย 10) มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการบริการ ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะสามารถสร้างความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจอาจเกิดจากการรับบริการที่ตรงกับความคาดหวัง หรือการรับบริการที่เกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

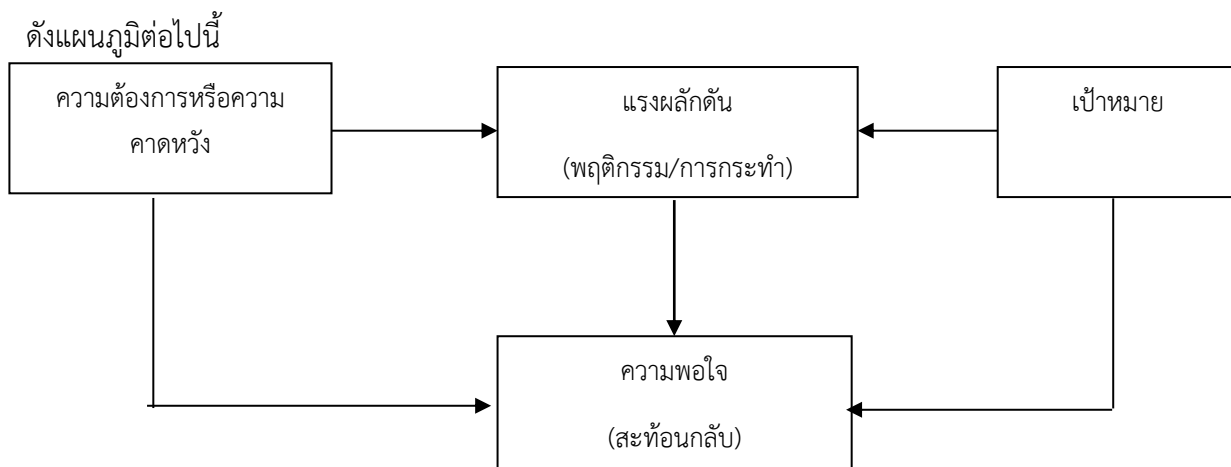
3. องค์ประกอบของความพึงพอใจ

Mullins (1985: 230) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นผลมาจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน

คือ

- 1) ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคล
- 2) แรงผลักดันที่นำไปสู่พฤติกรรมและการกระทำ
- 3) เป้าหมายที่ต้องการบรรลุในเรื่องนั้นๆ และเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วจะเกิดความ

พึงพอใจ



ภาพประกอบ 5 แผนภูมิที่แสดงการเกิด “ความพึงพอใจ” ของบุคคล
ที่มา : Mullins (1985: 230)

ดวงรัตน์ เรื่องศิลปวีไล (2542: 16) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity Qt The

Geographical) มิลเลท เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวน การให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

นปภา พิสิฐมุกดา (2551, 29) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัย สำคัญๆ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะ คุณภาพและระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบ ผลลัพธ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวันวิธีการใช้หรือ สถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็น ส่วนสำคัญในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการ ยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness To Pay) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการแต่ ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป

3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความ พึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เกิดจากการได้ยินข้อมูล ข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มี อยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

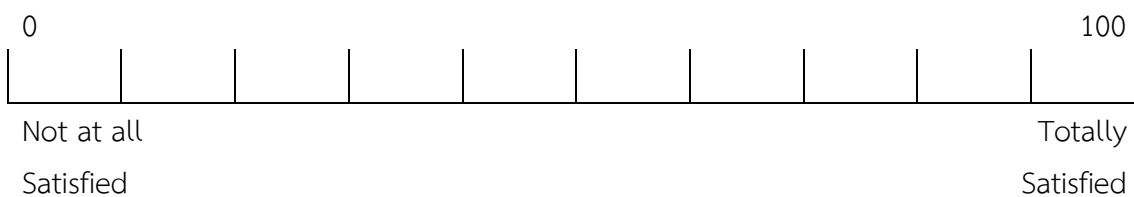
5. ผู้ให้บริการผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มี บทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่ วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการ ออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสนัการ จัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

7. การบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ

Atila Yuksel and Fisun Yuksel (2001) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวประกอบขึ้นด้วยหลายปัจจัย วิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวจึงมีโครงสร้างที่ซับซ้อนหลากหลาย ดังนั้นวิธีการวัดความพึงพอใจทางด้านวิชาการจึงแตกต่างกันไป ซึ่ง Danaher and Haddrell (1996) กล่าวเพิ่มเติมว่า โดยหลักแล้วการวัดความพึงพอใจที่นำไปใช้ในงานวิจัยเชิงวิชาการมักจะแยกออกเป็นการวัดตามตัวแปรที่มีอยู่ 2 แบบ คือ (1) วัดตัวแปรเชิงเดี่ยว หรือ Single-Item Scale (2) การวัดตัวแปรเชิงสัมพันธ์หรือ Multi-Item Scale ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนั้นๆ ที่จะเลือกใช้ ซึ่ง Maddox and Neil (1985) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้ววิธีที่นิยมและมักนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยมีดังนี้

Place an "X" on the line to show how Satisfied you were with tourism



ภาพประกอบ 6 The Graphic Scales. Maddox and Neil. "Measuring Satisfaction with Tourism"

ที่มา : Maddox and Neil (1985: 4)

1. The Graphic Scale เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจโดยใช้มาตราวัดเชิงรูปภาพ ซึ่งมักนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภคและความพึงพอใจในชีวิต โดยการอธิบายความพึงพอใจในช่วงของคะแนนแทนความรู้ถึงความพึงพอใจ โดยแบ่งช่องทั้งหมด 10 ช่องในแต่ละช่องคะแนน ช่องละ 10 คะแนนรวมทั้งหมด 100 คะแนน เพื่อใช้วัดระดับความพึงพอใจ ซึ่งวิธีนี้ Maddox and Neil (1985) กล่าวไว้ว่า ยังขาดความถูกต้องแม่นยำในการวัดการอธิบายความพึงพอใจ การนำข้อมูลมาวิเคราะห์และตีความได้ไม่ชัดเจนเพราะมีช่วงของการให้ความหมายที่กว้างเกินไป

How did you feel about tourism at thao time?

Mixed						
(about equully)						
		Mostly	satisfied and	Mostily		
Terrible	Unhappy	dissatisfied	dissatisfied	satisfied	Pleased	Delighted
1	2	3	4	5	6	7

ภาพประกอบ 7 The Delighted – Terrible Scales. Maddox and Neil. “Measuring Satisfaction With Tourism”

ที่มา : Maddox and Neil (1985: 4)

2. The Delighted – Terrible Scale หรือ D-T Scale เป็นวิธีวัดที่คิดค้นขึ้นโดย Andrews and Withey ปี ค.ศ.1976 ซึ่งเป็นนักวิจัยทางด้านสังคมวิทยาได้ศึกษาวิทยาได้ศึกษาและค้นพบวิธีการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวที่ถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการบริการ วิธี D-T Scale นี้เป็นวิธีการอธิบายความพึงพอใจโดยใช้ภาษาในการอธิบายความรู้สึกแบ่งออกเป็น 7 ตัวเลือก ซึ่งแต่ละตัวเลือกได้บ่งบอกถึงอารมณ์ ความรู้สึก แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น

- 2.1 Terrible ความรู้สึกแย่มาก ไม่พึงพอใจเป็นอย่างมาก
- 2.2 Unhappy ความรู้สึกไม่มีความสุข ค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- 2.3 Mostly Dissatisfied ความรู้สึกค่อนข้างไม่พึงพอใจ
- 2.4 About Equally Satisfied And Dissatisfied ความรู้สึกพอใจและไม่พอใจเท่ากัน
- 2.5 Mostily Satisfied ความรู้สึกค่อนข้างพอใจ
- 2.6 Pleased รู้สึกชอบ ถูกใจและเป็นที่ต้องการ ความรู้สึกพึงพอใจ
- 2.7 Delighted ความรู้สึกประทับใจและรู้สึกพึงพอใจเป็นอย่างมาก

Westbrook (1980) ได้กล่าวว่า ข้อดีของการวัดความพึงพอใจโดยวิธี D-T Scale ไว้ดังนี้

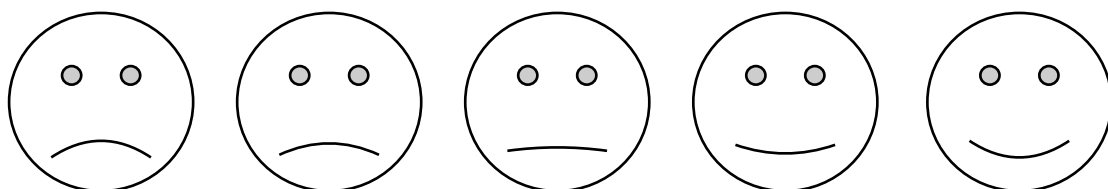
1. เป็นวิธีที่คำนึงถึงการสื่อสารด้านการแสดงความรู้สึกของกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในการประเมินผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการสามารถนำมาวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นด้านอุปสงค์หรือความต้องการ คุณลักษณะของการบริการที่ดี ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้และนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยในการนำเสนอต่อลูกค้า

2. การใช้ภาษาในการอธิบายแทนความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถอธิบายถึงผลลัพธ์ของการใช้บริการได้ชัดเจนและสามารถเข้าใจ มองเห็นกระบวนการที่เป็นโครงสร้างของความพึงพอใจได้ชัดเจน

3. มีลำดับขั้นของคำตอบที่เหมาะสมมากกว่าวิธีอื่นๆ

ดังนั้นวิธีการวัดความพึงพอใจแบบ D-T Scale จึงถูกนำไปใช้ในการวัดความพึงพอใจในงานวิจัยทางการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่ง Danaher and Vanessa (1996) กล่าวว่าวิธีการวัดนี้ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือโดย Andrewa and Withey (1976) ว่าเป็นวิธีที่น่าเชื่อถือในการวัดความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนั้น Maddox and Neil (1985) กล่าวว่าวิธีการวัดโดยใช้ D-T Scale เป็นมาตรวัดที่ดีที่สุดเช่นกันในการใช้ศึกษาการประเมินความพึงพอใจเมื่อนำไปใช้กับผู้บริโภคและยังสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบให้สอดคล้องการศึกษาวิจัยในสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

Mark the face that shows how you felt.



ภาพประกอบ 8 The Face Scale Maddox and Neil “Measuring Satisfaction with Tourism”
ที่มา : Maddox and Neil (1985: 4)

3. The Face Scale Maddox (1996) กล่าวว่าวิธีการวัดความพึงพอใจที่พัฒนามาจากวิธีของ Kunin (1955) และนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับการวัดทัศนคติ ใช้วิธีการอธิบายความพึงพอใจ โดยใช้รูปภาพเป็นสัญลักษณ์แทนอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นวิธีการที่สามารถนำไปใช้ได้ดีในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโรงเรียน นักเรียนและเด็ก เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มประชากรที่มีข้อจำกัดด้านความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าแนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ (Good and Kappa, 1973) โดยความพึงพอใจ (Wolman, (1973) คือ ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation) (Davis and Keith, 1967) ซึ่งความพึงพอใจของมนุษย์ คือความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้ จุลภาคในร่างกาย เพื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆ ดังกล่าวได้ มนุษย์ย่อมพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ (दनय तेयनपुठ. 2543) ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ คือ 1) เพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ 2) สร้างการส่งเสริมการขายเชิงบวกแบบปากต่อปาก 3) เพิ่มการจ่ายเพิ่มขึ้นในขณะที่ทำการซื้อของลูกค้า และ 4) มีผลต่อกระแสเงินสดหมุนเวียน (ฐิติพร คุ้มณสุขชาติ, 2544: 17)

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ มักนิยมศึกษากันสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) และมิติ ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) ซึ่งในการศึกษาเรื่องนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาในมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) โดยศึกษากับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

1. ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Fennell (1999: 31) ได้ให้แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวต้องกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องเคารพในวัฒนธรรมของท้องถิ่น และกระทบต่อวัฒนธรรมดังกล่าวน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องยอมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์มากที่สุด นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

มาศศุภา นิมบุญจาช (2558) ได้กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องเหมาะสม ด้วยการศึกษาวางแผนเพื่อส่งเสริมและสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด ในขณะที่เดียวกันต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ หรือเสื่อมสภาพน้อยที่สุด

วรรณ วรชวานิช (2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาและการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างฉลาดและระมัดระวัง เพื่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม โดยที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้นานที่สุด

World Tourism Organization (UNWTO, 2001) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนของเจ้าบ้านที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือนในขณะเดียวกันก็มีการปกป้องและเสริมสร้างโอกาสในคนรุ่นต่อไป การท่องเที่ยวแบบนี้จะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรในลักษณะที่ตอบสนองต่อความต้องการทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ และยังทำให้เกิดการดำรงรักษาวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีวภาพต่างๆ”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 6) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยืนยาว

ชูลิทธิ ชูชาติ (2538) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เช่น ธรรมชาติ โบราณสถาน วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างจำกัด อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในปัจจุบันและอนาคตพยายามลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากร หรือทำให้กระทบต่อทรัพยากรน้อยที่สุดสงวนรักษาทรัพยากรให้คงอยู่สภาพเดิม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของ

นักท่องเที่ยว และประชาชนเจ้าของท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ต้องสงวนรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ให้อนุชนรุ่นหลัง

จุฬารัตน์ ทองเพ็ญ (2554) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของ ธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยวต้อง ตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อ ขบวนการท่องเที่ยวต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการ ท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

The World Commission On Environment And Development ได้ให้คำจำกัดความ ของการพัฒนาแบบยั่งยืนว่า หมายถึง การตอบสนองความต้องการในปัจจุบันของประชาชนและสังคม โดยไม่กระทบหรือละเมิดความสามารถในการพัฒนาหรือความต้องการของคนหรือสังคมในรุ่นต่อไป แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนให้ความสำคัญกับผู้แสดงทางสังคมในทุกขั้นตอนของการพัฒนา และให้ ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเชื่อว่าประชาชนคือกุญแจสำคัญที่ตัดสิน ควบคุม และผลักดันให้ผลของการพัฒนาสำเร็จหรือล้มเหลว นอกจากนี้แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนยังให้ ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ที่สนใจผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งป่าไม้ ดิน และแหล่งน้ำ (พัชรินทร์ สิริสุนทร 2556ม หน้า 398-399)

Organization of Eastern caribbean States (OECS) (2012) ได้ให้ความหมายของการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการใช้ประโยชน์สูงสุดในทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการ พัฒนาประเทศ โดยตั้งอยู่บนฐานของความเสมอภาคและการเลี้ยงดูตนเอง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี ให้แก่ผู้มาเยือนและเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิต โดยความร่วมมือของหลาย ๆ ฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาครัฐ เอกชน และชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่า การท่องเที่ยวรวมถึงการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย 1) ต้องดำเนินการภายใต้ ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการ ท่องเที่ยว 2) ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว 3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และ 4) ต้องขึ้นาภายใต้ความ ปราถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ กล่าวโดยสรุปคือ การท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศและสังคมวัฒนธรรมน้อยที่สุด ในขณะที่เอื้อประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเจ้าบ้านและชุมชนท้องถิ่นมากที่สุดด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือการท่องเที่ยวที่ต้อง ดำเนินการควบคู่ไปกับ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการ พัฒนาในทุกกรอบด้านของแหล่งท่องเที่ยว แต่ต้องรักษาเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และ

เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ให้น้อยที่สุดในทุกรอบด้านของแหล่งท่องเที่ยว และให้ใช้ประโยชน์ได้นานที่สุด

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 6) ได้ให้แนวคิดถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยมีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

แนวทางที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 8 แนวทาง ดังนี้ (สัคคยศ สังขพันธ์, 2563)

1) การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นที่ประจักษ์แล้วว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังผลทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยมิได้คำนึงสิ่งแวดล้อมย่อเก้อผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวกับกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กล่าวคือ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และสร้างความพอใจให้แก่ประชาชนเจ้าของท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันก็ปกป้องรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยการจัดทำแผนหลักเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแต่ละแผนต้องระบุดึงการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งไว้ชัดเจนพร้อมทั้งระบุสภาพปัญหา ข้อเท็จจริง แนวทางการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่อาจมีผลต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2) การรักษาสภาพแวดล้อมให้สมบูรณ์ เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด โดยการรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว ช่วยกันปลูกต้นไม้และไม้ดอกเพิ่มความสวยงามของภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น

3) การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมองที่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญ หากบุคลากรทางการท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ย่อมส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วย ฉะนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ ฉบับที่ 9 จึงเน้นที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญ นับว่าตรงกับความต้องการในการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อให้



บุคลากรเหล่านี้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและสร้างจิตสำนึกให้รู้จักรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

4) มาตรการทางกฎหมาย เป็นวิถีทางควบคุมความเสียหายของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวได้วิธีหนึ่งที่รัฐบาลแสดงเจตจำนงแน่วแน่ที่จะป้องกันและแก้ไขสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยมาตรการควบคุมอยู่ 3 ด้าน คือ มาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากธุรกิจท่องเที่ยว มาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากนักท่องเที่ยว และมาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากประชาชนท้องถิ่น

5) การให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ความรู้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปให้เข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม โดยให้มีทัศนคติ ค่านิยมที่ห่วงแหนและเกิดความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ทุกคนร่วมมือร่วมใจกันและกันและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

6) สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ เป็นการสนับสนุนให้มีการจัดงานเทศกาล ประเพณี และมรดกศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาสู่ท้องถิ่น พร้อมทั้งกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการอนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

7) ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการประสานงานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายร่วมมือกันรับผิดชอบในการป้องกันมิให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งร่วมกันระดมความคิดที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างจริงจัง ซึ่งอาจเป็นรูปของคณะกรรมการที่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพก็ได้

8) การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีที่มีระบบเพื่อพิจารณาผลเสียหายที่เกิดขึ้นว่ามีความรุนแรงต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมากน้อยเพียงไรก่อนที่จะดำเนินกิจการหรือโครงการพัฒนาท่องเที่ยว โดยเฉพาะโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องใช้งบลงทุนสูง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, 9-10) สิ่งที่สำคัญที่จะสามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีแนวทางในการปฏิบัติ 10 ประการ ดังนี้

1. มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อน แล้วจึงพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไปภายหลัง เพื่อให้เหมาะสมกับระบบสาธารณสุขปโภคที่รองรับเป็นสิ่งสำคัญ

2. มุ่งให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

3. มุ่งพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขอบเขตที่เหมาะสมของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับทุกๆ ด้าน เพื่อผลักดันให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ

4. มุ่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอพร้อมแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและห่วงใยในสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

5. มุ่งใช้วัสดุและผลผลิตในท้องถิ่น เพื่อช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่งและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

6. มุ่งกระจายรายได้และนำรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นให้มากที่สุด เพื่อประโยชน์ในระยะยาวของชุมชนท้องถิ่น

7. มุ่งจ้างงานในท้องถิ่นด้วยการส่งเสริมรูปแบบของงานที่น่าสนใจ เพื่อให้ผลตอบแทนสูงแก่ชุมชนท้องถิ่นนั้น

8. มุ่งพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อจะช่วยยกระดับของบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

9. มุ่งรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นให้อยู่รอดในระยะยาวเพื่อเป็นแหล่งรองรับการท่องเที่ยวตลอดไป

10. มุ่งทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคระหว่างภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้การทำงานขององค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐบาลร่วมกันบนหลักการเดียวกัน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 10 หลักการ คือ

1) Using Resource Sustainable การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว

2) Reducing Over-Consumption And Waste การลดการบริโภคมากเกินไป และการลดของเสีย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกทำลายในระยะยาวและเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว

3) Maintaining Diversity การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

4) Integrating Tourism In To Planning การประสานงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5) Supporting Local Economy การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

6) Involving Local Communities การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขาการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย

7) Consulting Stakeholders And Public การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน

8) Training Staff การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธี ปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว

9) Marketing Tourism Responsible การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10) Undertaking Research การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่สำคัญมี อยู่ 7 ขั้นตอน ดังนี้ (ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย, 2549: 58-61)

1) การจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว (Zoning) เป็นการแบ่งพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทออกเป็นเขตต่างๆ ตามความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้ เพื่อควบคุมกิจกรรมของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและการ

ใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดการและสร้างความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานที่จะเข้าไปดำเนินงานในแต่ละเขตพื้นที่ด้วย ซึ่งการจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรการท่องเที่ยวแต่ละแห่งย่อมแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางชีวภาพ ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน เพื่อช่วยลดความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของมนุษย์

2) การกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมในแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อปรับปรุงพื้นที่ให้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น รวมทั้งรักษาสภาพแวดล้อมให้ดี

3) ขั้นตอนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมแบบยั่งยืนเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว

4) การประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นการประเมินขีดความสามารถรองรับ (Carrying Capacity) ของนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยวว่าจะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดเท่าไร อันจะนำมากำหนดปริมาณการควบคุม และมาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับเขตพื้นที่นั้นๆ เพื่อป้องกันปัญหาความแออัด ขยะมูลฝอยตกค้าง เสียบบกวน การทำลายทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องกำกับดูแลให้เป็นไปตามขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละเขตพื้นที่อย่างเคร่งครัดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามชนิดหรือประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

5) การให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่รัฐเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว

6) การจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้ เป็นการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว

7) การจัดหางบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดจากการวางแผนการทำงานร่วมกัน ของเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ในมิติ ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้แก่พนักงานผู้ทำหน้าที่ในแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและควบคุมการใช้งานของแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข และรวมถึงการนำสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ นำกลับมาใช้ใหม่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538) แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีองค์ประกอบ 6 ประการ คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค 2) การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น 3) ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว 4) การใช้วัสดุและผลผลิตของท้องถิ่น 5) การกระจายรายได้ 6) การจ้างงาน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548b: 21-22) องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1) องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

2) องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3) องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

4) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5) องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6) องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายโดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ได้กล่าวไว้ว่าเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1) ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว

2) ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว

3) ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกคนได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

4) ต้องชี้้นำตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและประชาชนในชนบทท่องเที่ยว สักคยศ สังขพันธ์ (2563) ได้กล่าวว่าการศึกษาดูงานให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ เป้าหมายและรูปแบบการให้ความรู้ เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย 5 กลุ่มที่สำคัญ คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ต้องการเดินทางจากที่อยู่ปกติของตนไปยังถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อหาความรู้และความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีจิตสำนึกช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้

ยั่งยืน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังต้องมีความยินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในระดับที่เขาพอใจ อีกทั้งต้องช่วยบริจาคเงินส่วนหนึ่งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน ซึ่งการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวพอสรุปได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ

1.1 ให้มีการจัดสร้างศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและห้องสมุดที่เกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลและความรู้ทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเหล่านี้

1.2 ให้มีการพิมพ์แผ่นพับ แผ่นปลิว จดหมายข่าว โปสเตอร์ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอันตรายต่อโลกมนุษย์ออกเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมของโลก

1.3 ให้มีการสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เปิดโอกาสแก่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวช่วยดูแลป้องกันการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

1.4 ให้มีการแทรกข้อความสั้นๆ ที่ประทับใจเกี่ยวกับการพัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมไว้ในที่ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ง่ายเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

1.5 ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อนเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เตรียมพร้อมล่วงหน้าโดยการรับทราบข้อมูลข่าวสารหรือเรียนรู้จากภายนอกแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะขอเอกสารจากศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวหรือเอกสารสิ่งพิมพ์จากธุรกิจนำเที่ยวก็ได้

1.6 ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและวัฒนธรรมมากที่สุดพร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมไปด้วย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว

2. กลุ่มเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่เป็นเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม อาจเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้ โดยทำการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนพร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม เพื่อแลกเปลี่ยนกับรายได้จากการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนด้วย ซึ่งการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวพอสรุปได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ

2.1 ให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจและทักษะในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้เรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกัน

2.2 ให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจ ทักษะและทัศนคติจากโครงการศึกษาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น การฝึกอบรม การประชุมสัมมนา เป็นต้น เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำความรู้ความเข้าใจ ทักษะทัศนคติเหล่านี้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น

3. กลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ โดยได้รับรายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งตอบแทน อันจะนำไปสู่ผลกำไรที่เป็นวัตถุประสงค์หลักของการประกอบธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนด้วย ซึ่งการให้ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นพอสรุปได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ

3.1 ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถนำความรู้นี้ไปถ่ายทอดแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้เข้าถึงคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวม อันจะเป็นการช่วยพัฒนาจิตสำนึกให้ผู้ร่วมงานทุกระดับช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

3.2 ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอันตรายต่อโลกมนุษย์ เช่น ปฏิกริยาเรือนกระจก โอโซนลดลง สารเคมีอันตราย มลพิษที่เกิดจากน้ำและอากาศ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นนำความรู้ไปถ่ายทอดแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้เข้าใจ จะได้ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก

3.3 ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นประกาศเป็นนโยบายของธุรกิจในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างนิสัยแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้มีสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยให้ลงมือปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจกำหนดไว้

3.4 ให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีโครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นในธุรกิจของตนอย่างสม่ำเสมอและมีการตรวจสอบความคืบหน้าของโครงการเหล่านั้นเป็นอย่างดี เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4. กลุ่มชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยได้รับความเปลี่ยนแปลงและผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว อันหมายถึงชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขา จึงเป็นหน้าที่ของเราที่ต้องดูแลและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้คงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสิ่งที่จะช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวนั้น เป็นการศึกษาสิ่งที่น่าสนใจของท้องถิ่นที่มีประเพณีวัฒนธรรมเฉพาะ จึงขึ้นอยู่กับชุมชนท้องถิ่นต้องรู้จักและเข้าใจวัฒนธรรมประเพณีของตนเองอย่างถ่องแท้ และมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมประเพณีของตน เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืน ซึ่งการให้ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนแก่ชุมชนท้องถิ่นพอสรุปได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ

4.1 ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ตนมีอยู่และจะได้ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนควบคู่กันไป

4.2 ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับความรู้เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาและจัดการด้านบริการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ อันจะทำให้ได้มาซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว

4.3 ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับความรู้และทัศนคติใหม่ๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจากการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องภายนอกเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำความรู้และทัศนคติเหล่านั้นไปพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น

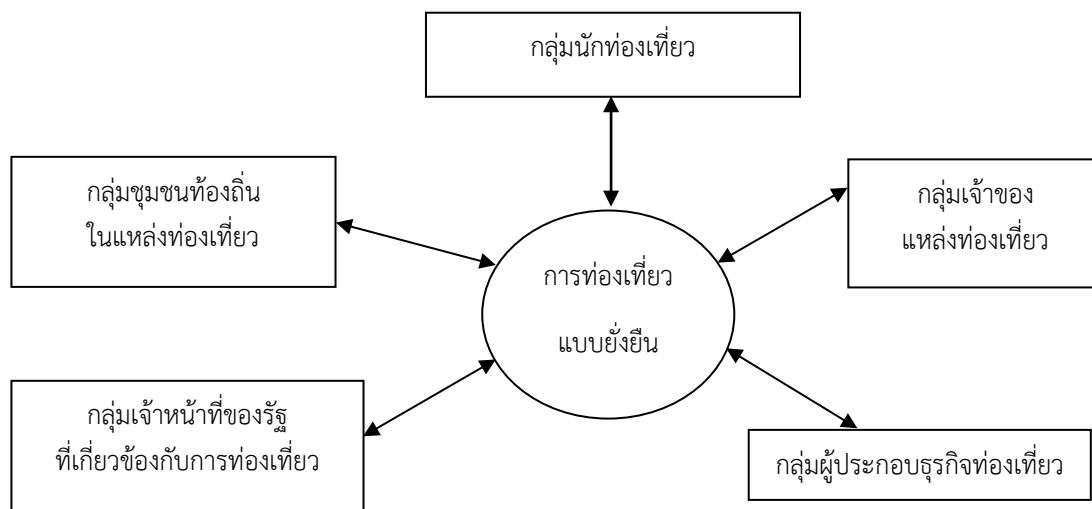
5. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ปฏิบัติราชการในส่วนราชการต่างๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นให้ดีที่สุดในการพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เพื่อให้การท่องเที่ยวก่อประโยชน์สูงสุดแก่ท้องถิ่นและประเทศชาติซึ่งหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

5.1 ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันจะก่อให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวของประเทศและจะได้ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวของชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนควบคู่กันไป

5.2 ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันจะก่อให้เกิดสามารถนำความรู้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น

5.3 ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงสิ่งแวดล้อมที่เป็นสินค้าหลักของการท่องเที่ยว หากมีการทำลายสิ่งแวดล้อมก็เป็นการทำลายการท่องเที่ยวไปด้วยในตัว

5.4 ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐได้รับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติใหม่ๆ จากการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยั่งยืนภายนอก ไม่ว่าจะเป็นนักวิชาการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของประเทศให้ประสบความสำเร็จ



ภาพประกอบ 9 ความเชื่อมโยงของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
ที่มา : สักคยศ สังขพันธ์ (2563)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าแนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้นั้นต้องมีการวางแผน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) คือ การกำหนดล่วงหน้าว่าจะดำเนินงานอะไร จะดำเนินงานไปทำไม จะดำเนินงานที่ไหน จะดำเนินงานอย่างไร จะดำเนินงานเมื่อไหร่ และใครจะเป็นผู้ดำเนินงานหรือรับผิดชอบ (ศิริภรณ์ ภิญญโชโต, 2549) ต้องเกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (สักคยศ สังขพันธ์, 2563) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) นักท่องเที่ยว 2) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 3) เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว 4) ภาครัฐบาล และ 5) ชุมชนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ร่วมกันในการ

วางแผน (Plan) กระทำกิจกรรม (Do) วิเคราะห์ตรวจสอบ (Check) และปรับปรุงใหม่ (Act) เพื่อวางเป้าหมายสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานร่วมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว ย่อมทำให้เกิดผลต่อเนื่อง คือ 1). ความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ 2) ความยั่งยืนทางด้านสังคมและวัฒนธรรม 3) ความยั่งยืนทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2564) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกำลังเป็นกระแสที่สำคัญ จากการที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากขึ้น ภาคธุรกิจก็พยายามพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และหน่วยงานระหว่างประเทศต่างๆ ก็ได้พัฒนานโยบายที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเช่นกัน แต่ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” จริงๆ แล้วแปลว่าอะไร จะวัดได้อย่างไรและจะมีหลักประกันอะไรที่แสดงถึงความยั่งยืน เพื่อจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจ สนับสนุนประโยชน์ต่อชุมชน และป้องกันการแอบอ้างความยั่งยืน อพท. จึงร่วมกับองค์กร Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในระดับสากล และเป็นองค์กรอาสาสมัครซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้การสนับสนุนด้านความรู้ในการสร้างความยั่งยืนให้แก่แหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์กรผู้เชี่ยวชาญในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านต่างๆ เป็นภาคีร่วมทำงาน โดยบทบาทหน้าที่ขององค์กร GSTC ประกอบด้วย

- 1) การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานสากล
- 2) ร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 3) พัฒนาตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 4) ให้ความรู้ ความเข้าใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 5) ให้การรับรองเกณฑ์มาตรฐาน

หลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) ซึ่งเป็นเกณฑ์เวอร์ชัน 2.0 (v2.0) โดยประยุกต์ใช้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2030 ทั้ง 17 ข้อ (17 SDGs) โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน ด้านที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน มี 3 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 กรอบและโครงสร้างการจัดการ มี 3 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 ความรับผิดชอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีหน่วยงาน ส่วนงาน กลุ่ม หรือคณะกรรมการ ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะรับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานเพื่อสร้าง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของภาคีรัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

1.2 คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความ รับผิดชอบ การกำกับดูแล และความสามารถใน การลงมือปฏิบัติงาน เพื่อจัดการประเด็นด้าน สังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

1.3 ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องได้รับ งบประมาณที่เพียงพอ และมี ความสามารถในการทำงานกับหน่วยงาน หลากหลายรูปแบบได้

1.4 คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอในการ ทำงาน (รวมถึงจะต้องมีผู้มีส่วนได้เสียในด้านการ ความเป็นอยู่) และปฏิบัติงานตามหลักการ ความยั่งยืน และความโปร่งใส

กิจกรรมที่ 2 ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและแผนปฏิบัติการ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการจัดทำและใช้แผน ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวระยะยาว และมีแผนปฏิบัติการที่เหมาะสม โดยการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ การจะต้อง ดำเนินการผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และอยู่บนหลักการของความยั่งยืน รวมถึง จะต้องเปิดเผยให้สาธารณะชนรับทราบ

2.2 แผนยุทธศาสตร์ควรจะมีการระบุและการประเมินสินทรัพย์ด้านการท่องเที่ยว และ พิจารณาถึงประเด็นและความเสี่ยงด้านสังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

2.3 แผนยุทธศาสตร์ควรจะต้องเกี่ยวข้องและมีอิทธิพล ต่อนโยบายและการทำงานใน การพัฒนาความ ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในภาพกว้างด้วย

กิจกรรมที่ 3 การติดตามและการรายงาน

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการสร้างระบบในการ ติดตามดูแล และตอบสนอง ประเด็นในเชิง เศรษฐกิจ-สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงตอบสนองต่อผลกระทบต่างๆ อัน เกิดการ จากท่องเที่ยว

3.2 การดำเนินงานและผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ควรจะมีการกำกับดูแล ประเมิน และรายงานต่อ สาธารณะให้ทราบอยู่เสมอ ทั้งนี้ระบบการติดตาม จะต้องได้รับการทบทวนและ ปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่เสมอ

เกณฑ์ที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การมีส่วนร่วมและการใช้มาตรฐานความยั่งยืนของผู้ประกอบการ

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการให้ข้อมูลกับ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวใน เรื่องประเด็น ด้านความยั่งยืนอยู่เสมอ รวมถึงส่งเสริมและ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นดำเนิน กิจกรรมให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวควรจะต้องสนับสนุนการนำเอา มาตรฐานความยั่งยืนมาใช้ โดยเฉพาะการ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการนำมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Recognized มาใช้ และเข้าสู่ ระบบการ รับรองมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Accredited ใน กรณีที่ผู้ประกอบการนั้นมีขีด ความสามารถทำได้

1.3 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการเผยแพร่รายชื่อ ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน

กิจกรรมที่ 2 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของผู้อยู่อาศัย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการเปิดโอกาสและสนับสนุน ให้สาธารณชนมีส่วนในการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

2.2 ความปรารถนา ข้อกังวล และความพึงพอใจ ชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรได้รับการ ติดตามดูแล และรายงานให้สาธารณชนทราบ พร้อมทั้งมีการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนอง ประเด็นนั้นๆ ของชุมชนท้องถิ่นอยู่เสมอ

2.3 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบที่จะเสริมสร้าง ความเข้าใจให้แก่คนในท้องถิ่นเกี่ยวกับโอกาส และความท้าทายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างขีดความสามารถของชุมชนในการ ตอบสนองต่อโอกาสและความท้าทายนั้นๆ

กิจกรรมที่ 3 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบการติดตามดูแล และรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ สาธารณชนในเรื่องของคุณภาพและความ ยั่งยืนของประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว และ มีการตอบสนองหากจำเป็น

3.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลประเด็นด้าน ความยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับแนะนำ บทบาทของนักท่องเที่ยวที่สามารถมีส่วนกับ ความยั่งยืนของแหล่งเที่ยวนั้นได้อย่างไร

กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล

4.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการให้ข้อมูล ของแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวควร จะ ถูกต้องตรงตามที่กล่าวไว้จริง ไม่ว่าจะในเรื่อง ของผลิตภัณฑ์ การบริการและความยั่งยืน

4.2 ข้อความทางการตลาดและการสื่อสารอื่นๆ ควรจะสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว นั้น สะท้อนถึงการมุ่งไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงการ ปฏิบัติต่อคนในท้องถิ่น ต่อวัฒนธรรม และ ธรรมชาติด้วยความเคารพ

เกณฑ์ที่ 3 การจัดการแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การจัดการปริมาณนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบในการจัดการนักท่องเที่ยว โดยระบบนั้นควรจะมี การทบทวนปรับปรุงอยู่เสมอ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินการติดตามดูแลและจัดการปริมาณของ นักท่องเที่ยวและ ปริมาณของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการลด หรือเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยว และปริมาณ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวหากมีความจำเป็น ตามความเหมาะสมของช่วงเวลาและ สถานที่ ทั้งนี้ ควรจะศึกษาความสมดุลระหว่างความ ต้องการของเศรษฐกิจ ชุมชน มรดกทาง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่อยู่ในท้องถิ่นด้วย

กิจกรรมที่ 2 กฎระเบียบในการวางแผนและการควบคุมการพัฒนา

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีแนวทาง กฎระเบียบ และ/หรือ นโยบาย การวางแผน ที่ควบคุมที่ตั้ง และลักษณะของการพัฒนา โดยมี การ ประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม-วัฒนธรรม และบูรณาการการใช้ ที่ดิน การออกแบบ การก่อสร้าง และการรื้อ ถอน อย่าง ยั่งยืน

2.2 กฎระเบียบควรจะนำไปใช้กับการ ดำเนินงาน รวมถึงการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และสัมปทานเพื่อการท่องเที่ยว แนวทาง กฎระเบียบและนโยบายต้องถูกสร้างขึ้นผ่านการ มีส่วนร่วม ของประชาชนและมีการสื่อสารและ บังคับใช้อย่างกว้างขวาง

กิจกรรมที่ 3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะระบุความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการ เปลี่ยนแปลงของ สภาพภูมิอากาศ

3.2 กลยุทธ์การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศมีไว้เพื่อเป็นแนวทาง เพื่อการติดตั้ง การออกแบบ การพัฒนา และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

3.3 ข้อมูลการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของ สภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่ เกี่ยวข้อง และสภาพในอนาคตจะต้องมีการเผยแพร่สู่ผู้อยู่ อาศัย ภาคธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 4 การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการลดความเสี่ยง การจัดการ วิกฤตการณ์ และแผนรับมือเหตุ ฉุกเฉินที่ เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4.2 มีการสื่อสารข้อมูล/รายละเอียดที่สำคัญ ให้แก่ ผู้อยู่อาศัย นักท่องเที่ยว และ สถานประกอบการ ต่างๆ

4.3 มีแผน/ขั้นตอนการรับมือ และทรัพยากรเพื่อ ดำเนินการตามแผนและมีการ ปรับปรุงเป็น ประจำ

ด้านที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ มี 2 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การนำผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาสู่ชุมชน มี 3 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การวัดผลของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการการท่องเที่ยว

1.1 มีการติดตามดูแลผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม และรายงานให้สาธารณะทราบ

1.2 มีการใช้มาตรวัดผลสำเร็จที่เหมาะสม เช่น ระดับจำนวนของนักท่องเที่ยว การ ใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การลงทุน และ หลักฐานอื่นๆ ที่แสดงถึงการกระจายตัวของ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

กิจกรรมที่ 2 งานที่ดีและโอกาสทางอาชีพ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมและสนับสนุน โอกาสในการทำงานและการ ฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว

2.2 ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมุ่งมั่นที่จะให้ โอกาสที่เท่าเทียมกันสำหรับการจ้างงานคนในท้องถิ่น ให้การฝึกอบรมและความก้าวหน้าใน การทำงาน ให้สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคง และให้ค่าครองชีพที่ เหมาะสมแก่ทุกคน

กิจกรรมที่ 3 การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบสนับสนุนให้รายได้ จากการท่องเที่ยวหมุนเวียนอยู่ในระบบ เศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยการสนับสนุน ผู้ประกอบการท้องถิ่น ห่วงโซ่อุปทาน และการลงทุนอย่างยั่งยืน

3.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการสนับสนุนการพัฒนาและ การซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยั่งยืนบนฐานของ หลักการการค้าที่เป็นธรรม และสะท้อนถึง เอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ซึ่งอาจจะครอบคลุมถึง อาหาร เครื่องดื่ม ศิลปะพื้นบ้าน หัตถกรรม การแสดง สินค้า การเกษตร และอื่นๆ

เกณฑ์ที่ 2 ผลกระทบต่อชุมชนและสวัสดิภาพของชุมชน มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การสนับสนุนชุมชน

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่เปิดโอกาสและ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และ สาธารณชน สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและจัด กิจกรรมริเริ่มด้านความยั่งยืน อย่างมีความ รับผิดชอบ

กิจกรรมที่ 2 การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์ โดยมีขอบและการเลือกปฏิบัติ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามมาตรฐานด้าน สิทธิมนุษยชนในระดับนานาชาติ

2.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีกฎหมาย ข้อปฏิบัติ และ แนวทางในการปฏิบัติในการป้องกัน และ รายงานถึงปัญหาด้านการค้ามนุษย์ การใช้ แรงงานเยี่ยงทาส และการค้าทาส และการค้าประเวณี หรือการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิ ชอบในรูปแบบอื่น การเลือกปฏิบัติและการ รังแกบุคคลใดๆ โดยเฉพาะเด็ก วัยรุ่น ผู้หญิง กลุ่มเพศทางเลือก และชนกลุ่มน้อยอื่นๆ

2.3 กฎหมายและการข้อปฏิบัติจะต้องมีการ สื่อสารแก่สาธารณะและมีการบังคับใช้

กิจกรรมที่ 3 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิทางกฎหมาย

3.1 มีการจัดทำเอกสารและบังคับใช้กฎหมายและ ข้อบังคับเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิ ในการครอบครอง

3.2 กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องเคารพสิทธิ ชุมชนและชนพื้นเมือง และจะต้องมีการรับฟัง ความคิดเห็นจากสาธารณะด้วย

3.3 หากต้องมีการย้ายที่อยู่อาศัย ห้ามมิให้มีการ ดำเนินการโดยไม่แจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้า และจะต้องมีการชดเชยอย่างเป็นธรรม และ ตรงไปตรงมา

3.4 กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องปกป้อง สิทธิทางกฎหมาย และสิทธิในการเข้าถึง ทรัพยากรที่สำคัญ

กิจกรรมที่ 4 สวัสดิภาพและความปลอดภัย

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบเพื่อเฝ้าสังเกตการณ์ ป้องกัน และตอบสนองต่อประเด็นด้าน อาชญากรรม ความปลอดภัย และอันตรายต่อ สุขภาพ โดยต้องจัดการให้เหมาะสมกับความ ต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้คนในพื้นที่ และมีการรายงานต่อสาธารณชน

กิจกรรมที่ 5 การเข้าถึงการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล

5.1 สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และ การบริการ จะต้องเข้าถึงได้โดยคนทั้งมวล ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ทั้งในเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งคนทั้งมวลนั้น รวมถึงคนพิการ และคนที่มีความต้องการความช่วยเหลือหรือเข้าถึงเป็นพิเศษ

5.2 ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่สามารถเข้าถึงได้ในทันที จะต้องมีการออกแบบและการแก้ไขปัญหาโดยคำนึงถึงความ กลมกลืนของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึง ควรจัดให้ มีที่พักสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการความ ช่วยเหลือเป็นพิเศษ ในราคาที่เหมาะสม

5.3 มีการให้ข้อมูลด้านการเข้าถึงของสถานที่ ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ ต่างๆ

ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม มี 2 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การปกป้องทรัพย์สินทางวัฒนธรรม

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีนโยบายและระบบเพื่อ ประเมินคุณค่า พื้นฟู และสงวนรักษา ทรัพย์สิน ทางวัฒนธรรมที่รวมถึงมรดกที่เป็นสิ่งปลูกสร้าง และภูมิทัศน์เชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมที่ 2 วัตถุทางวัฒนธรรม

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีกฎหมายที่เหมาะสมในการ ควบคุมการแลกเปลี่ยน การค้า การจัดแสดง หรือการให้ วัตถุทางประวัติศาสตร์และ โบราณคดี โดยมีการบังคับใช้จริง และมีการให้ ข้อมูลแก่สาธารณชน รวมถึงการให้ข้อมูลแก่ ธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวด้วย

กิจกรรมที่ 3 มรดกที่จับต้องไม่ได้

3.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการสนับสนุนการยกย่อง และการปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม ที่จับต้อง ไม่ได้ ซึ่งรวมถึง ประเพณีท้องถิ่น ศิลปะ เพลง ภาษา อาหาร และอัตลักษณ์และ ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นในมิติอื่นๆ

3.2 การนำเสนอ/แสดง การจำลอง และการสื่อ ความหมายของวัฒนธรรมและ ประเพณีที่ยังคง อยู่ นั้น จะต้องมีความละเอียดอ่อน และให้ความเคารพ และจะต้องให้คนในท้องถิ่น มีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ ในขณะที่เดียวกันจะต้องมอบ ประสบการณ์ที่จริงแท้แก่นักท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 4 การเข้าถึงวิถีปกติ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีการติดตาม ปกป้อง และหาก ความจำเป็น ให้ดำเนินการฟื้นฟู หรือสร้างการ เข้าถึงเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมได้ อีกครั้ง

กิจกรรมที่ 5 ทรัพย์สินทางปัญญา

5.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการสร้างการมีส่วนร่วม ร่วมในการปกป้องและรักษาสิทธิ ในทรัพย์สิน ทางปัญญาของชุมชนและบุคคล

เกณฑ์ที่ 2 การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1.1 แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบจัดการ นักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึง คุณลักษณะของพื้นที่ ชีตความสามารถในการ รองรับ และ ความอ่อนไหวเปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อน ตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบเชิงลบที่ อาจเกิดขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีความ เปราะบาง รวมถึงการเข้าชมการจัดแสดงทาง วัฒนธรรม โดยแจกจ่ายให้แก่ นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ก่อนถึง เวลาการเข้าชม

กิจกรรมที่ 2 การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

2.1 มีการจัดเตรียมเนื้อหาการสื่อความหมายที่ ถูกต้องเพื่อให้ความรู้ในแง่มุมที่มี ความสำคัญแก่ นักท่องเที่ยว ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิง ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น

2.2 ข้อมูลที่ใช้สื่อความหมายมีความเหมาะสมใน เชิงวัฒนธรรม และจัดทำโดยการมี ส่วนร่วมของ คนในชุมชน และสามารถสื่อสารด้วยภาษาที่ เหมาะสมชัดเจนทั้งกับนักท่องเที่ยวและ กับผู้คน ในพื้นที่

ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มี 3 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การปกป้องสิ่งแวดล้อมที่มีความเปราะบาง

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบเพื่อเฝ้าสังเกตการณ์ ประเมินและตอบสนองต่อ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การสงวนรักษาระบบนิเวศ ถิ่นที่ อยู่ และพันธุ์พืชหรือสัตว์ รวมถึงต้องป้องกัน การเริ่มต้นและการแพร่กระจายของสายพันธุ์ พืชหรือ สัตว์ต่างถิ่น

กิจกรรมที่ 2 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบจัดการนักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยคำนึงถึง คุณลักษณะของพื้นที่ ชีตความสามารถในการรองรับและความ



682156326

อ่อนไหวเปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น

2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมจุดท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง โดยแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ ทั้งก่อนและ ณ เวลาเข้าชม

กิจกรรมที่ 3 การมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งมีชีวิตในป่า

3.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติ ตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายของชาติ และ กฎหมายระหว่างประเทศ และมาตรฐานการมี ปฏิสัมพันธ์ดำเนินกิจกรรมกับสิ่งมีชีวิตในป่า

3.2 กิจกรรมที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่อย่างอิสระ จะต้องไม่มีการคุกคามและต้องมีการจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบไม่พึง ประสงค์ต่อสัตว์เหล่านั้น โดยคำนึงถึงการดำรงชีวิตและพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตในป่า

กิจกรรมที่ 4 การแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบจาก พืชหรือสัตว์และสวัสดิภาพสัตว์

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ทำให้มีการปฏิบัติ ตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายระดับประเทศ และกฎหมายระหว่างประเทศ รวมถึงมาตรฐาน ต่างๆ เพื่อรับรองว่าสัตว์จะมีสวัสดิภาพที่ดี และ มีการอนุรักษ์สายพันธุ์พืชและสัตว์ (สัตว์, พืช, และสิ่งมีชีวิตทั้งหมด) ซึ่งรวมถึงการเลี้ยงหรือ การจับ การซื้อขายแลกเปลี่ยน การแสดง และ การขายสิ่งมีชีวิตจากป่าและสินค้าที่ผลิตจากพันธุ์พืชและสัตว์

4.2 ต้องไม่มีการได้มา การขยายพันธุ์ และการ กักขัง สัตว์ป่าชนิดใดๆ เว้นแต่ได้รับอนุญาต อย่างถูกต้อง รวมถึงอยู่ในการดูแลของบุคลากร ที่มีความพร้อม และอยู่ภายใต้การดำเนินการ ตามข้อกำหนดที่เหมาะสม

4.3 การจัดที่อยู่อาศัย การดูแล และการจัดการทั้ง สัตว์ป่าและสัตว์เลี้ยงทั้งหมดนั้นจะต้องให้ เป็นไปตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์สูงสุด

เกณฑ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากร มี 3 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การอนุรักษ์พลังงาน

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่จะลดการใช้ พลังงาน ปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้ พลังงาน รวมถึงเพิ่มการใช้พลังงานทดแทน

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการส่งเสริมให้ภาค ธุรกิจตรวจวัด ติดตามดูแล และลดการใช้ พลังงาน และมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อ สาธารณชน

กิจกรรมที่ 2 การจัดการน้ำ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะส่งเสริมให้ธุรกิจต่างๆ มี การตรวจวัด ติดตามดูแล และจัดการการใช้น้ำ รวมถึงมีการรายงานต่อสาธารณชน

2.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการประเมินความเสี่ยง ด้านน้ำในแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำเป็นเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษร

2.3 ในกรณีมีความเสี่ยงเรื่องน้ำสูง เป้าหมายของ การจัดการน้ำจะต้องกำหนดและกำกับภาค ธุรกิจเพื่อให้การใช้น้ำของภาคท่องเที่ยวไม่ ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับความต้องการน้ำของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น

กิจกรรมที่ 3 คุณภาพน้ำ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวที่มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำดื่ม น้ำเพื่อนันทนาการ และทางนิเวศวิทยา โดยใช้ มาตรฐานคุณภาพน้ำ

3.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรายงานผลต่อ สาธารณชน และมีระบบที่สามารถตอบสนองต่อ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นอย่าง ทันที

เกณฑ์ที่ 3 การจัดการของเสียและการปลดปล่อยมลพิษ มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 น้ำเสีย

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและ มีการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าว นั้นในเรื่องของ การตั้ง การดูแลรักษา และการทดสอบการ ระบายจากบ่อเกรอะ และจากระบบบำบัดน้ำเสีย

1.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความมั่นใจว่าน้ำเสีย เหล่านั้นจะได้รับการบำบัดและนำกลับมาใช้ หรือถูกปล่อยทิ้งอย่างปลอดภัยโดยไม่มี ผลกระทบเชิงลบกับคนและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

กิจกรรมที่ 2 ขยะมูลฝอย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการตรวจวัด และ รายงานปริมาณขยะที่เกิดขึ้น และมีการ ตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณขยะ

2.2 ขยะมูลฝอยได้รับการจัดการอย่างถูกต้องและ มีการลดการฝังกลบขยะด้วยการจัดให้มีระบบ คัดแยกและจัดเก็บขยะแบบแยกประเภทและมี ระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถแยก ขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพตามชนิดของขยะ

2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจ หลีกเลี่ยงการสร้างขยะ และให้มีการลดจำนวน ขยะ นำขยะกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิลขยะ ซึ่ง รวมถึงขยะที่เป็นเศษอาหารด้วย

2.4 มีการดำเนินการเพื่อกำจัดหรือลดการใช้วัสดุที่ ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้ง โดยเฉพาะพลาสติก

2.5 ขยะที่เหลืออยู่ที่ไม่ได้นำมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล ต้องได้รับการกำจัดอย่างปลอดภัยและยั่งยืน

กิจกรรมที่ 3 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรเทาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงดำเนินการและ รายงานผลตามนโยบายและการปฏิบัติงานใน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3.2 ควรมีการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจต่างๆ มีการ ตรวจวัด ติดตามดูแล ลด หรือ ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้น้อยที่สุด จากทุกมิติของการดำเนิน ธุรกิจ (รวมถึงจากซัพพลายเออร์และผู้ให้บริการ ด้วย) และมีการรายงานต่อสาธารณชน

3.3 ควรมีการสนับสนุนให้มีการชดเชย (offset) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ยังไม่สามารถลดได้

กิจกรรมที่ 4 การขนส่งที่มีผลกระทบต่อ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีเป้าหมายในการลดการปล่อย มลพิษจากการขนส่งในการเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว และภายในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 มีการเพิ่มการนำพาหนะและการขนส่ง สาธารณะที่ยั่งยืน และปล่อยมลพิษต่ำ มาใช้งาน รวมถึงการเดินทางแบบใช้แรงตัวเอง (Active travel)

4.3 เช่นการเดินทางและปั่นจักรยาน) เพื่อให้ ภาคการท่องเที่ยวลดการปลดปล่อย มลพิษทาง อากาศ ลดความคับคั่งของการจราจร และลด การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

กิจกรรมที่ 5 มลภาวะทางแสงและเสียง

5.1 แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับ ในการลดมลภาวะทางแสงและเสียง

5.2 แหล่งท่องเที่ยวมีส่งเสริมให้ภาคธุรกิจต่างๆ ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับนั้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้ทราบถึงหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) ซึ่งหลักเกณฑ์นี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาจาก Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนในระดับสากล และเป็นองค์กรอาสาสมัครซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีบทบาทหน้าที่ขององค์กร GSTC ประกอบด้วย 1) การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานสากล 2) ร่วมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) พัฒนาตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) ให้ความรู้ ความเข้าใจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) ให้การรับรองเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะนำเกณฑ์ดังกล่าวมาเป็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่มกับภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ทราบถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งครอบคลุมมิติการพัฒนา 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านจัดการความยั่งยืน 2) ด้านความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ 3) ด้านความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม 4) ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

งานวิจัยในประเทศ

นาคิน คำศรี รังสฤษฎ์ จำเริญ และประวิทย์ ทองไชย (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย : เมืองกีฬาจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยต้นแบบที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย และเพื่อจัดทำแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มและรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย การศึกษานี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 17 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงมวยไทยต้นแบบ ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้ศิลปะมวยไทย โดยสถาบันสอนมวยไทย 2. ได้รับรูปแบบแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม 4 แนวทางหลัก ได้แก่ การตลาดที่ตอบสนองของคุณค่าจากการใช้งานจริง (Functional Value) การตลาดที่ตอบสนองของคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) การตลาดที่ตอบสนองของคุณค่าทางสังคม (Social Value) การตลาดที่ตอบสนองของคุณค่าทางประสบการณ์ (Epistemic Value) และองค์ประกอบรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม ได้แก่ การสร้างมูลค่า การจัดการมาตรฐานของสถานประกอบการ หลักสูตรการสอน การมีส่วนร่วมของชุมชน และการรับผิดชอบต่อสังคม

ภัทรา เวชสวรรค์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี สำหรับนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่น ซี กลุ่มประเทศยุโรปและกลุ่มประเทศอเมริกา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation C กลุ่มประเทศยุโรปกับกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือประเภท Non-group tour 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้สื่อ Social ในการค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และวางแผนการท่องเที่ยว 3) เพื่อนำเสนอโปรแกรมในการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยว 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาสื่อโซเชียลในการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี ดำเนินการโดยวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกาเหนือ จำนวน 24 คน และใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกาเหนือที่มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation C กลุ่มประเทศยุโรปและกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือที่มาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วย การส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวและการยกระดับการคมนาคมภายในพื้นที่การใช้สื่อของหน่วยงานรัฐบาล

ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกาเหนือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวคือ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูป วอทส์แอฟ ทริปแอดไวเซอร์ แล ล็อค โปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและชาวอเมริกาเหนือ กลุ่มเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มาจากความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก นักท่องเที่ยวชาว ยุโรป มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ มีรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป คือ กิจกรรม ถ่ายภาพ และนวดแผนโบราณ และของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ คือ นวดแผนโบราณ ผลการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับอายุแตกต่างกันรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 จึงนำมาจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละ ช่วงอายุ กลุ่มที่ 1 อายุ 25-34 ปี อายุ 35-44 ปี และอายุมากกว่า 44 ปี โปรแกรมส่งเสริมความงดงาม แดนตะวันออก รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง กลุ่มที่ 2 อายุ 18-24 ปี อายุ 25-34 ปี อายุ 35-44 ปี และอายุมากกว่า 44 ปี โปรแกรมสัมผัสท้องถิ่นไทย แดนตะวันออก เช่น การท่องเที่ยว โดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม กลุ่มที่ 3 อายุมากกว่า 44 ปี โปรแกรมท่องเที่ยว กับอารยธรรมแดนตะวันออกในรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม สำหรับการใช้อีเมลและสื่อออนไลน์ต้องนำมาผสมผสานกันโดยเพิ่มเติมเรื่องราวและ หัวข้อที่น่าสนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกและใช้สื่อบุคคล เช่น บุคคล ที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การเพิ่มข้อมูลภาษาอังกฤษมากขึ้นและเพิ่มเนื้อหาให้มี ความทันสมัย การจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี

อภิชาติ ธวัชรัตน์สกุล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการแบดมินตันสู่การเป็น แบดมินตันอาชีพอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการ บริหารจัดการแบดมินตันสู่การเป็นอาชีพในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของการบริหาร จัดการแบดมินตันอาชีพอย่างยั่งยืนในประเทศไทย และ 3) เพื่อหาข้อเสนอแนะทางการบริหารจัดการ แบดมินตันสู่การเป็นแบดมินตันอาชีพอย่างยั่งยืนในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง คุณภาพโดยมีการเลือกเฉพาะเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องในวงการแบดมินตันประกอบด้วย กลุ่มนักกีฬา กลุ่มผู้ฝึกสอน กลุ่มผู้สนับสนุนภาคเอกชน กลุ่มผู้สนับสนุนภาครัฐ กลุ่มกรรมการผู้ตัดสิน กลุ่มสโมสรแบดมินตัน และกลุ่มผู้ปกครองและผู้ดูแลนักกีฬา การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ เจาะลึกรายบุคคล การสนทนากลุ่ม และการสังเกตการณ์ โดยศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพใน 5 มิติ คือ มิติด้านภาวะผู้นำ มิติด้านระบบ มิติด้านการจัดการทุนมนุษย์ มิติด้าน นโยบายภาครัฐ และมิติด้านความยั่งยืนของการบริหารจัดการ ผลการศึกษาคุณลักษณะของการ บริหารจัดการแบดมินตันสู่การเป็นแบดมินตันอาชีพอย่างยั่งยืน พบว่า 1) มิติด้านภาวะผู้นำ ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การนำนวัตกรรมทางการบริหารจัดการของผู้นำ การมีวิสัยทัศน์ การนำ องค์กร การกล้าตัดสินใจ การพัฒนารูปแบบการจัดการจากต่างประเทศมาปรับใช้ การจัดหาเงินทุน

และหาผู้สนับสนุนทางการเงิน 2) มิติด้านระบบ ได้แก่ ระบบสนับสนุนทางการเงินภาครัฐและภาคเอกชน ระบบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้บุคลากรทางการกีฬา ระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3) มิติด้านการจัดการทุนมนุษย์ ได้แก่ การจัดการและพัฒนาด้านทุนมนุษย์ เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน กรรมการผู้ตัดสิน และผู้จัดการทีม การจัดการวิทยาศาสตร์การกีฬา การจัดการระบบการศึกษา 4) มิติด้านนโยบายของภาครัฐ ได้แก่ นโยบายและการส่งเสริมแบดมินตันอาชีพ การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและผู้สนับสนุนในการส่งเสริมกีฬาอาชีพ การลดหย่อนภาษีให้ผู้ที่เข้ามาสนับสนุนทางการเงิน 5) มิติด้านความยั่งยืนของการบริหารจัดการ ได้แก่ ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรทางเศรษฐกิจ ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรทางสังคม ส่วนปัญหาที่พบได้แก่ ปัญหาด้านงบประมาณ ปัญหาการพัฒนาแบดมินตันที่ไม่ทั่วถึง ปัญหาด้านการศึกษาที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาของนักกีฬา และปัญหาการขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการแบดมินตันสู่การเป็นแบดมินตันอาชีพ แนวทางในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ควรให้การสนับสนุนสโมสรที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการสร้างและพัฒนา นักกีฬาอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐควรผลักดันนโยบายส่งเสริมให้ผู้สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมกีฬา และนโยบายทางการศึกษาที่เอื้ออำนวยให้นักกีฬาฝึกซ้อมแบบมืออาชีพ

กรณีการ เทพพงษ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยจักรยาน ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า จังหวัดสระบุรี กลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลักมี 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 6 ท่าน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ประเมินผู้วิจัยและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยวิธีการคัดเลือกแบบพิจารณา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามความคิดเห็น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก สรุประเด็นเนื้อหา หาข้อสรุป และนำมาเสนอเป็นแนวทางผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน ณ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคด-โป่งก้อนเส้า จังหวัดสระบุรี 1) ด้านการวางแผน ประกอบด้วย ต้องมีการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในทุกระดับที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งวางแผนในการส่งเสริมการตลาดบริการ แผนด้านการประชาสัมพันธ์และควรจัดทำแผนพัฒนาเส้นทางจักรยานและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ให้มีความเป็นมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ 2) ด้านการจัดองค์กร ประกอบด้วย ควรแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนในการปฏิบัติงาน และจัดอบรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยจักรยานให้แก่บุคลากรในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง 3) ด้านการนำไปปฏิบัติประกอบด้วย ต้องมีนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นทางธรรมชาติให้เกิดความน่าสนใจ โดยการให้ข้อมูล คู่มือการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงข้อมูลได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย



682156326

4) ด้านการควบคุม ประกอบด้วย มีการจัดประชุมการดำเนินงาน รวมทั้งการสำรวจความคิดเห็น ติดตามประเมินผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทุกปี

นุชปวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด พิจิตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและวิเคราะห์สภาพสถานการณ์การท่องเที่ยว ปัญหา และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดพิจิตร โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพในการตรวจสอบศักยภาพบริบทพื้นที่ทางการท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจทรัพยากรการท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยจากการตรวจสอบบริบทพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร พบว่า 1) ด้านทำเลที่ตั้ง แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก 2) ด้านสภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในจังหวัดพิจิตร เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักบริเวณแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว แต่มีบางแห่งยังขาดการจัดการด้านที่พักให้ได้มาตรฐาน 4) ด้านระบบสาธารณูปโภคของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ไฟฟ้า ประปา มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก 5) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ประชาชนในพื้นที่ที่มีความตื่นตัว และสนใจเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในระดับมาก 6) ด้านโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดพิจิตรมีบทบาทในการพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ 7) การท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตรยังขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดสู่สายตานักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมอื่น จึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ 2) เพื่อศึกษาถึงความต้องการและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลอาชีพ 3) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสม คือ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ แฟนคลับของสโมสรฟุตบอลอาชีพ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมุติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร (Chi-Square Test) การทดสอบ (T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA Or F-Test) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 2 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 1 คน ผู้บริหารของสโมสรฟุตบอลอาชีพ จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 11 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างแล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) แฟนคลับที่เดินทางท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานะโสด การศึกษาสูงสุดในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน 2) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพของสโมสรฟุตบอลอาชีพมากกว่า 15 ครั้ง ต่อ 1 ฤดูกาล ทราบข้อมูลโดยสื่ออินเทอร์เน็ต เดินทางมาชมการแข่งขันเนื่องจากนักฟุตบอลผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่เป็นเพื่อนเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จะเดินทางวันที่มีการแข่งขัน เพื่อเป็นการพักผ่อน เลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีการแข่งขัน ในวันที่มีการแข่งขัน (ก่อนเวลาการแข่งขัน) และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงที่มีการแข่งขัน ในกรณีที่เดินทางท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล และมีการเข้าร่วมกิจกรรมในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นการซื้อของพื้นเมืองหรือของที่ระลึก 3) ระดับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านที่พัก ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ด้านเทศกาลพิเศษและบันเทิง และด้านแหล่งท่องเที่ยว 4) การสัมภาษณ์ พบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพนั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารสโมสรเป็นหลัก ผู้บริหารกำหนดนโยบายจากผลงานและความสำเร็จของสโมสร ฐานแฟนคลับของสโมสร และเงินทุนของสโมสร โดยจุดแข็งจะเป็นการคมนาคมสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง จุดอ่อนจะเป็นการขาดแคลนบุคลากรและเงินทุน ซึ่งสโมสรมีโอกาสประสบความสำเร็จในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวสูงอุปสรรคได้แก่ ความนิยมของฟุตบอลไทยตกลง ปัญหาเศรษฐกิจ สภาพการจราจรโดยรอบ และโปรแกรมการแข่งขันที่ไม่เอื้ออำนวยในการจัดการท่องเที่ยวของสโมสรมากนัก

วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย 3) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ในประเทศไทยจำนวน 316 คน และใช้สถิติวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ กับด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุดโดยให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ด้านผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับความสุขภาพ อ่อนโยนของผู้ให้บริการในการเข้าร่วม ด้านสินค้าและการบริการนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่น่าสนใจระหว่างท่องเที่ยวอย่างมาก ด้านความชื่นชอบส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต ด้านส่งเสริมการขายนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับโปรโมชั่นหรือการลดราคาที่ตั้งใจ ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับระบบขนส่งหรือการเดินทางที่สะดวก ด้านการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญกับความสวยงามของสถานที่และด้านราคานักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

ปานณนาถ ศักดิ์ศิริคุณ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่ล้านนาตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และศึกษาความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การตรวจสอบรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ดำเนินการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามความสำคัญที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการวิเคราะห์ถึงสมภาวะการณ์ปัจจุบัน 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 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ล้านนาตะวันออกในระดับมากที่สุดในทุกด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นด้านที่มีความคาดหวังสูงกว่าด้านอื่นๆ 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 จะสามารถพัฒนารูปแบบการจัดการที่เหมาะสม ประกอบด้วย การจัดการด้านทักษะของทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการด้านกลยุทธ์เพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการด้านรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการจัดการด้านโครงสร้างเพื่อการมีส่วนร่วมทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในพื้นที่ล้านนาตะวันออก

วีรศักดิ์ แก้วทรัพย์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดกิจกรรมเรือพายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการ

จัดการกิจกรรมเรือพายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและความเข้มแข็งของชุมชน เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมใช้กระบวนการแบบ PAOR โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูล การสนทนากลุ่มย่อย การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการแข่งขันเรือพายในจังหวัดน่าน 2) กลุ่มนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจังหวัดน่าน ร่วมกับกลุ่มผู้ที่มีความคุ้นเคยและใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวหรือผู้มีความรู้ความเข้าใจในทรัพยากรการจัดการแข่งขันเรือพายและการท่องเที่ยว 3) สมาชิกในชุมชน นำข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เพื่อนำมาสร้างรูปแบบกิจกรรมเรือพายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และความเข้มแข็งชุมชน ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมกันในทุกขั้นตอนของการจัดทำรูปแบบ ประกอบด้วย กระบวนการบริหารจัดการกิจกรรม 4 ด้าน คือ 1) ด้านการวางแผน จำนวน 10 องค์ประกอบ คือ กำหนดชุมชนหลัก กำหนดผู้รับผิดชอบ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ แผนการดำเนินงาน กิจกรรมแผนด้านบุคลากรบูรณาการร่วมกันภายในและภายนอกชุมชน งบประมาณ ด้านสถานที่เหมาะสมกับการจัดกิจกรรม ด้านการตลาด และชุมชนร่วมกันสะท้อนผล 2) ด้านการจัดองค์กร จำนวน 5 องค์ประกอบ คือ ชุมชนร่วมกันกำหนดและออกแบบกิจกรรม โครงสร้างชมรมเรือพาย กำหนด คุณสมบัติ และจัดอบรมคณะกรรมการดำเนินการ 3) ด้านการนำไปปฏิบัติจำนวน 3 องค์ประกอบ คือ กลุ่มเป้าหมาย กระบวนการจัดกิจกรรม และชุมชนได้รับผลประโยชน์จากกิจกรรม 4) ด้านการควบคุมจำนวน 3 ด้าน คือ ชุมชนร่วมกันสะท้อนผล จัดทำคู่มือ และการประเมินโดยชุมชนและส่วนประสมการตลาด มีอยู่ 3 องค์ประกอบ ด้านการประชาสัมพันธ์ กำหนดราราค่าบริการ ด้านการท่องเที่ยว การสร้างและการนำเสนอภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน มีความตระหนักถึงการทำงานและการเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันในการแก้ไขปัญหา และกำหนดทิศทางของชุมชนร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน

ปรานทิพย์ ยูวานนท์ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรีและบุรีรัมย์ จังหวัดละ 400 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 800 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีและบุรีรัมย์มีความเห็นเกี่ยวกับสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2 ด้าน คือ ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ และด้านความต้องการการสนับสนุนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

วันทนิย์ ศรีนวล (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี

ต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัด เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท โดยมีการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้านอารยธรรมขอมและด้านกีฬาอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นในด้านกิจกรรมและด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการเดินทางและค่าใช้จ่าย ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านวัฒนธรรม ด้านความปลอดภัยและความสะอาด ตามลำดับอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม และด้านกิจกรรมที่น่าสนใจ ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนให้บุรีรัมย์เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวด้านการกีฬาและอารยธรรมขอม ส่งเสริมการอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงอาหารท้องถิ่นไว้ให้คนรุ่นหลังสืบสานต่อไป อีกทั้งควรสร้างสรรค์กิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่มาเยือน

ประภัสสร มีน้อย (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผลการศึกษาพบว่า (1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน 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) กลยุทธ์การจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 (4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

นลวัชร ชุณลา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะ สมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 3) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้พื้นที่ที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นกรณีศึกษา ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในการศึกษาศักยภาพของพื้นที่ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่จัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา (Sport Event) และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 22 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้เครื่องมือวิจัย 2 แบบ ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างเดียวกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จำนวน 22 คน และในการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากมุมมองของนักท่องเที่ยว ใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด กับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวทั่วไป และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักกีฬา โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ทดสอบว่าความแตกต่าง T-Test และ F-Test ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเกณฑ์ ดี มีศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายรูปแบบ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลายแต่ยังขาดศักยภาพด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนผลการศึกษา การรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับ ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการออกกำลังกาย กีฬาที่นิยมมากที่สุดคือการวิ่ง/วิ่งมาราธอน ส่วนสิ่งที่ควรพัฒนา คือ สภาพของถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการออกแบบ อารยสถาปัตย์ ในบริเวณสนามการแข่งขันกีฬา ในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้พิการและกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้พบว่ามี ประเพณีนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยว



682156326

ทั่วไป และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักกีฬา มีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยนำไปสู่การนำเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุยต่อไป

สิริพร อิมหัน (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย มีขั้นตอนดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น 2) การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย 3) การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย สรุปผลนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยและจัดทำคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย โดยใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการพัฒนารูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 คน และใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 คน ผลการวิจัย พบว่ารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย มีองค์ประกอบ 7 ด้าน 40 รายข้อ คือ 1) ด้านบุคลากร จำนวน 6 ข้อ 2) ด้านงบประมาณ จำนวน 6 ข้อ 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ข้อ 4) ด้านการจัดการ จำนวน 6 ข้อ 5) ด้านการตลาด จำนวน 5 ข้อ 6) ด้านการจัดการความเสี่ยง จำนวน 5 ข้อ 7) ด้านประเด็นจริยธรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย จำนวน 6 ข้อ ผลการวิจัยมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติและสามารถนำเสนอเป็นคู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ โดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและประเมินระดับศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และ 3) ศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมายเป็นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มาโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการวิจัย พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย สนามกอล์ฟ 8 แห่ง และสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ 7 แห่ง มียอดขายในปี พ.ศ.2556 จำนวน 263.69 ล้านบาท เป็นยอดขายจากสนามกอล์ฟร้อยละ 60.28 และยอดขายจากสนามฝึกซ้อมกอล์ฟร้อยละ 39.72 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจำนวน 243,640 คน เป็นชาวไทยร้อยละ 66.13 และชาวต่างชาติร้อยละ 33.87 เกิดการจ้างงานทั้งหมด 1,456 อัตรา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟที่เหมาะสม ประกอบด้วย องค์ประกอบการจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม โดยต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงด้วยการจัดตั้งชมรมการท่องเที่ยว ภายหลังจากนำรูปแบบการจัดการดังกล่าวไปใช้ พบว่า ชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในภาพรวมว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวกหรือมีสภาพดีขึ้น



682156326

MSU - IThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ภคินันท์ วรรณพินิจ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ทั้งภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยมี 5 รูปแบบ ประกอบด้วย รูปแบบที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ตามธรรมชาติสร้างขึ้น รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น รูปแบบที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น รูปแบบที่ 4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเน้นจัดกิจกรรม และรูปแบบที่ 5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาพื้นเมือง และปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ทั้ง 5 รูปแบบส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านชนิดกีฬา และปัจจัยด้านหน่วยงานเสนอแนะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยนำเอกลักษณ์พิเศษของวัฒนธรรมการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นมาเป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยว

งานวิจัยต่างประเทศ

Kostas Alexandris; & Kyriaki Kaplanidou (2014) ได้ทำการศึกษาโดยการรวบรวมและสรุปงานวิจัยต่างๆ ที่ศึกษาเรื่องของการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ศึกษาเรื่องของประเด็นด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยทั้ง 4 ฉบับ ยังพบว่ายังขาดงานวิจัยหรือทฤษฎีต่างๆ ที่กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยตรง หมายถึงผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ณ พื้นที่จัดกิจกรรมโดยตรงและผู้ชมที่ชมการถ่ายทอดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และปัญหาที่พบร่วมกันคือ ปัญหาด้านการจัดการที่คงเป็นปัญหา คือขาดการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจจัดงานเป็นปัจจัยสำคัญที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแสดงออกมา รวมถึงด้านการจัดการพื้นที่ที่ยังคงพบปัญหา เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ปัญหาขยะ ฯลฯ ที่เป็นผลกระทบจากเปิดรับการท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าของภาพการจัดการแข่งขัน

Yu (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมกีฬาในการเดินทางมาประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้แบบสำรวจด้วยคำถาม 49 ข้อ เพื่อถามนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยจำนวนกว่า 500 คน ผลการศึกษา พบว่า มี 6 ปัจจัยหลักที่สามารถจูงใจผู้ชมกีฬาให้สามารถเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ ต้นทุนสำหรับการเดินทาง ความสนใจในกีฬาระดับอาชีพ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความสนใจในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการชมกีฬาสด และโอกาสในการชมนักกีฬาชาวเอเชียหรือนักกีฬาชื่อดังในการแข่งขัน

Gursoy & Kendall (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เจ้าภาพจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬา การสร้างโมเดลการสนับสนุนของผู้อาศัยในท้องถิ่น โดยที่นักวิจัยได้ทดสอบโมเดลโครงสร้างของการรับรู้

ของผู้อาศัยในท้องถิ่น โดยที่นักวิจัยได้ทดสอบโมเดลโครงสร้างของการรับรู้ของผู้อยู่อาศัยของ ผลกระทบการแข่งขันโอลิมปิกฤดูหนาว 2002 (2002 Winter Olympics) และได้สรุปปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงมทกรรมการแข่งขันกีฬาประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ 1) ความเป็นห่วงของ ชุมชน (Community Concern) 2) ทศนคติที่เห็นแก่สิ่งแวดล้อม (Ecocentric Attitude) 3) ความ ผูกพันของชุมชน (Community Attachment) และ 4) การรับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ (Perceived Benefits) ทั้งนี้ การรับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ (Perceived Benefits) มีอิทธิพลทางตรงต่อการ สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว และพบว่า ความเป็นห่วงชุมชน (Community Concern) มี อิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ (Perceived Benefits) และ การรับรู้ความสูญเสีย (Perceived Costs) ความผูกพันของชุมชน (Community Attachment) มีอิทธิพลทางตรงต่อการ รับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ (Perceived Benefits) และทัศนคติที่เห็นแก่สิ่งแวดล้อม (Ecocentric Attitude) มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับผลประโยชน์ (Perceived Benefits) และ การรับรู้เกี่ยวกับ ความสูญเสีย (Perceived Costs)

Gibson, Willming & Holdnak (2003: 181-190) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิง กีฬาขนาดเล็ก กรณีศึกษานักท่องเที่ยวลักษณะแฟนคลับ” โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของแฟนคลับที่เข้าร่วมการแข่งขันอเมริกันฟุตบอลของทีมมหาวิทยาลัยฟลอริดา มีกลุ่ม ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 181 คน ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันอเมริกันฟุตบอลของทีม มหาวิทยาลัยฟลอริดา ที่สนามการแข่งขันของทีมมหาวิทยาลัยฟลอริดา ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (เป็นคำถามแบบปิด จำนวน 67 ข้อ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมา วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา) และแบบสัมภาษณ์ (โดยการสุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ เชิงลึกแล้วมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา) ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถึงร้อยละ 72 เป็นเพศหญิงร้อยละ 28 มีอายุอยู่ระหว่าง 18 ถึง 80 ปี และมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 48 ปี ระยะทางที่เดินทางเฉลี่ย 229.3 ไมล์ มีร้อยละ 66 ซ้อมตัวเข้าชมแบบทั้งฤดูกาล ซึ่งเข้าชมเกมการแข่งขันประมาณ 4-5 เกม ร้อยละ 64 และเข้าชมเกมการแข่งขันในกีฬาพิเศษ ร้อยละ 61 2) ลักษณะ ของผู้ที่เข้าชมการแข่งขัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เข้าชมที่มีความสนใจในทีม มหาวิทยาลัยฟลอริดาเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมากกว่าร้อยละ 70 กลุ่มที่ 2 ผู้เข้าชมที่ติดตามกลุ่ม 1 มาเพื่อ ชมการแข่งขัน มีร้อยละ 15.2 กลุ่มที่ 3 ผู้เข้าชมที่เป็นคู่สมรสของกลุ่ม 1 มีสัดส่วนร้อยละ 9.8 และกลุ่ม สุดท้าย เป็นผู้เข้าชมที่มาร่วมงานอื่นในพื้นที่และเข้าชมการแข่งขันมีเพียงร้อยละ 3.7 3) ผู้เข้าร่วมชม การแข่งขันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรกเป็นผู้เข้าร่วมชมการแข่งขันที่พักในพื้นที่ น้อยกว่า 24 ชั่วโมง เรียกประเภทนี้ว่า “ทัศนอาจรเชิงกีฬา” และประเภทที่สอง คือ ผู้เข้าร่วมการ แข่งขันที่พักในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง เรียกประเภทนี้ว่า “นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา” มีร้อยละ 48 4) นักทัศนอาจรเชิงกีฬามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 114.82 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงสุดเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ร้านค้าปลีก เฉลี่ย 34.21 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ค่าของที่ระลึกเฉลี่ย 26.52 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าอาหารเฉลี่ย 25.68 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการแข่งขันเฉลี่ย 16.51



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ดอลลาร์สหรัฐ ค่าน้ำมันในการเดินทางเฉลี่ย 7.38 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าข้อปิ้งเฉลี่ย 4.61 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 293.38 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงสุดเกี่ยวกับที่พัก 76.84 ดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือ ค่าอาหารเฉลี่ย 66.05 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าใช้จ่ายร้านค้าเฉลี่ย 51.13 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าของที่ระลึกเฉลี่ย 46.11 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการแข่งขันเฉลี่ย 17.98 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าข้อปิ้งเฉลี่ย 17.71 ดอลลาร์สหรัฐ ค่าน้ำมันในการเดินทางเฉลี่ย 17.56 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พักของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นส่วนใหญ่พักอาศัย 2 คืน มีน้อยละ 27.1 รองลงมาคือพักอาศัยเพียง 1 คืน มีร้อยละ 14 และพักอาศัย 3 คืน หรือมากกว่า มีร้อยละ 7.2 เกี่ยวกับการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเลือกการพักอาศัยอยู่กับเพื่อนหรือญาติมากที่สุด ร้อยละ 36.8 เลือกที่พักในเมือง Gainesville ร้อยละ 35.9 ที่พักแบบโรงแรมร้อยละ 30 การตั้งแคมป์พักแรมร้อยละ 13 และที่พักแบบห้องพักร่วมอาหารมื้อเช้าร้อยละ 1

Bourdeau et al (2002: 22-32) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกีฬากับการท่องเที่ยวในฝรั่งเศส และยุโรป พบว่า กิจกรรมการแข่งขันที่จัดขึ้นมีเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และในทำนองเดียวกันความต้องการของนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ผลการศึกษา พบว่า กีฬายามว่างอาทิ การปีนผา การปั่นจักรยานท่องเที่ยว การปั่นจักรยานเสือภูเขา การผจญภัยในหุบเขา การกระโดดร่ม และกีฬาที่ใช้ความเร็วบนผิวน้ำได้รับการยกฐานะและพัฒนาให้เป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง นักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเสาะหา แสวงหากิจกรรมกีฬาเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

Gibson (1998) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการทบทวนและวิจารณ์วรรณกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในช่วงปี 1998 ในสามขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ 1) Active Sport Tourism หมายถึง นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกีฬา 2) Event Sport Tourism หมายถึง การเดินทางไปชมกิจกรรมการแข่งขันกีฬา และ 3) Nostalgia Sport Tourism ซึ่งหมายรวมถึงการเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์กีฬา สถานที่เล่นกีฬาที่มีชื่อเสียงหรือกิจกรรมที่มีรูปแบบการล่องเรือ ซึ่งสามารถสรุปจากการทบทวนวรรณกรรม คือ ขาดการบูรณาการของนโยบาย การวิจัย และการศึกษา โดยในระดับนโยบาย การประสานงานที่ดีขึ้นระหว่างหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบด้านกีฬาและหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง ขณะเดียวกันในระดับการวิจัย การวิจัยในมิติที่หลากหลายสาขาวิชาเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยที่สร้างบนฐานความรู้ระหว่างกีฬาและการท่องเที่ยว

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

งานวิจัยในประเทศ

ศักดิ์ยศ สังข์พันธ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกีฬาดำน้ำตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกีฬาดำน้ำตามแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น ตาม

องค์ประกอบการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์กีฬาดำน้ำและองค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยกระบวนการบริหารจัดการ POLC โดยกระบวนการวิจัยแบบเดลฟายประยุกต์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านการวางแผน (Planning) 5 องค์ประกอบคือ จัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม จัดการทรัพยากรบุคคล พัฒนาบริการและการตลาดพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ด้านการจัดการองค์กร (Organizing) 10 องค์ประกอบคือ กรมการท่องเที่ยวออกแบบโปรแกรม อุทยานแห่งชาติดูแลกิจกรรมสำนักงานการท่องเที่ยวพัฒนาคน หน่วยกู้ภัย ตำรวจน้ำ ตำรวจภูธรและองค์การบริหารส่วนตำบลดูแลความปลอดภัย กรมเจ้าท่า ดูแลเรือ ตำรวจท่องเที่ยวตรวจมีคฤหะศก องค์การบริหารส่วนจังหวัด ผู้ประกอบการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก องค์การบริหารส่วนตำบลและโรงพยาบาลดูแลสุขภาพนักท่องเที่ยว เครือข่ายในท้องถิ่นกำหนดมาตรฐานบริการ มีคฤหะศกและครูสอนดำน้ำออกแบบกิจกรรมแนะนำให้เกิดพฤติกรรม การใช้ทรัพยากร 3) ด้านการนำ (Leading) 13 องค์ประกอบ คือ สนับสนุนงบประมาณเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมนำไปฟื้นฟูทรัพยากร ออกกฎหมายและบังคับใช้ เปิดหลักสูตรทางการศึกษาให้กับคนในพื้นที่ วางผังเมือง นำนักท่องเที่ยวส่งถึงชุมชน ออกแบบโปรแกรม วางกลไกให้ชุมชนเข้าถึงการท่องเที่ยว ทำข้อตกลงการใช้ประโยชน์ในพื้นที่และดูแลรักษาสร้างความเข้าใจเรื่องกฎหมาย มาตรฐานและแนวปฏิบัติ รับฟังปัญหาแก้ไขความไม่สะดวก ส่งเสริมการรวมกลุ่มเตรียมบริการและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน ให้มีมีคฤหะศกในการทำกิจกรรมทุกครั้ง 4) ด้านการควบคุม (Controlling) 7 องค์ประกอบ คือ เปิดปิดฤดูกาลการท่องเที่ยว แบ่งพื้นที่แหล่งดำน้ำ จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ติดตั้งทุ่น สอดส่องดูแลบังคับใช้กฎหมาย ควบคุมมาตรฐานการให้บริการ บริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

เพ็ญญา ฉัตรศรี (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนอีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจความคิดเห็นของชุมชนเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนผสมของการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง 3) วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ชุมชน และภาครัฐ ถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน 4) กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนอีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสม ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติ ในการทดสอบสมมุติฐาน งานวิจัยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-Test และ F-Test ส่วนวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสอบถามมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูล กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม ได้แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการและภาครัฐ จำนวน 15 คน.และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง อายุเฉลี่ย 41-50 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. อาชีพข้าราชการ มีรายได้ต่อ

เดือนมีระหว่าง 10,001-15,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชุมชน อีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย

2) ข้อมูลวิจัยคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความคิดเห็นว่า ควรอนุรักษ์วิถีวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ชุมชน ให้สามารถอำนวยประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต ร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เป็นไปในทางทิศทางเดียวกัน และสืบสานตำนานเอกลักษณ์ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมีการวางแผนการจัดการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนและการจัดการ แผนระยะยาว คือ การพัฒนาชุมชนและบุคลากร เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์การจัดการท่องเที่ยวแบบวิถีวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น การพัฒนาความรู้ของบุคลากรนับเป็นแผนหลัก ในการจัดการและปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีชนเผ่าภูไท ต่อไป ส่วนวิธีการแก้ไขระยะสั้นและระยะยาว คือ การพัฒนาบุคลากรให้รู้จักปัญหาที่เกิดขึ้นและทราบวิธีการแก้ปัญหา

จันทร์จิรา สุขบรรจง (2559) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมามดแดง อำเภอบางบาล จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษา พบว่า ต้องมีการจำกัดปริมาณของนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้พื้นที่ดูแออัด การแก้ปัญหาท้องฟักและที่จอดรถไม่เพียงพอ และควรมีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ตลาดนัดย้อนยุค เกษตรแนวใหม่ เป็นต้น บุคลากรในท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังขาดความรู้เรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดบุคลากรเข้ามาให้ความรู้ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ณัฐทิศา โธจนประศาสน์, วิภาวรรณ ดินนังวัฒนะ และประเสริฐ ทองหนู่น้อย (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชายฝั่ง จังหวัดตรัง กลุ่มเป้าหมายคือ แกนนำกลุ่มการท่องเที่ยวของชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ได้แก่ อบต. เจ้าหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง และเจ้าหน้าที่ขององค์กรพัฒนาเอกชน) และนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโฮมสเตย์ใน 4 แห่ง คือ หงสตาโรโฮมสเตย์ บ่อหินฟาร์มสเตย์ เกาะลิบงโฮมสเตย์ และเกาะมุกด์โฮมสเตย์ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผลการศึกษา ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชายฝั่งพิจารณาได้จากมิติผลผลิต/ผลลัพธ์ ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวประเมินสอดคล้องกัน

ธัญชา ฤทธิเดช (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของ ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางกายภาพแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวให้หลักความยั่งยืนในการท่องเที่ยวต่อแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำ และศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเห็นต่อลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมในระดับดี มีความต้องการในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาขับรถครอบครัว โดยรถส่วนตัว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 2,000 บาท เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่ำสุด 1 ชม./ครั้ง มูลค่าในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้งต่ำสุด 100 บาท จำนวนครั้งที่มาเที่ยวในรอบ 1 ปี ต่ำสุด 1 ครั้ง/ปี สูงสุด 13 ครั้ง/ปี มีแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต

สุถิ เสริฐศรี (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม ในบริบทของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงคราม 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ จังหวัดสมุทรสงครามสู่ความยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนคลองโคกนอ จำนวน 361 ชุด มีการสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางส่วน การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา และสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์และมีการอภิปรายผล ผลจากการศึกษา พบว่า 1) อัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ มีอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกนอ 3 ประการ ได้แก่ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ 2) กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคกนอเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำ กิจกรรมพายเรือคายัค และกิจกรรมอื่นๆ อาทิ กิจกรรมถีบกระดานเก็บหอยแครง กิจกรรมล่องเรือให้อาหารสัตว์ท้องถิ่น 3) แนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคกนอ ได้แก่ ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชน ปลูกฝังชาวบ้านให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนให้มีความสุข

งานวิจัยต่างประเทศ

Gibson, Kaplanidou, and Kang (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาขนาดเล็ก : ศึกษาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบ Sport event ขนาดเล็กและการทำงานของคณะกรรมการท้องถิ่นในบริบทโดยมี 3 หลัก ของการสนับสนุน ได้แก่

สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัย พบว่า ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาขนาดเล็ก เป็นทางเลือกเชิงลบที่เกี่ยวข้อง Host ของอีเว้นท์ขนาดใหญ่ชี้ให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมให้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่สามารถทำงานร่วมกับชุมชน โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาขนาดเล็กนั้นจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับชุมชน ก่อให้เกิดเสาหลักทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Cascante, Brennan และ Luloff (2010: 735-736) ได้ทำการศึกษาเรื่องชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยศึกษาชุมชนใน La Fortuna, Costa Rica ซึ่งได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับชุมชน โดยใช้การสัมภาษณ์บุคคลและการวิจัยเชิงสำรวจแบบมีส่วนร่วมในการหาข้อมูล การศึกษา พบว่า เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมจะมีความยั่งยืนได้ เนื่องจากชุมชนโครงสร้าง ความสัมพันธ์ท้องถิ่นจะเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทั้งภายในและภายนอก คือการเปิดรับทัศนคติ การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว การแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

Erick T. Byrd (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและบทบาทหน้าที่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประสบผลสำเร็จ คือ ต้องมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ในกระบวนการพัฒนา รวมถึงการจัดการและการมีส่วนร่วมของชุมชน และสิ่งที่สำคัญที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวในอนาคต ผู้นำชุมชนในปัจจุบันและผู้นำชุมชนในอนาคต



682156326

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัย ได้ศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 4 วิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 5 เสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ทั้งนี้ การดำเนินการในการวิจัยจะใช้กระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) เพื่อหาคำตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่กล่าวข้างต้น วิธีดำเนินการวิจัยจะนำเสนอเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำกับข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 1

ประชากร (Population) คือ เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือภาครัฐบาล หรือภาคเอกชนที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) คือ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วย

1. ผู้จัดการสนามฟุตบอล
 2. ผู้จัดการสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์
 3. ผู้จัดการสนามวิ่งรวม 3 คน
- เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์ (Observation)



682156326

กลุ่มที่ 2 เพื่อตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 2 และ 3

ประชากร (Population) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยในปี พ.ศ.2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว 960,463 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2564)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) เป็นตารางการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 โดยมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับประชากรที่มีขนาดเล็กได้ตั้งแต่ 10 ขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยใช้จำนวนประชากรที่มีจำนวนจำกัด (Finite Population) (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2555: 164) โดยในปี พ.ศ.2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว 960,463 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2564) ผู้วิจัยใช้เป็นฐานในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เมื่อเทียบตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

กลุ่มที่ 3 เพื่อตอบตามความมุ่งหมายของงานวิจัยข้อที่ 4

ประชากร (Population) คือ ภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในจังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) คือ ผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม (Key Person) ภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน ประกอบด้วย 1.ผู้จัดการสนามฟุตบอล 2.ผู้จัดการสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ 3.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ 4.นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์ 5.วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ 6.ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานบุรีรัมย์ 7.นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 8.คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 9.ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 10.พัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ 11.ประธานหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัยซึ่งเป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบ่งเครื่องมือตามความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

ความมุ่งหมายข้อที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับความพร้อมของทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการรองรับหรือให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีประเด็นดังนี้ คือ 1) ศักยภาพด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction) 2) ศักยภาพของอุปกรณ์กีฬา (Sports Equipment) 3) ศักยภาพของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) 4) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ (Attractive) 5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) 6) ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Convenience)

ความมุ่งหมายข้อที่ 2 และ ความมุ่งหมายข้อที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะแบบสอบถามของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 13 ข้อ และให้เลือกคำตอบมากกว่า 1 จำนวน 4 ข้อ รวม 17 ข้อ โดยมีประเด็นคำถามของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเป้าหมาย (Goal) 2) ด้านความพร้อม (Ready) 3) ด้านสถานการณ์ (Situation) 4) ด้านการแปลความหมาย (Interpretation) 5) ด้านการตอบสนอง (Response) 6) ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา (Result) 7) ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Disappointment) และ ลักษณะแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ซึ่งมีประเด็นคำถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เกี่ยวกับ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) 2) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service) 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service)

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

ความมุ่งหมายข้อที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน (Sustainable For Sport Tourism Management) โดยนำหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) ซึ่งเป็นเกณฑ์เวอร์ชัน 2.0 (v2.0) ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 2030 ทั้ง 17 ข้อ (Sustainable Development GOALS : SDGs) มาเป็นข้อคำถามในการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1. ด้านการจัดการความยั่งยืน 2. ด้านความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ 3. ด้านความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

ความมุ่งหมายข้อที่ 5 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำผลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อตอบความมุ่งหมายข้อที่ 1 ผลจากการตอบแบบสอบถาม เพื่อตอบความมุ่งหมายข้อที่ 2 และ ข้อที่ 3 และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อตอบความมุ่งหมายข้อที่ 4 มาขอรับคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive research) เพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือทั้ง 3 แบบโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

- 1) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
- 2) นำเสนอแบบสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข
- 3) แก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ
- 4) นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความและความมุ่งหมายของการวิจัย ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อความตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับความมุ่งหมายของการวิจัย
N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ΣR แทน ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของข้อความ ดังนี้

1. ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. ให้คะแนน -1 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย

ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้ ถ้าข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปเป็นข้อความได้ แต่ถ้าข้อความที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อความใหม่ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของความมุ่งหมายของการวิจัยนี้มีค่า 1.00 ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยมีผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ และผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
3. ดร.โอชัญญา บัวธรรม ตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- 5) แก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

6) นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย เพื่อขอรับการรับรองแบบสัมภาษณ์

7) คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยรับรองแบบสัมภาษณ์ นำแบบสัมภาษณ์ ออกสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย

2. การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

1) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลมากำหนดข้อความของแบบสอบถาม
 2) นำเสนอแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข
 3) แก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ
 4) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความและความมุ่งหมายของการวิจัย ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อความ ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับความมุ่งหมายของการวิจัย
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
 และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของข้อความ ดังนี้

1. ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. ให้คะแนน -1 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย

ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้ ถ้าข้อความที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปเป็นข้อความได้ แต่ถ้าข้อความที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อความใหม่ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของความมุ่งหมายของการวิจัยนี้มีค่า 0.96 ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยมีผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ และผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
3. ดร.โอชัญญา บัวธรรม ตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

5) แก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

6) นำแบบสอบถามเสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย เพื่อขอรับการรับรองแบบสอบถาม

7) คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยรับรองแบบสอบถามแล้ว

8) นำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) โดยการทดลอง (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เป็นการกระจายจำนวนประชากรแบบปกติที่มีความแปรปรวนในระดับปกติ (Normal Distribution) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) ของแบบสอบถาม (ยุทธ ไกยวรรณ, 2551: 134) โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ถ้าต่ำกว่า 0.70 แปลว่าข้อคำถามขาดความเชื่อมั่น (Cronbach, 1951) ดังตามสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{(k-1)} \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
 k แทน จำนวนข้อ
 $\sum s_i^2$ แทน ผลรวมความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 s_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

6) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยว

3. การสร้างแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสนทนากลุ่มซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC)

2) นำเสนอแบบสนทนากลุ่มให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข

3) แก้ไขแบบสนทนากลุ่มตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ

4) นำแบบสนทนากลุ่มที่แก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามและความมุ่งหมายของการวิจัย ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อคำถาม ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (ศิริชัย กาญจนวาสี, สุวิมล ตีรกานันท์, และศิริเดช สุชีวะ, 2543) ดังนี้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมายของการวิจัย
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

และได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของข้อคำถาม ดังนี้

1. ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. ให้คะแนน -1 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามได้ไม่ตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย

ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้ ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปเป็นข้อคำถามได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อคำถามใหม่ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556) ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของความมุ่งหมายของการวิจัยนี้มีค่า 0.97 ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยมีผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ และผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 3. ดร.โอษฐ์ญา บัวธรรม ตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 - 5) แก่ไขแบบสนทนากลุ่มตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
 - 6) นำแบบสนทนากลุ่มเสนอต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย เพื่อขอรับการรับรองแบบสนทนากลุ่ม
 - 7) คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยรับรองแบบสนทนากลุ่ม นำแบบสนทนากลุ่ม มาเป็นข้อคำถามในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในขอบเขตของการวิจัย
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive research)
- 1) นำข้อมูลที่ได้จากตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive research)
 - 2) นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive research) ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ
 - 3) แก่ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และเอกสารทางวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานมาทำการวิจัยตามเรื่องที่กำหนดและความสมบูรณ์ของเนื้อหามากยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

2.1 ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือภาครัฐบาล หรือภาคเอกชนที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยในขณะทำการสัมภาษณ์และเมื่อเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อคำถามว่าครบสมบูรณ์ถูกต้องหรือไม่

2.2 ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับภาคีเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยในขณะทำการประชุมกลุ่มย่อยและเมื่อเสร็จสิ้นการประชุมกลุ่มย่อยผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบประเด็นในการประชุมกลุ่มย่อยว่าครบสมบูรณ์ถูกต้องหรือไม่

2.3 ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ และเมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ทุกฉบับและจำนวนของแบบสอบถาม

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ข้อมูลที่ได้จากการการศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และเอกสารทางวิชาการ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (Content Analysis) เป็นการนำเอกสารหรือหลักฐานต่างๆ มาวิเคราะห์ให้เห็นว่า มุ่งพรรณนาและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2555: 105)

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือภาครัฐบาล หรือภาคเอกชนที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และกำหนดรหัสเพื่อจำแนกข้อมูล (Open Coding) การหาแก่นของรหัส (Axial Coding) การเลือกรหัส (Selective Coding) และการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Development of a Logic Paradigm) (Corbin and Strauss, 2008)

3. ข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับภาคีเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในจังหวัดบุรีรัมย์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้กรอบแนวคิด 7S Model แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ 1. ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2. ด้านโครงสร้าง (Structure) 3. ด้านระบบ (System) 4. ด้านบุคลากร (Staff) 5. ด้านทักษะ (Skill) 6. ด้านรูปแบบ (Style) 7. ด้านแบ่งปัน (Share) (Peter and Waterman, 1982)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์หาข้อมูลจึงได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive research) คุณลักษณะของข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำมาเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ยูท ทยวรรณ์, 2551: 141)

ตอนที่ 2 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive research) คุณลักษณะของข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำมาเสนอในรูปแบบตาราง วิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ยูท ทยวรรณ์, 2551: 141) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย \bar{x}

$$\text{สูตร } \bar{x} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\sum X$ = ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

\bar{x} = ค่าเฉลี่ยทางสถิติ (Mean) ที่คำนวณจากกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

$$\text{สูตร } SD = S = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N}}$$

เมื่อ x = ค่าของข้อมูลแต่ละตัวหรือจุดกึ่งกลางของแต่ละตัว

\bar{x} = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดค่าเฉลี่ยระดับคะแนนของความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 5 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับที่ 4 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ระดับที่ 3 ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

$$\text{ช่วงระดับคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ซึ่งระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ตามขนาดของช่วงระดับคะแนน ดังนี้

ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ซึ่งเป็นการหาความแตกต่างของเพศกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square Test) ซึ่งเป็นการหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ (Glass & Hopkins. 1984: 80) โดยกำหนดความเชื่อมั่นระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) โดยการทดลอง (Try out) กับนักท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เป็นการกระจายจำนวนประชากรแบบปกติที่มีความแปรปรวนในระดับปกติ (Normal Distribution) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) ของแบบสอบถาม (ยุทธ ไกยวรรณ, 2551: 134) โดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ถ้าต่ำกว่า 0.70 แปลว่าข้อคำถามขาดความเชื่อมั่น
2. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) และนำมาเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ซึ่งเป็นการหาความแตกต่างของเพศกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square Test) ซึ่งเป็นการหาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ (Glass & Hopkins. 1984: 80) โดยกำหนดความเชื่อมั่นระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 3 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	<u>ประชากร</u> คือ เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือภาคีรัฐบาล หรือภาคเอกชนที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ <u>กลุ่มตัวอย่าง</u> ประกอบด้วย 1.ผู้จัดการสนามฟุตบอล 2.ผู้จัดการสนามแข่งรถยนต์และจักรยานยนต์ 3.ผู้จัดการสนามวิ่งรวม 3 คน	แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)	แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และ (Coding analysis)
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	<u>ประชากร</u> คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ <u>กลุ่มตัวอย่าง</u> คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 384 คน (ตามตารางของเครจซีและมอร์แกน)	แบบสอบถาม (Questionnaire)	แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)	สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ t-test และ Chi-square
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว	<u>ประชากร</u> คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ <u>กลุ่มตัวอย่าง</u> คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทาง	แบบสอบถาม (Questionnaire)	แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)	สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ t-test และ

ความมุ่งหมายของการวิจัย	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
เชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	ทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 384 คน (ตามตารางของเครจซีและมอร์แกน)			Chi-square
4. เพื่อวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์	<p><u>ประชากร</u> คือ ภาคีเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ในจังหวัดบุรีรัมย์</p> <p><u>กลุ่มตัวอย่าง</u> คือ ภาคีเครือข่ายทางการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.ผู้จัดการสนามฟุตบอล 2.ผู้จัดการสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ 3.ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ 4.นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์ 5.วัฒนธรรมจังหวัดบุรีรัมย์ 6.ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานบุรีรัมย์ 7.นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 8.คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 9.ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 	ประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)	แบบเจาะจง (Purposive Sampling)	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)



682156326

MSU-IThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ความมุ่งหมายของการวิจัย	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
	10.พัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ 11.ประธานหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์			
5. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์	นำผลการวิจัยจากความมุ่งหมายการวิจัยข้อที่ 1-4 มาสังเคราะห์เสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แล้วนำข้อมูลที่ได้กลับลงสู่ชุมชน			การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และ (Coding analysis)



682156326

MSU-IThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสนามกีฬา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 384 ฉบับ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 1

ตอนที่ 2 ผลการศึกษากิจกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 2

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 3

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบความมุ่งหมายของการวิจัยข้อที่ 4

ตอนที่ 6 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 5

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วย 1. ผู้จัดการสนามฟุตบอล 2. ผู้จัดการสนามแข่งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ 3. ผู้จัดการสนามวิ่ง รวม 3 คนจึงทำให้ได้ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ด้านความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Attraction) 2) ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) 3) ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) 4) ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) 5) ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) 6) ด้านสถานที่ที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.ด้านความพร้อมของสถานที่ (Attraction) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านความพร้อมของสถานที่ (Attraction) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความพร้อมของสถานที่และสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังต่อไปนี้

1.1 สนามช้างอารีนา

สนามช้างอารีนาสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้ 32,600 ที่นั่ง มีความสูงเทียบเท่าตึก 4 ชั้น สนามช้างอารีนาได้ถูกบันทึกลงในกินเนสบุ๊กเวิลด์เรคคอร์ดเป็นสนามฟุตบอลในระดับฟีฟ่าที่ใช้ระยะเวลาในการก่อสร้างน้อยที่สุดในโลก คือ 256 วัน สนามช้างอารีนาได้มาตรฐานแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งสนามไม่มีลู่วิ่งคั่นและได้ผ่านการรับรองมาตรฐานในระดับโลกจากสมาพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ, มาตรฐานสนามกีฬาระดับเอ จากสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย และสหพันธ์ฟุตบอลอาเซียน ซึ่งถือได้ว่าสนามช้างอารีนาเป็นสนามฟุตบอลในระดับ World Standard ในการบริหารจัดการสนามช้างอารีนาดำเนินการบริหารจัดการตามที่มาตรฐานกำหนดไว้ เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานของสนาม แต่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ทางผู้บริหารสนามช้างอารีนา ได้กำหนดนโยบายให้ปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขในการเว้นระยะห่างของผู้เข้าชมการแข่งขัน จึงทำให้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 สนามช้างอารีนาสามารถรองรับจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันได้เพียง 28,000 คน ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ผู้ที่เข้าชมการแข่งขันต้องได้รับการฉีดวัคซีนไม่น้อยกว่า 2 เข็ม จึงจะสามารถเข้าชมการแข่งขันได้ หากยังไม่เคยได้รับการฉีดวัคซีนหรือได้รับ 1 เข็ม ต้องผ่านการตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และนำผลการตรวจมาขึ้นกับเจ้าหน้าที่ของสนาม ซึ่งจะต้องเป็นผลการตรวจจากโรงพยาบาลเท่านั้น สามารถขอตรวจได้ที่ทั้งโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชน ทางสนามช้างอารีนาไม่รับผลการตรวจจาก ATK ซึ่งในการให้บริการของสนามช้างอารีนาโดยสมมุติว่าหากผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลในสนามช้างอารีนา ใช้อัตราเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลในบัตรของผู้เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลจะระบุที่นั่ง และประตูทางเข้าภายในพื้นที่ของสนามไว้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถตรวจสอบได้ทันทีและเช็คได้ว่าจะต้องเข้าประตูใดของสนาม เช่น ประตู A1 หรือ A2 หรือ A3 เมื่อผู้เข้าชมการแข่งขันเข้ามาภายในสนามแล้ว ทางสนามได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลของที่นั่ง หากผู้เข้าชมการแข่งขันเข้าผิดประตู ผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่และเจ้าหน้าที่จะอธิบายรายละเอียดของที่นั่งในการเข้าชมฟุตบอล โดยผู้เข้าชมการแข่งขันที่เข้าผิดประตูต้องออกมาจากโซนที่นั่งที่เดิมและเดินเข้าประตูใหม่ให้ถูกต้องตามที่ระบุในบัตรเข้าชมการแข่งขัน ซึ่งไม่สามารถข้ามไปมาระหว่างโซนที่นั่งได้ เพราะประตูของแต่ละที่นั่งเป็นพื้นที่เฉพาะของที่นั่งนั้นๆ ไม่สามารถเดินทางไปมาหากันระหว่างโซนที่นั่งได้ นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจำนวน 500 คน ทำหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้กับผู้เข้าชมการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือ

นักท่องเที่ยวมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยตลอดระยะเวลาในการเข้าชมการแข่งขัน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำตามจุดที่กำหนด ทั้งสนามช้างอารีนา นอกจากนี้ภายในสนามช้างอารีนามีบริการห้องน้ำในทุกชั้น ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าใช้บริการได้ และมีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดดูแลทำความสะอาดตลอดเวลา หากในช่วงที่มีการแข่งขันและมีจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันเป็นจำนวนมาก ทางสนามช้างอารีนาจะดำเนินการจัดให้บริการรถสุขาเคลื่อนที่มาให้บริการทั้ง 4 ด้านของสนามช้างอารีนา ซึ่งการดำเนินการทุกอย่างจะเป็นไปตามมาตรฐานสากล

ในส่วนของนักกีฬาที่มาทำการแข่งขันในสนามช้างอารีนาได้จัดให้มีห้องเก็บตัวนักกีฬา ห้องปฐมพยาบาลซึ่งห้องปฐมพยาบาลของนักกีฬาจะแยกออกจากห้องปฐมพยาบาลของผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้องอบอุ้งร่างกาย ห้องตรวจสอบสารเสพติดให้กับนักกีฬา ห้องพักนักกีฬาและมีห้องล็อกเกอร์สำหรับเก็บของใช้ส่วนตัว ในส่วนของคณะกรรมการที่ทำหน้าที่ในการตัดสินมีห้องพักของคณะกรรมการตัดสินด้วย

สนามช้างอารีนาสร้างขึ้นเพื่อเป็นสนามที่ทำการจัดการแข่งขันฟุตบอลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ นอกจากการแข่งขันฟุตบอล สามารถจัดกิจกรรมได้บริเวณภายนอกของสนามช้างอารีนา และรวมถึงการแข่งขันฟุตบอลด้วยสามารถดำเนินการจัดการแข่งขันด้านนอกสนามช้างอารีนา บริเวณภายนอกของสนามช้างอารีนาจัดให้มีพื้นที่จอดรถอยู่บริเวณโดยรอบของสนามทั้งบริเวณด้านหน้า, ด้านหลัง, ด้านซ้าย และด้านขวาของสนามช้างอารีนา จะสังเกตเห็นได้ว่าสนามช้างอารีนาจะอยู่ตรงกลางของพื้นที่ นอกจากนี้สนามช้างอารีนาได้จัดพื้นที่ให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามาจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกของชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ และจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้กับผู้เข้าชมการแข่งขันและนักท่องเที่ยว ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวที่ซื้ออาหารและเครื่องดื่มสามารถนำเข้ามารับประทานในพื้นที่โดยรอบของสนาม และทางสนามได้จัดให้มีจุดทิ้งขยะโดยรอบสนามช้างอารีนา รวมถึงด้านในสนามช้างอารีนาด้วย โดยรวมแล้วการบริหารจัดการสนามช้างอารีนาดำเนินการบริหารจัดการโดยปฏิบัติตามกฎและระเบียบเพื่อรักษามาตรฐานสากล



ภาพประกอบ 10 สนามช้างอารีนาสถานที่จัดการแข่งขันฟุตบอล

1.2 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามแข่งรถยนต์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ (FIA) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐาน เอฟไอเอ เกรด 1 (FIA Grade 1) โดยได้รับอนุญาตให้จัดการแข่งขันรถสูตรหนึ่ง (ฟอร์มูล่าวัน) และยังได้รับการรับรองจากสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ (FIM) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐานเอฟไอเอ็ม เกรด เอ (FIM Grade A) ซึ่งได้รับการอนุญาตให้จัดการแข่งขันโมโตจีพี และถือได้ว่าสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามที่รองรับการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยได้รับความสนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นักกีฬาที่เข้ามาทำการแข่งขันต้องใช้ระยะเวลาในการแข่งขันอย่างน้อย 3 วัน มีการพักค้างคืนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการจัดการแข่งขันจะจัดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คือ วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ โดยในวันศุกร์กำหนดให้เป็นวันซ้อม วันเสาร์เป็นการซ้อมเสมือนจริงมีการจับเวลาตามการแข่งขันจริง ส่วนวันอาทิตย์เป็นวันแข่งขันจริง ผู้จัดการแข่งขันหรือผู้เตรียมการแข่งขันจะเดินทางมาล่วงหน้าช่วงต้นสัปดาห์เพื่อมาเตรียมจัดการแข่งขัน ในการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต สามารถรองรับจำนวนนักแข่งขันได้อย่างเพียงพอ เพราะในการจัดการแข่งขันแต่ละครั้ง ทางผู้จัดการแข่งขันได้กำหนดตารางการแข่งขันอย่างชัดเจนทำให้ทราบจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันและสามารถรองรับจำนวนผู้เข้าแข่งขันได้อย่างเพียงพอ ส่วนผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถรองรับได้ถึง 20,000 คน สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ได้รับการ

ตอบรับที่ดีจากผู้เข้าแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่ สามารถทำให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งถือได้ว่าสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามแข่งรถที่ดีและมีคุณภาพในการจัดการแข่งขัน ในส่วนของการเข้าชมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถจองและซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันล่วงหน้าผ่านระบบออนไลน์ หรือสามารถซื้อบัตรเข้าชมที่สนามได้เช่นเดียวกัน ในการจัดการแข่งขันได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้การขายบัตรเข้าชมหมดภายใน 5 นาที จากจำนวนบัตรเข้าชมการแข่งขันจำนวน 200,000 ใบ ถือได้ว่าเกินเป้าหมายที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ และที่สำคัญผู้เข้าชมชาวไทยให้สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นสนามที่จัดการแข่งขันดีที่สุดในโลก ถือได้ว่าเป็นที่น่ายกย่องภูมิใจของประเทศไทย ในส่วนของการรองรับจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้านบนของสนามสามารถรองรับผู้เข้าชมการแข่งขันจำนวน 8,200 คน และยังมีสเตนกิ่งถาวรซึ่งอยู่บริเวณด้านข้างของสนามสามารถรองรับได้ประมาณ 40,000 คน แต่ที่นั่งจะไม่ระบุเลขที่ที่นั่งซึ่งสามารถเลือกที่นั่งได้ตามอัธยาศัย จะระบุแต่เพียงโซนที่นั่งในการเข้ารับชมการแข่งขันเท่านั้น ซึ่งผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถรับชมได้ตามโซนที่กำหนด และบริเวณด้านหลังสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จัดให้เป็น commercial area มีการออกบูธจำหน่ายสินค้า มีการทำกิจกรรมต่างๆ เป็นการโปรโมทสินค้า และมีการจัดคอนเสิร์ต ในการจัดกิจกรรมต่างๆ ได้รับความร่วมมือจากทางภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนอย่างเต็มที่ ซึ่งถือได้ว่าประสบความสำเร็จและผลตอบรับที่ดี

ในการวางแผนเพิ่มหรือลดจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน ผู้บริหารสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มองว่าเป็นโอกาสทางการแข่งขัน และการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งกำหนดให้ขายบัตรเข้าชมการแข่งขันตามจำนวนที่นั่งของสนามหรืออาจเพิ่มที่นั่งเสริมได้ตามสัดส่วนที่กำหนด และไม่ขัดต่อการแข่งขันของผู้เข้าชมแข่งขัน หากนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมการแข่งขันต้องการเข้ามาท่องเที่ยวภายในสนาม ในช่วงที่ไม่มีการแข่งขันสามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ และต้องมีบัตรอนุญาตเข้าพื้นที่ หากไม่มีบัตรจะไม่สามารถเข้ามาภายในสนามได้ จะชมได้เพียงภายนอกของสนามเท่านั้น การที่มีผู้เข้าร่วมชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมากสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงบวก เพราะทำให้เกิดรายได้ ที่พักส่วนใหญ่เต็มทุกที่ หากผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันหรือผู้เข้าชมการแข่งขันที่ไม่สามารถจองที่พักในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ สามารถเข้าพักในจังหวัดใกล้เคียง เช่น สุรินทร์ นครราชสีมา และมหาสารคาม ซึ่งการเดินทางสะดวกตลอดเส้นทาง ทางผู้บริหารไม่มีนโยบายในการสร้างที่พักของสนาม เพราะอยากให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีรายได้ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ มีรายได้จากการจัดการแข่งขันของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต แต่ทางสนามได้จัดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการกางเต็นท์สามารถกางเต็นท์เพื่อเป็นที่พักในระหว่างจัดการแข่งขันได้

ก่อนเริ่มการจัดการแข่งขันทางทีมผู้บริหารของสนามและผู้จัดการแข่งขัน จะดำเนินการจัดการประชุมก่อนการจัดการแข่งขันทุกครั้ง และทางสนามจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้าก่อนการจัดการแข่งขันหากมีการร้องขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ จะดำเนินการแจ้งให้ประชาชนทราบ



682156326

ก่อน หากมีการปิดถนนทางสนามจะดำเนินการแจ้งเส้นทางสำรองเพื่อหลีกเลี่ยงและป้องกันรถติด ในช่วงที่มีการแข่งขัน การจัดการรถเข้า-ออกภายในสนามและโดยรอบของสนาม ในช่วงการจัดการแข่งขันมีจำนวนรถเข้า-ออกสนามเป็นจำนวนมาก อาจทำให้การจราจรติดขัด ทางผู้จัดการแข่งขันได้ จัดเตรียมรถชุดเตอร์บัส ให้บริการในการเดินทางเข้า-ออกสนาม ซึ่งผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว สามารถใช้บริการรถชุดเตอร์บัสได้ฟรี ตลอดระยะเวลาในการจัดการแข่งขัน ซึ่งการให้บริการของรถชุดเตอร์บัสจะให้บริการตามจุดรับ-ส่งที่กำหนด เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ รวมถึงสถานที่ต่างๆ ในตัวเมืองบุรีรัมย์ เช่น ห้างสรรพสินค้า เพื่อรับ-ส่ง มายังสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต นอกจากนี้ทางสนามได้จัดให้มีบริการจุดพักคอยซึ่งเป็นจุดพักรอคอยขึ้นรถชุดเตอร์บัส หากผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยเครื่องบินโดยสาร ทางสนามได้ จัดให้มีรถชุดเตอร์บัสรอรับยังสนามบินมาส่งตามจุดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่โรงแรมหรือที่สนาม ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่จัดการแข่งขัน ทางผู้บริหารได้จัดให้ชุมชนได้นำรถอีแต่นหรือรถตุ๊กๆ ของชุมชนมาทำหน้าที่ในการขนส่งผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ ที่มีการจัดการแข่งขันในแต่ละชนิดภายในสนาม เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จัดให้มีการแข่งขันอยู่ 3 ชนิด ได้แก่ 1.การแข่งขันรถยนต์ฟอร์มูล่าวัน 2.การแข่งขันรถจักรยานยนต์โมโตจีพี และ 3.การแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์ มาราธอน โดยสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีพื้นที่ 1,200 ไร่ แบ่งออกเป็น 5 สนาม ประกอบด้วย 1.สนามโกคาร์ทเป็นสนามจำลองขนาดเล็กเพื่อทำการฝึกสอนให้กับเยาวชนที่มีอายุ 12 – 14 ปี มีระยะทางประมาณ 4 – 5 กิโลเมตร และมีโค้งทั้งหมด 12 โค้ง 2.สนามหลักของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต เป็นถนนทางเรียบเส้นตรงแบบเทิลทางคู่และสนามจะเปิดเข้ามาชนกับตัวสนามในส่วนหนึ่งของโซนหนึ่ง โดยมีระยะวิ่ง 400 เมตร, 600 เมตร, 1,000 เมตร แล้วทางด้านหลังมีสองสนาม คือ สนามซูเปอร์ครอส กับ สนามวิบาก และสนามสุดท้ายสนามเวทเทลิ่ง นอกจากนี้ยังมีบางส่วนที่จัดทำขึ้นมาเพื่อสำหรับใช้ในการทดสอบเกี่ยวกับมอเตอร์สปอร์ต เช่น ทดสอบเกี่ยวกับยางรถยนต์ ทดสอบสมรรถนะของรถยนต์ค่ายต่างๆ โดยการนำรถยนต์มาวิ่งเพื่อทดสอบสมรรถภาพในการขับขี่ เมื่อมีการผลิตสินค้าตัวใหม่ที่เกี่ยวกับมอเตอร์สปอร์ต จะนำมาทดสอบมีการจำลองสถานการณ์ถนนเปียกหรือจำลองถนนในรูปแบบต่างๆ เพื่อการทดสอบด้วย สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต สามารถทำกิจกรรมทุกอย่างได้ครอบคลุมไม่ใช่แค่การแข่งขันเพียงอย่างเดียว ยังเป็นสนามที่นักแข่ง สามารถมาทำการฝึกซ้อมในสถานที่จริงโดยอยู่ภายใต้การควบคุมของเจ้าหน้าที่และมาตรฐานการแข่งขันจริง ในการฝึกซ้อมหรือการแข่งขัน ซึ่งมีเจ้าหน้าที่มาร์แชล ประจำอยู่ในป้อมจำนวน 12 ป้อม ของสนามทำหน้าที่ในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับผู้เข้าแข่งขันในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ หรือเกิดเหตุขัดข้อง เจ้าหน้าที่มาร์แชลจะทำหน้าที่ในการดูแลและเรียกเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที

ในการวางแผนผังของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ชั้นล่างของสนามเป็น สำนักงานของสนาม และมีห้องประชุมนักแข่ง นักแข่งที่เข้าร่วมการแข่งขัน ก่อนลงสนามจะต้องเข้ามาประชุมในห้องประชุมนักแข่งเพื่อรับทราบกฎ กติกา ในการใช้สนามและข้อควรระวัง ข้อห้ามต่างๆ

หรือแม้แต่กระทั่งในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งทางสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จะแจ้งให้ทราบ ทุกครั้งก่อนเข้าพื้นที่ในสนาม ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่นักแข่งหรือทีมงานต้องทราบและนำมาปฏิบัติ ร่วมกันกับนักแข่งจากทีมอื่นๆ นอกจากนี้ทางสนามได้จัดห้องพัก ห้องออกกำลังกาย ให้กับนักแข่งที่ เข้าร่วมการแข่งขัน และบริเวณด้านหลังของสนามมีการให้บริการเรียกว่าคิกการาจ ทำหน้าที่ ให้บริการตรวจเช็คครด ซ่อมแซม ปรับแต่งตรวจเช็คก่อนการแข่งขัน บริเวณด้านหน้าของคิกการาจ จัด ให้มีคิกเลน ซึ่งจะทำหน้าที่ในการเซอร์วิสเบื้องต้นให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน เช่น การเติมน้ำมัน เปลี่ยนยาง ถัดเข้ามาบริเวณด้านในส่วนของสนามแข่งขันจะมีรั้วกั้นการเข้ามาในพื้นที่ โดยพื้นที่ตรงนี้ สงวนสิทธิ์เฉพาะผู้ที่ได้รับอนุญาตและต้องติดบัตรประจำตัวตลอดเวลา ในส่วนชั้นสองมีห้องควบคุม การแข่งขันมีการตรวจจับมอนิเตอร์ภายในสนามทั้งหมด 31 ตัวโดยรอบของสนาม เจ้าหน้าที่สามารถ ตรวจจับสถานการณ์การแข่งขันได้ทุกจุดโดยรอบของสนาม เพื่อตรวจสอบการตัดสินการแข่งขัน ซึ่ง จะมีเจ้าหน้าที่ของสนาม เจ้าหน้าที่ในส่วนของทีมก๊วยและหัวหน้าทีม เจ้าหน้าที่ของสมาพันธ์ต่างๆ เมื่อถึงเวลาในการแข่งขัน คณะกรรมการจะเข้ามาดูการแข่งขันอยู่ในห้องควบคุมการแข่งขัน ซึ่งระบบ ทุกอย่างได้มาตรฐานในการแข่งขันระดับนานาชาติ นอกจากนี้ทางสนามได้จัดให้มีห้องสื่อมวลชน มีทั้งหมด 9 ห้อง ซึ่งใน 9 ห้องสามารถทะลุหากันได้และอีกฝั่งหนึ่งเป็นห้องของสปอนเซอร์และ ห้องวีไอพี ส่วนชั้นสาม เป็นแกรนด์สแตนด์ มีที่นั่งทั้งหมด 8,200 ที่นั่ง ส่วนด้านบนของแกรนด์สแตนด์ เป็นห้องนักพากษ์ช่วงเวลาที่มีการแข่งขันนักพากษ์จะเข้ามาพากษ์อย่างน้อย 2 ภาษา สำหรับฝั่งตรง ข้ามของสนาม มีตู้คอนเทนเนอร์ซึ่งเป็นที่พักเฉพาะของสมาชิกในทีมที่เข้ามาทำการแข่งขันและเข้ามา จัดเตรียมการแข่งขันในระหว่างการแข่งขันเท่านั้น



682156326



ภาพประกอบ 11 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต สถานที่จัดการแข่งขันรถยนต์และรถจักรยานยนต์

1.3 บุรีรัมย์ มาราธอน (ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์)

บุรีรัมย์ มาราธอน มีผู้สมัครเข้าร่วมแข่งขัน จำนวน 30,000 คน ซึ่งในการจัดการแข่งขันสามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมแข่งขันและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ การจัดการแข่งขันจะพิจารณาจำนวนในการรับสมัครผู้เข้าร่วมการแข่งขันโดยจะพิจารณาเป็นปีต่อปี ที่ผ่านมาไม่เคยลดจำนวนผู้เข้าแข่งขัน มีแต่เท่าเดิมกับเพิ่มจำนวนมากขึ้น แต่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ผู้จัดการแข่งขันกำหนดให้รับเท่าเดิม เพราะต้องควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสด้วย ในการเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันนั้น หมายถึงการเพิ่มจำนวนของที่พัก ร้านอาหารด้วย เพราะในการเดินทางเข้ามาแข่งขันผู้เข้าร่วมการแข่งขันส่วนใหญ่มีผู้ติดตามมาด้วย ความต้องการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกก็เพิ่มขึ้นตามลำดับ จำนวนนักท่องเที่ยวมีมากขึ้นเกินที่จังหวัดบุรีรัมย์จะรับได้ เช่น จำนวนที่พักไม่เพียงพอ ร้านอาหารไม่เพียงพอ ซึ่งได้ขยายการเข้าพักไปยังจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันสามารถสอบถามที่พักมายังผู้จัดการแข่งขันเพื่อสอบถามข้อมูลของที่พักหรือข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน หากผู้เข้าร่วมการแข่งขันต้องการพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ ทางผู้จัดการแข่งขันได้จัดพื้นที่ให้สำหรับกางเต็นท์ด้วย นอกจากนี้ทางสำนักงานท่องเที่ยว

และกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ได้จัดทำโครงการโฮมสเตย์เพื่อจัดที่พักให้กับผู้เข้าแข่งขันที่สนใจพักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถสอบถามข้อมูลการเข้าพักกับทางสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

ในการจัดการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์ มาราธอนสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยงที่เดินทางมาแข่งขัน เริ่มแรกป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง มีติดตั้งในพื้นที่โดยรอบของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเฉพาะเข้ามาในพื้นที่ในการแข่งขันมีป้ายบอกทุกระยะทางในการเดินทางของผู้เข้าร่วมการแข่งขันหากไม่ได้ขับรถส่วนตัวมา ผู้จัดการแข่งขันได้เตรียมบริการรถโดยสารสาธารณะรับ-ส่งตามจุดให้บริการมายังสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิตซึ่งเป็นจุดปล่อยตัว โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการโดยสาร นอกจากนี้ยังมีการให้บริการรถแท็กซี่ แกร็บ วินมอเตอร์ไซด์ เมื่อผู้เข้าร่วมการแข่งขันเดินทางเข้ามาในพื้นที่จัดการแข่งขันทางผู้จัดการแข่งขันมีบริการจุดพักคอยให้กับผู้เข้าแข่งขัน ห้องน้ำสาธารณะ จัดให้มีอาหารและเครื่องดื่มบริการ มีทีมแพทย์และแพทย์แผนไทยให้บริการแก่นักวิ่งด้วย

การแบ่งประเภทของการแข่งขันบุรีรัมย์ มาราธอน มี 4 ประเภทการแข่งขัน ประกอบด้วย 1.ฟันรัน 2.มินิมาราธอน 3.ฮาฟมาราธอน และ 4.มาราธอน ซึ่งในแต่ละประเภทมีระยะทางดังนี้ ฟันรัน ระยะทาง 4.554 กิโลเมตร มินิมาราธอน ระยะทาง 10 กิโลเมตร ฮาฟมาราธอน ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร และ มาราธอน ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร และสิ่งสำคัญในการจัดการแข่งขันของบุรีรัมย์ มาราธอน ผู้จัดการแข่งขันกำหนดให้จุดเริ่มต้นที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต และจุดสิ้นสุดที่ สนามช้างอารีน่า ซึ่งทั้ง 2 สนามนี้มีพื้นที่ที่กว้างขวางสามารถรองรับจำนวนผู้เข้าแข่งขันได้ตามที่ผู้จัดการแข่งขันกำหนด และมีพื้นที่ที่จอดรถเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าแข่งขันบุรีรัมย์ มาราธอน



ภาพประกอบ 12 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิตสถานที่จัดการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน

2. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) ในการจัดการแข่งขันกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความพร้อมของอุปกรณ์กีฬาและสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังต่อไปนี้

2.1 สนามช้างอารีนา

ในการจัดการแข่งขันฟุตบอล ทางสนามช้างอารีนาได้จัดอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันไว้ อย่างเพียงพอต่อการแข่งขันในแต่ละครั้ง เพราะการแข่งขันฟุตบอลได้กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันไว้ชัดเจนสามารถคำนวณอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันได้อย่างเพียงพอ ในบางครั้งทางสโมสรบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ได้แจกฟุตบอลที่จัดทำพิเศษเฉพาะการแข่งขันนั้นๆ ซึ่งร่วมกันกับทีมฟุตบอล เลสเตอร์ซิตี โดยแจกให้กับผู้เข้าชมการแข่งขัน โดยให้นักฟุตบอลเตะขึ้นไปบนอัฒจันทร์ให้กับผู้เข้าชมการแข่งขัน ประมาณ 20 – 30 ลูก นอกจากนี้สนามช้างอารีนา โดยสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ได้จัดให้มีการสอนการเตะฟุตบอลให้กับเยาวชนที่สนใจและเด็กด้อยโอกาสรวมถึงการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งจะมีการให้ข้อมูลในการใช้อุปกรณ์ที่ถูกต้องกับผู้เรียน

เมื่อถามถึงการให้ข้อมูลในการแข่งขันก่อนทำการแข่งขันทุกครั้งทางผู้จัดการแข่งขันจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลในการจัดการแข่งขันแก่นักเตะในแต่ละทีมเพื่อทราบถึงกฎระเบียบต่างๆ ในการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ของนักเตะ ของกรรมการสนาม กรรมการตัดสิน และผู้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการแข่งขัน และก่อนเริ่มการแข่งขันก็จะให้ข้อมูลกับผู้เข้าชมการแข่งขันด้วย

2.2 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิตมีความพร้อมของอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานโลก และเพียงพอต่อความต้องการในการจัดการแข่งขัน และเพียงพอต่อการใช้งานของนักแข่ง ส่วนในจุดขายของสนามเพื่อการท่องเที่ยวของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ด้วยตัวสนามเป็นการไฮโมโลเกตแบบสูงสุด ซึ่งเป็นจุดขายของสนาม ลูกค้ำหรือเจ้าของทีม หรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเปิดตัวสินค้าสามารถใช้สนามแห่งนี้ในการทดสอบ โดยส่วนมากจะเป็นอุปกรณ์ทั่วไป แต่จะเน้นในเรื่องของความปลอดภัยมากกว่า มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของรถพยาบาล รถสไลด์ ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน เพื่อให้ทันช่วงที่ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ มีเจ้าหน้าที่ประจำสนามที่ทำหน้าที่ในการเก็บกู้ซากชิ้นส่วนของรถ และช่วยเหลือนักแข่ง มีเจ้าหน้าที่สกุเอนจินีเยริง ทำหน้าที่ในการตรวจสภาพรถซึ่งเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ตลอดระยะเวลาทำการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีการจัดเตรียมเพียงพอต่อการจัดการแข่งขัน ซึ่งในการแข่งขันแต่ละครั้งผู้จัดการแข่งขันได้กำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์ที่จะใช้ในการแข่งขัน กำหนดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่จะทำหน้าที่ในการช่วยเหลือนักแข่งในสนามจำนวนเจ้าหน้าที่มีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการแข่งขันของรถแต่ละชนิด ในการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งทางอแกไนซ์เซอร์กับโปรโมเตอร์ มีการดำเนินการวางแผนร่วมกันก่อนจัดการแข่งขันต้องทำอะไรบ้างในแต่ละเดือน ทั้งก่อนการจัดการแข่งขันจนถึงการแข่งขัน

และการแข่งขันเสรีจลื่น ในการแข่งขันแต่ละรายการต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่ หากผู้จัดการแข่งขันต้องการความช่วยเหลือสามารถขอความช่วยเหลือมาที่สนาม ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ในส่วนของความปลอดภัยไม่ได้มีเพียงแต่รถพยาบาลเพียงอย่างเดียว แต่ได้มีการขอความร่วมมือเฮลิคอปเตอร์มาปฏิบัติหน้าที่ในช่วงที่ทำการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมี อุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น ถังดับเพลิง เป็นต้น

ก่อนการแข่งขัน ทางสนามจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันในการใช้อุปกรณ์กีฬาที่ห้องนักแข่งก่อนเป็นอันดับแรกเพื่อรับฟังข้อควรปฏิบัติข้อห้ามต่างๆ การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นข้อปฏิบัติตามมาตรฐานสากล แต่ถ้าเป็นการช่วยเหลือเพิ่มเติมอย่างอื่นนอกเหนือจากการแข่งขัน มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ซัพพอร์ตอยู่ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน ในช่วงเวลาที่แต่ละทีมเข้ามาทำการแข่งขันจะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลในแต่ละทีม แบ่งเป็น ทีมวิศวกร ทีมช่างเครื่องต่างๆ ถ้าผู้เข้าแข่งขันมีปัญหาในการแข่งขันหรือมีปัญหาในเรื่องของอุปกรณ์หรือต้องการความช่วยเหลืออื่นๆ สามารถติดต่อโดยประสานผู้จัดการแข่งขัน หรือติดต่อประสานมายังสำนักงานของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิตได้

การดูแลตรวจสอบซ่อมบำรุง หากเกิดอุบัติเหตุในสนาม ทางสนามมีเจ้าหน้าที่ประจำสนามจะทำหน้าที่ในการเก็บกู้ชิ้นส่วนทันทีเพื่อให้สามารถดำเนินการแข่งขันต่อไปได้ ซึ่งทางสนามมีกล้องตรวจเช็คและตรวจสอบว่ามีชิ้นส่วนอะไรที่ต้องเก็บกู้หรือไม่ เพราะจะต้องนำออกไปทันทีหากเก็บกู้ไม่หมดอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในรอบต่อไปได้ และเมื่อจบการแข่งขันเจ้าหน้าที่ของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ดำเนินการซ่อมแซมในส่วนที่เสียหาย ให้สามารถใช้งานได้เต็มรูปแบบปร้อยเปอร์เซ็นต์พร้อมที่จะทำการแข่งขันในรอบต่อไป



682156326



ภาพประกอบ 13 ห้องให้ข้อมูล

2.3 บุรีรัมย์ มาราธอน

บุรีรัมย์ มาราธอนไม่มีอุปกรณ์กีฬา แต่ในการจัดการแข่งขันได้จัดเตรียมการบริการให้กับผู้เข้าแข่งขัน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มแรก “ก่อนวิ่ง” และกลุ่มที่สอง “หลังวิ่ง” ซึ่งกลุ่มก่อนวิ่งมีผู้นำต้นแอโรบิค เพื่อยืดเส้นยืดสายก่อนการวิ่ง และมีจุดบริการรับฝากของเพื่อให้คนวิ่งได้ฝากของ ส่วนกลุ่มหลังวิ่งมีบริการนวดฝ่าเท้า ไอซ์บาสท์ และมีบริการอาหารและเครื่องดื่มให้กับนักวิ่งที่เข้ามาถึงเส้นชัย ซึ่งในขณะที่ทำการวิ่งได้จัดให้มีน้ำบริการตลอดระยะทาง และมีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้การช่วยเหลือตลอดการวิ่งหากเกิดอุบัติเหตุในขณะที่ทำการแข่งขัน ก่อนที่จะทำการแข่งขันหรือตั้งแต่ช่วงที่เปิดรับสมัครผู้จัดการแข่งขันจะประชาสัมพันธ์กฎกติกาการแข่งขันให้กับนักวิ่งทราบก่อนการตัดสินใจสมัครเข้าแข่งขัน และก่อนการแข่งขันผู้จัดการแข่งขันจะเน้นย้ำอีกครั้งให้กับผู้เข้าแข่งขันทราบ รวมถึงให้ข้อมูลข้อห้าม ข้อควรระวังในการวิ่ง และเกณฑ์การให้คะแนนต่างๆ ซึ่งผู้เข้าแข่งขันจะทราบถึงกติกาที่ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ในพื้นที่การจัดการแข่งขันจัดให้มีบูทของผู้จัดการแข่งขัน มีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการแข่งขัน ซึ่งผู้เข้ารับการแข่งขันสามารถสอบถามข้อมูลต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังมีการบริการนวดเพื่อผ่อนคลายหลังจากการวิ่งแต่สิ่งที่สำคัญของเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ในการนวดจะให้ข้อมูลการสังเกตหากเกิดความผิดปกติในร่างกาย ผู้เข้าแข่งขันจะได้สังเกตตนเอง และพบแพทย์ได้อย่างทันท่วงที ในการเดินแอโรบิคก็เช่นกัน เจ้าหน้าที่จะแนะนำท่าในแต่ละท่าช่วยผ่อน



คล้ายอะไรได้บ้าง กล้ามเนื้อ หรือเส้นยึด ผู้เข้าแข่งขันก็สามารถช่วยเหลือตนเองได้ถ้ารู้สึกปวดเมื่อยหลังจากการแข่งขัน

3. ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬาและสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ดังต่อไปนี้

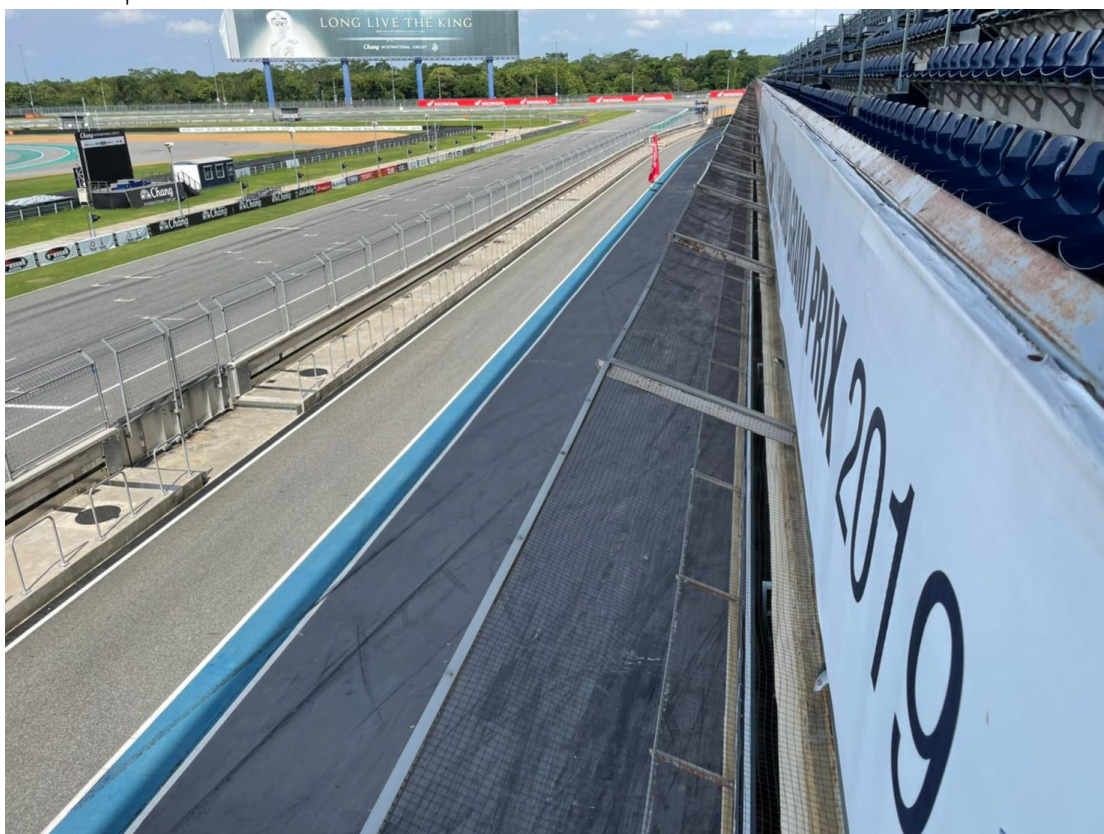
3.1 สนามช้างอารีน่า

สนามช้างอารีน่า มีบุคลากรประจำสนามโดยแบ่งเจ้าหน้าที่ออกเป็นแผนก เพื่ออำนวยความสะดวกให้บริการ อย่างเช่น แผนกดูแลนักเตะ มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านนี้ และมีจำนวนที่เพียงพอเพราะการจัดการแข่งขันฟุตบอลจะทราบจำนวนผู้เข้าร่วมแข่งขันที่แน่นอนเพราะฉะนั้น การจัดเตรียมบุคลากรก็เพียงพอต่อการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่มาจากหน้าที่โดยตรง เช่น นักกายภาพบำบัด พยาบาล แผนกจัดการแข่งขัน มีหน้าที่จัดการแข่งขันที่เพียงพอซึ่งการทำงานของแผนกนี้จะต้องจัดเตรียมการแข่งขัน ตรวจสอบระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า และสถานที่อื่นๆ ภายในสนามเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเตะ และผู้เข้าชมการแข่งขัน แผนกเยี่ยมชมสนาม มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ แผนกนี้จะทำหน้าที่ในการพานักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมการแข่งขัน เมื่อแข่งขันเสร็จแล้วสามารถพาเยี่ยมชมสนาม หรือในวันที่ไม่มีการจัดการแข่งขัน แผนกนี้จะทำหน้าที่ในการนำนักท่องเที่ยวเข้าชมสนามช้างอารีน่า ซึ่งในการทำงานของแต่ละแผนกจะทำงานในแผนกที่ตนเองสังกัดอยู่ แม่บ้านทำหน้าที่ในการทำความสะอาดเพียงอย่างเดียว เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวประจำจุดต่างๆ ของสนามช้างอารีน่า การทำงานจะแยกกันชัดเจนและเป็นระบบมาก หากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาภายในสนามพนักงานส่วนใหญ่สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ ในการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งมีเจ้าหน้าที่ประมาณ 500 – 800 คน ซึ่งเจ้าหน้าที่มีแบบประจำและแบบพาร์ทไทม์ที่มาทำงานเฉพาะมีการแข่งขันเท่านั้น

3.2 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

ความพร้อมของบุคลากรทางสนามได้จัดหาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการแข่งขันในแต่ละชนิด มีการส่งบุคลากรไปอบรมและไปเรียนเพื่อให้ผ่านการฝึกอบรมของแต่ละสมรรถนะที่จะมาทำหน้าที่ในการตัดสิน หลังจากเรียนจบมีการจัดสอบเพื่อขอรับใบอนุญาตเมื่อสอบผ่านจะได้รับใบอนุญาตให้ทำหน้าที่ในการเป็นผู้ตัดสิน เจ้าหน้าที่ที่อยู่บนห้องตัดสินทุกคนมีใบอนุญาตในการตัดสินทุกคน ในส่วนของมาร์แชลประจำสนามหรือเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในสนาม ได้จัดส่งเจ้าหน้าที่มาร์แชลไปศึกษาดูงานที่ประเทศญี่ปุ่นและต้องมีการฝึกซ้อมอยู่ตลอดเวลา มีการฝึกซ้อมเจ้าหน้าที่ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุมีการเก็บกู้ การช่วยเหลือนักแข่ง จะต้องช่วยเหลือได้อย่าง

ถูกต้องและทันต่อเวลา รวมไปถึงกรณีที่มีรถน้ำมันรั่วต้องเก็บและทำความสะอาดอย่างรวดเร็วให้สามารถจัดการแข่งขันต่อไปได้ แต่สิ่งที่สำคัญคือวิธีการในการช่วยเหลือหรือแก้ไขจะต้องดำเนินการได้อย่างถูกวิธีตามหลักสากล มีเจ้าหน้าที่ของสมาคมเข้ามาตรวจสอบทุกครั้งที่มีการจัดการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ประจำสนามมีทั้งหมด 27 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ประจำอยู่ที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต หากมีการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติมีการจัดเจ้าหน้าที่จากภายนอกเข้ามาปฏิบัติหน้าที่เพิ่มเติมจากจำนวนเจ้าหน้าที่ที่มีอยู่ มีหน่วยงานทางราชการเข้ามาช่วยในการจัดการแข่งขัน การประชาสัมพันธ์การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ หรือว่าการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวช่วยเหลือนักท่องเที่ยว จัดหาบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้หรือมีคฤศเทศก์ ทางสนามมีการวางแผนเพื่อให้ทราบจำนวนความต้องการทั้งในเรื่องของเจ้าหน้าที่และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขัน ซึ่งบางรายการในการแข่งขันในระดับนานาชาติต้องมีเจ้าหน้าที่ไม่น้อยกว่า 300 คน นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกประจำในแต่ละจุดของการแข่งขัน ตามโครงสร้างของการแข่งขันซึ่งบางทีมที่เข้าร่วมการแข่งขันจะมีเจ้าหน้าที่ของแต่ละทีม เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่กู้ภัย เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์ ในการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติ เจ้าหน้าที่ของสนามสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ ภาษาจีนได้ด้วย



ภาพประกอบ 14 จุดการให้บริการของเจ้าหน้าที่ขณะทำการแข่งขัน

3.3 บุรีรัมย์ มารารอน

ในการจัดการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์ มารารอน บางกิจกรรมได้จ้างอแกไนซ์มาดำเนินการจัดการแข่งขัน เช่น การจับเวลาในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการจับเวลาแบบดิจิทัลเป็นไมโครชิพ ที่ฝังอยู่ที่หมายเลขของผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งบุคลากรที่มาทำหน้าที่ต้องได้รับการฝึกอบรมการใช้เครื่องมือตามมาตรฐานสากล มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี เพราะมีการทดสอบระบบก่อนการแข่งขันจริงเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ตลอดเส้นทางวิ่ง เราได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดในแต่ละจุดของเส้นทางวิ่งทุกระยะ คอยช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ทั้งพยาบาล นักกายภาพบำบัด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ตลอดระยะเวลาในการแข่งขัน ซึ่งผู้เข้าแข่งขันสามารถสบายใจได้ตลอดระยะทาง และยังมีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่วิ่งร่วมกับผู้เข้าแข่งขันในแต่ละระยะทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าแข่งขัน มีเจ้าหน้าที่ดูแลทางด้านสาธารณสุขและเจ้าหน้าที่ได้จัดเตรียมยานวดและสเปร์รี่ หากมีอาการเส้นยึดหรือเกิดตะคริว สามารถเข้ารับบริการเบื้องต้นตามจุดต่างๆ ตลอดเส้นทางวิ่ง นอกจากนี้ยังมีบริการรถพยาบาลเคลื่อนที่ ช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉินและส่งต่อไปยังโรงพยาบาลบุรีรัมย์ ซึ่งเจ้าหน้าที่แต่ละคนจะได้รับการอบรมการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี และมีหมอบประจำอยู่ที่จุดสิ้นสุดการแข่งขัน

ก่อนการเริ่มการแข่งขันวิ่งผู้เข้าร่วมการแข่งขันต้องตรวจ ATK ก่อน ถึงจะเข้าไปในพื้นที่จัดการแข่งขันได้ ในการดำเนินกิจกรรมได้จัดเตรียม Ask Me ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่ผ่านการอบรม หากผู้เข้าร่วมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวมีข้อสงสัยสามารถสอบถามกับ Ask Me ได้ และช่วยตอบคำถามในสิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือ ซึ่ง Ask Me เป็นอาสาสมัครที่เป็นนักเรียน นักศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เข้ามาทำหน้าที่ในปัจจุบันมี Ask Me ที่ผ่านการอบรมแล้ว 150 คน ภูมิปฏิบัติหน้าที่ ส่วนภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก แต่เจ้าหน้าที่บางคนสามารถสื่อสารภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส และภาษาเขมรได้ เจ้าหน้าที่ทั้งหมดที่เข้ามาทำหน้าที่ประมาณ 3,000 คน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พ่อค้า แม่ค้า ในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับผู้เข้าร่วมแข่งขันและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวรวมถึงแท็กซี่ แกร็บ วินมอเตอร์ไซด์ ที่เข้าร่วมโครงการ

4. ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจและสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังต่อไปนี้

4.1 สนามช้างอารีนา

สนามช้างอารีนาบริหารงานโดยเอกชน 100% แต่การดำเนินการจัดการกิจกรรมต่างๆ มีการร่วมมือกันในการวางแผนกับภาครัฐบาล และประชาชนในพื้นที่ รวมถึงสมาคมต่างๆ ในการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยว หากมีการจัดการแข่งขันฟุตบอลทางผู้บริหารจะขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ร่วมกันใส่เสื้อบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เพื่อเป็นการแสดงถึงการต้อนรับผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา จะสังเกตเห็นได้ว่า เซเวนในจังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนใหญ่จะใส่เสื้อบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ไม่ใช่ใส่แต่ยูนิฟอร์มเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจจะบอกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมของบุรีรัมย์ไปแล้ว ชาวบ้านในจังหวัดบุรีรัมย์ก็พร้อมใจกันใส่เสื้อของบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ซึ่งเป็นความร่วมมือร่วมใจกันเองโดยที่ทางสโมสรไม่ได้ร้องขอ

สนามช้างอารีนาโดยส่วนใหญ่แล้วจะจัดการแข่งขันฟุตบอลเป็นหลักและเน้นเรื่องฟุตบอลอย่างเดียวเท่านั้น ในส่วนของการจัดการแข่งขันนโยบายผู้บริหารจะจัดในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าชมการแข่งขันไม่ต้องลางานสามารถมาในวันหยุดได้ ซึ่งในการจัดกิจกรรมการแข่งขันได้รับความร่วมมือจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการประชาสัมพันธ์การแข่งขันและนำนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมการแข่งขันจะได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่ และทุกครั้งที่สนามขอความอนุเคราะห์จากประชาชนในพื้นที่จะให้ความร่วมมือตามที่ร้องขอและเป็นเจ้าบ้านที่ดี หากถามถึงผลกระทบในเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการจัดการแข่งขันฟุตบอลไม่ได้ส่งผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ จัดให้มีการจัดการขยะในสนามช้างอารีนา มีสถานที่ทิ้งขยะ การคัดแยกขยะ เพื่อไม่ให้ขยะส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ในการอยู่อาศัย แต่ถ้ามองในมุมของสิ่งแวดล้อมไม่ได้มีผลกระทบอะไรกับสิ่งแวดล้อม ส่วนผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่เป็นผลกระทบในเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ เพราะเมื่อจัดการแข่งขันฟุตบอล ทำให้ประชาชนในจังหวัดบุรีรัมย์เกิดรายได้ มีอาชีพ มีงานทำ ได้ขายของที่ระลึกรวมถึงสินค้าประจำจังหวัดด้วย ที่สำคัญ นักศึกษาในจังหวัดได้หารายได้ระหว่างเรียนและฝึกประสบการณ์ในการทำงาน เกิดประโยชน์แบบองค์รวมมีการบูรณาการร่วมกัน

สนามช้างอารีนา เป็นสนามเดียวในประเทศไทยที่ปลูกหญ้าแพรก ที่ใช้ในสนามเป็นหญ้าไทย และเป็นสนามที่ใช้พลังงานโซลาร์เซลล์ เพราะปัจจุบันนี้ทางสนามได้ผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ หรือแม้แต่กระทั่งเสื้อของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ทำมาจากการนำขวดพลาสติกมาแปรรูปเป็นเสื้อของนักฟุตบอล นอกจากนี้ทางสนามยังสนับสนุนให้นำสินค้าของชุมชนมาจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าของชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการขายสินค้า สร้างรายได้ให้กับชุมชน



ภาพประกอบ 15 สนามหญ้าภายในสนามช้างอารีน่า

4.2 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ในส่วนของสนามแข่งรถส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าชมการแข่งขันเฉพาะกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมการแข่งขันเป็นแรงดึงดูดใจด้วยตัวกิจกรรมเองและรวมถึงนักแข่งด้วย ผู้ที่สนใจเข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาชมการแข่งขันตัดสินใจจากการจัดการแข่งขันของประเภทนั้นๆ ถึงแม้จะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 แต่ก็ยังมีผู้ที่สนใจเข้าชมการแข่งขันเหมือนเดิมเพียงแต่การจัดการแข่งขันได้จัดให้มีมาตรฐานในการจัดการแข่งขันตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด สิ่งที่สำคัญหากมีนักแข่งระดับโลกเข้ามาทำการแข่งขันที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีแฟนคลับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาชมการแข่งขันซึ่งเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าชมการแข่งขัน

ในการจัดการแข่งขันทางสนามจะจัดการแข่งขันในวันหยุดสุดสัปดาห์ คือ วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ เพราะหากจัดในวันธรรมดาผู้ชมส่วนใหญ่ทำงานไม่สามารถมาดูในวันธรรมดาได้ จึงทำให้การจัดการแข่งขันกำหนดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ แต่ในส่วนของวันธรรมดามีกิจกรรมที่ค่ายรถต่างๆ เข้ามาทดสอบรถหรือเข้ามาถ่ายโฆษณา เป็นต้น

การจัดการแข่งขันรถที่สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต กับการยอมรับของคนในพื้นที่แบ่งออกเป็น 2 มุมมอง มุมมองแรกบางคนอาจจะมองว่ามีเสียงรบกวน แต่ผู้บริหารมองว่าเสียงรถยนต์หรือเสียงรถมอเตอร์ไซค์ มันคือเสียงของเม็ดเงิน เวลาที่มีกิจกรรมทำให้เกิดรายได้ในพื้นที่

ประชาชนมีรายได้จากการแข่งขันรถยนต์ มีงานทำ เพราะในช่วงเวลากลางวันนักแข่งและทีมจะอยู่ที่สนามแข่งแต่เมื่อจบการแข่งขันในแต่ละวันนักแข่งและทีมจะเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ ไปใช้จ่ายไปทานอาหารไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนบุรีรัมย์ มุมมองที่ 2 ประชาชนในพื้นที่ให้การยอมรับเพราะสามารถสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ได้

ส่วนการเชื่อมโยงของทรัพยากรการท่องเที่ยวการแข่งขันนักแข่งและทีมงานจะอยู่ที่สนามแข่ง เพราะฉะนั้นผลกระทบที่จะเกิดกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวไม่มี ในช่วงของการแข่งขันมีประชาชนบางส่วนนำรถไปจอดบริเวณโค้ง 12 ซึ่งทำให้เกิดการจราจรติดขัดแต่ทางสนามได้จัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าไปดูแลพื้นที่ไม่ให้เกิดการจราจรติดขัดในทุกครั้งที่มีการแข่งขัน เพราะส่วนใหญ่ประชาชนที่แวะที่โค้ง 12 เพื่อต้องการถ่ายรูปเท่านั้นไม่ได้รอชมการแข่งขันเมื่อถ่ายภาพเสร็จก็จะออกจากพื้นที่

4.3 บุรีรัมย์ มาราธอน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการจัดทำแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ช่วยกันวางแผน และทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังมีสมาคมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เข้ามาช่วยกันวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน แล้วนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวผ่านโบว์ชัวร์ เว็บไซต์ของทุกหน่วยงาน โฆษณาทางทีวี และป้ายประชาสัมพันธ์ทั่วเมืองบุรีรัมย์ การจัดการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์ มาราธอน ได้เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์เข้าไปด้วยตามเส้นทางการท่องเที่ยว อย่างเช่นภูเขาไฟที่เขาคระโดง ซึ่งเป็นภูเขาไฟที่ดับสนิทแล้ว นักกะเรียนพันธุ์ไทยอยู่ที่ห้วยจรเข้มาก ซึ่งเป็นเส้นทางการวิ่งของบุรีรัมย์ มาราธอน อย่างน้อยความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นแรงดึงดูดให้นักวิ่งแวะเที่ยวชมก่อนกลับบ้าน หลังจากนั้นก็วิ่งเสร็จจากการแข่งขัน

ก่อนจัดการแข่งขันประมาณ 6 เดือน ได้จัดเตรียมความพร้อมในการจัดการแข่งขัน เชิญหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดเตรียมการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์มาราธอน กำหนดรูปแบบของปีนี้ นำข้อมูลจากปีที่แล้วมาแก้ไขและปรับปรุงในปีนี้ ในวาระการประชุมกำหนดแบ่งหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งทางสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ทำหน้าที่รับผิดชอบและเสนอคำสั่งลงนามโดยผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ ในคำสั่งได้มีการกำหนดหน้าที่การทำงาน รับผิดชอบในส่วนงานไหนบ้าง มีหน่วยงานอะไรบ้าง หากการดำเนินการจุดไหนที่มีปัญหาหรือต้องปรับปรุงแก้ไขจะได้ดำเนินการและเชิญหน่วยงานที่รับผิดชอบแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในการมอบหมายภารกิจจะดูภารกิจของแต่ละหน่วยงานนั้นเป็นหลัก เช่น การไฟฟ้าดูเรื่องระบบไฟฟ้า ตำรวจดูแลเรื่องจราจรและความปลอดภัย เป็นต้น

ผู้เข้าร่วมการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์ มาราธอน สามารถนำหมายเลขประจำตัวหรือที่เรียกว่าบิบ เข้าชมปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำได้ฟรี ตรงนี้เป็นแรงดึงดูดใจให้กับผู้เข้าแข่งขันในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อแข่งขันเสร็จ โปรแกรมการจัดการแข่งขันวิ่งจะจัดในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งตรงกับวันเสาร์ เพราะจากการสอบถามข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการแข่งขันสะดวกในวันเสาร์ เพราะวันอาทิตย์ได้พักผ่อนและเริ่มกลับไปทำงานในวันจันทร์และในการจัดการแข่งขันวิ่งในช่วงวันเสาร์ประชาชนในพื้นที่เห็นด้วย เพราะบางคนต้องมาช่วยครอบครัวในการทำธุรกิจ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร

ในมุมมองของความเชื่อมโยงโทรมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีวิธีการในการดูแล เพราะการจัดการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน จะจัดปีละ 1 ครั้ง มีการวางแผนงานในการบำรุงทรัพยากรธรรมชาติบริเวณโดยรอบของเส้นทางวิ่งที่นักวิ่งจะต้องผ่านหลีกเลี่ยงไม่ให้ส่งผลกระทบให้มากที่สุด โดยจัดเส้นทางวิ่งบนถนน มีการปิดเส้นทางวิ่ง และให้ผู้ใช้รถไปใช้เส้นทางอื่นในการเดินทาง มีป้ายบอกเส้นทางชัดเจน มีการจัดทำแผนงานในการซ่อมบำรุงทรัพยากรธรรมชาติ หากมีผลกระทบจะดำเนินการทันทีเมื่อเสร็จการแข่งขัน เพื่อฟื้นฟูให้เร็วที่สุด และส่งผลกระทบให้น้อยที่สุดต่อทรัพยากรนั้นๆ แต่ในเบื้องต้นจะขอความร่วมมือเจ้าของพื้นที่ที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่นั้นๆ ในการดูแล เช่น พื้นที่ของเทศบาลขอความร่วมมือให้เทศบาลดูแล พื้นที่ของ อบต.ขอความร่วมมือให้ออบต.นั้นๆ ดูแล ซึ่งเจ้าของพื้นที่จะเข้าใจบริบทของพื้นที่ที่รับผิดชอบได้ดี ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีในส่วนของขยะที่เกิดขึ้นได้จัดให้มีจุดทิ้งขยะในทุกจุด มีรถเก็บขยะเก็บทันทีเมื่อการแข่งขันเสร็จสิ้น ซึ่งสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมแข่งขันและประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างมาก ไม่มีขยะเกลื่อนเต็มท้องถนนหรือตามเส้นทางวิ่ง



ภาพประกอบ 16 จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม

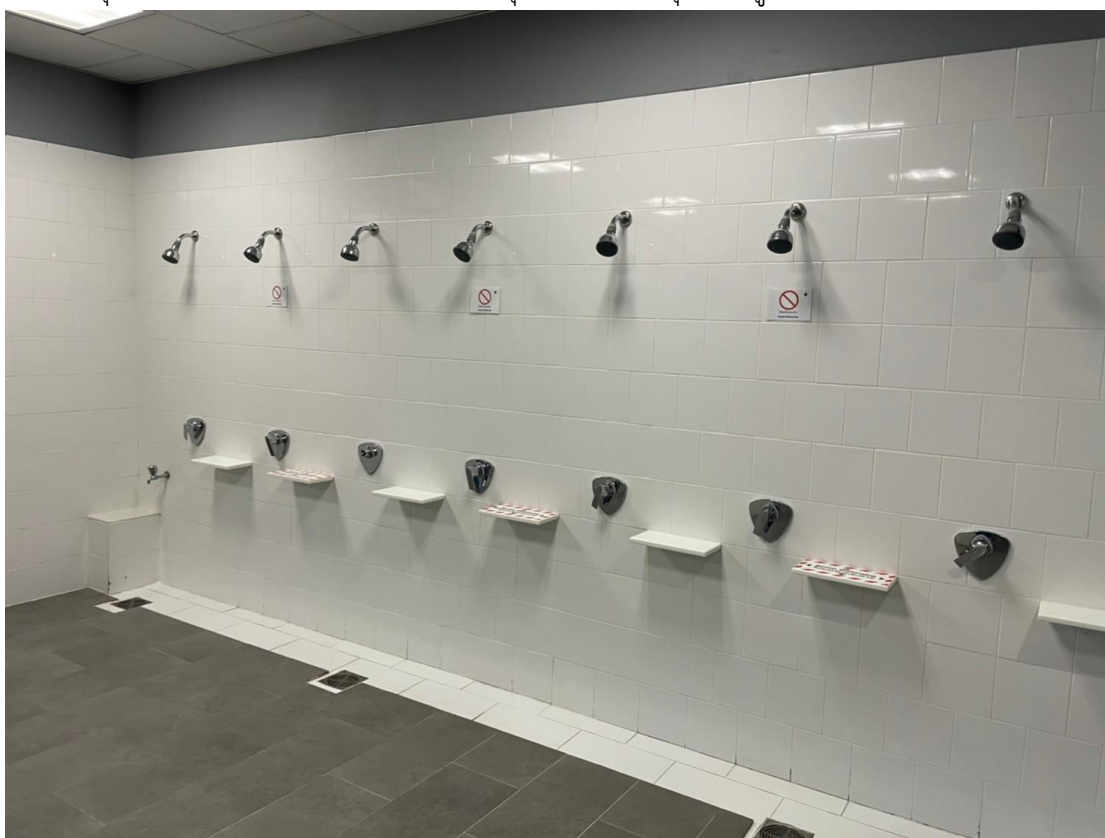
5. ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในการจัดการแข่งขันกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก และสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังต่อไปนี้

5.1 สนามช้างอารีนา

สนามช้างอารีนา มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานโลก มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประจำจุดต่างๆ ของสนามช้างอารีนา ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีเส้นทางหนีไฟ มีระบบสัญญาณเตือนเมื่อเกิดเหตุ และเส้นทางฉุกเฉินที่สามารถระบายผู้คนออกจากสนามได้อย่างรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกมาโดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ที่นั่งพักคอย ห้องน้ำ ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ซึ่งการบริการเหล่านี้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขัน จะทำการสำรวจก่อนวันแข่งขัน หากมีปัญหาหรือไม่สามารถใช้งานได้ดำเนินการซ่อมแซมหรือเปลี่ยนใหม่ ก่อนที่จะเริ่มการแข่งขันที่สำคัญในสนามช้างอารีนามีระบบบำบัดน้ำ ซึ่งสามารถนำน้ำกลับมาใช้ได้ใหม่ ซึ่งสนามจะมีลักษณะเหมือนหลังเต่าเมื่อฝนตกลงมา น้ำจะไหลลงท่อระบายน้ำ เพื่อนำน้ำเข้าสู่กระบวนการบำบัดและสามารถนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ได้

การประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวทางสนามได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊คของสนามช้างอารีน่า และเฟสบุ๊คของสโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และช่องทางนี้ยังสามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลทั่วไปกับสนามช้างอารีน่าได้ นอกจากนี้ยังมีป้ายประชาสัมพันธ์ ทั่วเมืองบุรีรัมย์ ตามจุดต่างๆ เช่น สถานีขนส่ง สนามบิน สถานีรถไฟ หรือที่สนามช้างอารีน่า และบริเวณจุดขายบัตรเข้าชมการแข่งขัน สิ่งที่สำคัญเมื่อผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังสนามช้างอารีน่าจะทำการไลฟ์สด หรือ เช็คอิน ตรงจุดนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัวให้กับสนามช้างอารีน่า โดยเฉพาะตารางการแข่งขัน หรือข้อมูลของสนามช้างอารีน่า ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข้อมูลได้จากเพจเฟสบุ๊คของสนามช้างอารีน่า หรือเพจเฟสบุ๊คของสโมสร บุรีรัมย์ ยูไนเต็ดได้อีกช่องทางด้วย



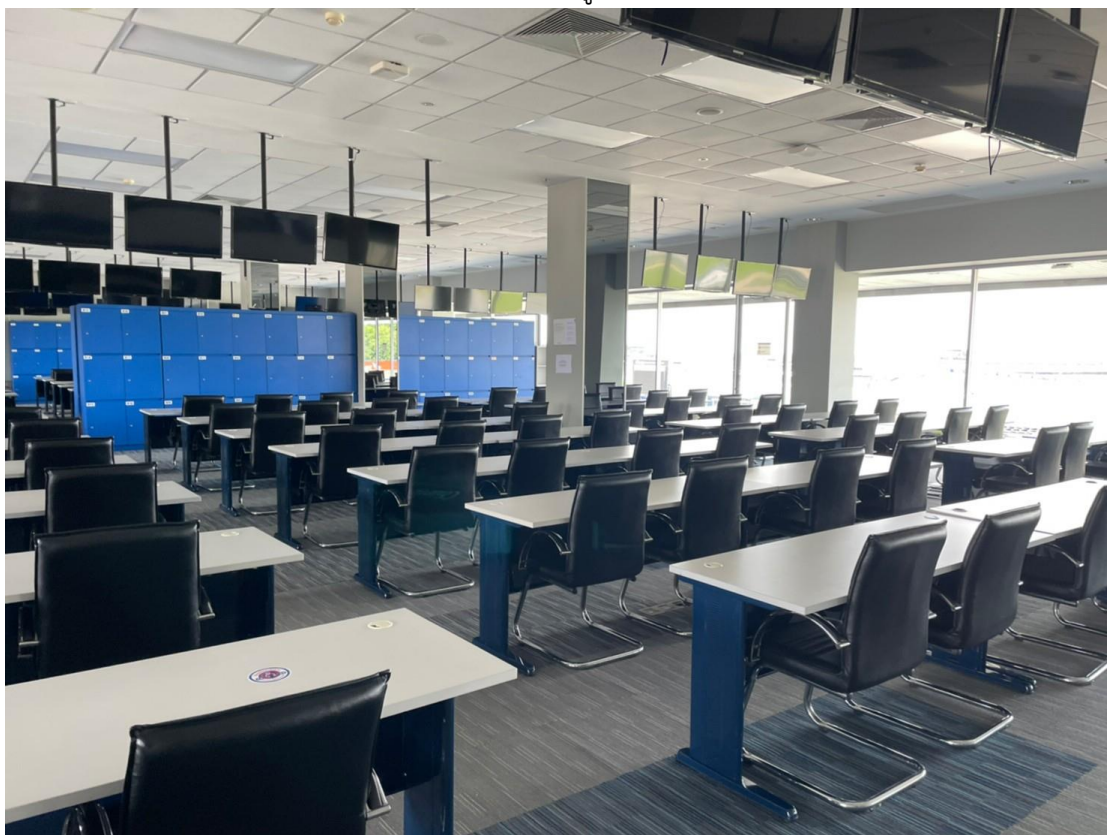
ภาพประกอบ 17 ห้องอาบน้ำ

5.2 สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต

ระบบความปลอดภัยของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต มีกล้องวงจรปิดในสนามทุกมุมของสนาม มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำทุกจุดของสนาม มีลิฟท์สำหรับผู้พิการ มีทีมแพทย์ มีเครื่องกระตุ้นหัวใจ หากมีผู้เข้าชมการแข่งขันตื่นตระหนกหมดสติขณะรับชมการแข่งขันสามารถช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที ได้จัดเตรียมไว้ทุกชั้นของสนาม นอกจากนี้ยังมีเมดิคอลเซ็นเตอร์ซึ่งเป็นโรงพยาบาลขนาดเล็กสามารถผ่าตัดเล็กได้ที่สนาม มีพยาบาลวิชาชีพดูแลอย่างใกล้ชิดซึ่งเป็นการดูแลรักษาเบื้องต้นหากอาการหนักจะส่งต่อไปยังโรงพยาบาลบุรีรัมย์ มีเฮลิคอปเตอร์ในการจัดส่ง

ผู้บาดเจ็บในกรณีเร่งด่วน นอกจากนี้สนามยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น จุดนั่งพักคอย ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ หากทีมใดต้องการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำส่วนตัวทางสนามข้าง อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เซอร์กิต มีบริการรถสุขาส่วนตัวให้แต่ละทีมซึ่งสามารถเข้าใช้บริการได้ มีรถปั่นไฟฟ้าเคลื่อนที่สำรองหากเกิดไฟดับสามารถใช้ไฟฟ้าสำรองเพื่อทำการถ่ายถอดสดและสามารถจัดการแข่งขันต่อไปได้

การประชาสัมพันธ์การจัดการแข่งขันทางสนามข้าง อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เซอร์กิต ได้จัดทำป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และตารางในการจัดการแข่งขันไว้ทุกจุดของสนาม และบริเวณทางเข้าเพื่อให้ผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถทราบตารางการแข่งขันได้ และยังจัดให้มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทางในการเดินทางเข้ามายังสนาม นอกจากนี้ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟสบุ๊คของสนามข้าง อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เซอร์กิต ซึ่งประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลอดทั้งปี รวมถึงการอัปเดตสถานการณ์ต่างๆ ของสนามที่จะทำให้ผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยวทราบก่อนการเดินทางเข้ามายังสนาม ภายในจังหวัดบุรีรัมย์มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุของชุมชน และบางกิจกรรมมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางทีวี ซึ่งในการจัดทำประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาต่างๆ ทางสนามข้าง อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล เซอร์กิต มีฝ่ายการตลาดซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่กรุงเทพมหานครทำหน้าที่ในการผลิตสื่อ ในการผลิตสื่อจะทำการวางแผนกับลูกค้าหรือผู้จัดการแข่งขัน หรือพาร์ทเนอร์ต่างๆ เพื่อวางแผนในการประชาสัมพันธ์และเพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มช่วยกันประชาสัมพันธ์กิจกรรมการแข่งขันเพื่อให้เป็นรูปแบบเดียวกันในการจัดการแข่งขัน



ภาพประกอบ 18 ห้องนักข่าว

5.3 บุริรัมย์ มารathon

ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดการแข่งขันวิ่งบุริรัมย์ มารathon ได้มีการจัดเตรียมในเรื่องของความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย ทหาร เจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดบุริรัมย์ ในการทำงาน ได้มีการวางแผนเส้นทางสำรองในการทำงานหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินสามารถใช้เส้นทางสำรองที่ได้วางแผนไว้ซึ่งรวดเร็วและทันท่วงที่ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีการฝึกซ้อมเส้นทางก่อนจัดการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความเข้าใจระบบการทำงาน เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่ใช้วิทยุสื่อสารในการให้ข้อมูลและแจ้งข้อมูลตลอดเวลา

ในส่วนของห้องน้ำ ได้จัดเตรียมรถสุขาเคลื่อนที่ประจำจุดหลักให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันได้ใช้บริการ ถ้าเป็นในส่วนจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุด ก็สามารถใช้บริการที่สนามข้าง อินเทอร์เน็ต เซอร์กิต และสนามข้างอารีน่าได้

6. ด้านสถานที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุริรัมย์

ด้านสถานที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุริรัมย์ ประกอบไปด้วยสนามกีฬาที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึงและสามารถรองรับในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุริรัมย์ ได้ดังต่อไปนี้

6.1 สนามข้างอารีน่า

การเข้าถึงสนามข้างอารีน่า ทางจังหวัดบุริรัมย์ ได้ทำความร่วมมือกับแกร์ปคาร์ ในการให้บริการขนส่งผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจังหวัดเดียวที่ไม่มีปัญหาในการให้บริการของแกร์ป นอกจากนี้จังหวัดบุริรัมย์ ยังมีรถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง แท็กซี่ สามล้อ รถเช่า และรถรับ-ส่งของสนามบินในการให้บริการ โดยส่วนใหญ่จะขับรถมาเอง

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยส่วนใหญ่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่สนามจัดกิจกรรม ซึ่งหากทางสนามขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ ประชาชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เช่นทางสนามจัดกิจกรรมชักว้าวเคาท်ดาว์น ขอความร่วมมือให้ทุกอำเภอจัดทำวามาจัดแสดงบริเวณโดยรอบของสนามเพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้รับความร่วมมือกันทุกฝ่ายทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคประชาชน ที่สำคัญในการจัดกิจกรรมชุมชนยังสามารถนำสินค้าภายในชุมชนเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ได้ด้วย ทำให้เกิดรายได้ สร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่ ในการจัดกิจกรรมของสนามสามารถส่งผลดีต่อทุกฝ่าย หากถามหาผลเสียอาจจะไม่มีบ้างแต่เป็นที่ยอมรับได้ของคนในชุมชน

6.2 สนามข้าง อินเทอร์เน็ต เซอร์กิต

การจัดการแข่งขันกีฬาของสนามเป็นการปฏิรูปการขนส่ง เพราะในปัจจุบันการเดินทางเข้ามายังสนามข้าง อินเทอร์เน็ต เซอร์กิต มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เพราะมีถนนที่กว้าง

และเชื่อมต่อกับสนามไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือแม้แต่การเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ใกล้เคียงก็สามารถเดินทางได้สะดวกและรวดเร็ว ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถส่วนตัว ทั้งรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์บางกลุ่มก็มาเป็นคาราวาน ส่วนบางกลุ่มอาจจะเดินทางมาโดยเครื่องบิน รถโดยสารสาธารณะ หรือรถไฟ ซึ่งทางสนามจัดให้มีรถชัตเตอร์บัสให้บริการขนส่งระหว่างสถานีขนส่งไปยังสนามหรือที่พักโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ในจุดที่ให้บริการขึ้น-ลงรถชัตเตอร์บัสทางสนามได้จัดทำเป็นสถานีขนส่งหรือป้ายรถเมล์ให้เป็นที่พักคอยในการขึ้นและลง และมีเจ้าหน้าที่ประจำตามสถานีต่างๆ ในการให้ข้อมูลในการเดินทางจนถึงเวลา 5 ทุ่มของทุกวัน โดยให้บริการถึงวันสุดท้ายของการจัดการแข่งขัน นอกจากนี้ยังมีแท็กซี่ แกร็บ ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้ให้บริการเป็นประชาชนในพื้นที่มาให้บริการทางสนามมีโครงการแกร็บแอนด์ไกด์ ซึ่งทำหน้าที่ในการขนส่งนักท่องเที่ยวและให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวให้คำแนะนำในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาถือได้ว่าเป็นการต้อนรับที่ดีในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ บริเวณด้านหน้าสนามช้างอารีนา มีบริการวินมอเตอร์ไซค์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ให้บริการคือประชาชนในพื้นที่ นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ยังมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สิ่งที่ทางสนามได้ตอบรับกลับมาจากการทำสำรวจที่ผ่านมานักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจในจังหวัดบุรีรัมย์ ประชาชนในพื้นที่มีอัธยาศัยที่ดี มีน้ำใจ ยินดีให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำในการเดินทาง หรือหากเกิดเหตุฉุกเฉินก็ยินดีเข้ามาช่วยเหลืออย่างเต็มที่ เต็มกำลังความสามารถที่จะทำได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจตลอดการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ถึงแม้ว่าในการจัดกิจกรรมการแข่งขันจำเป็นต้องปิดถนนในบางเส้นทาง ประชาชนในพื้นที่มีความยินดีและจัดเส้นทางให้สัญจรไปมาได้ ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันเกิดผลดีต่อจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสังคมและเศรษฐกิจในจังหวัด เพราะทำให้เศรษฐกิจดีขึ้นเกิดรายได้ ประชาชนในพื้นที่มีงานทำ และที่สำคัญเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รู้จักจังหวัดบุรีรัมย์มากยิ่งขึ้น เกิดการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดและรวดเร็วบุรีรัมย์อาจจะเป็นเมืองรองในอดีต แต่ถ้ามองในภาพของการจัดการแข่งขันกีฬาบุรีรัมย์เป็นเมืองต้นๆ ของประเทศไทยอาจมีผลกระทบเรื่องของราคาในการใช้บริการซึ่งมีการปรับอัตราที่สูงขึ้นกว่าเดิม เพราะต้นทุนที่สูงขึ้นจึงทำให้ราคาค่าใช้จ่ายบางอย่างสูงขึ้นไปด้วย อาจมีบางแห่งที่สูงมากเกินไป ทางจังหวัดได้จัดส่งเจ้าหน้าที่ออกสำรวจและว่ากล่าวตักเตือนซึ่งมีการแก้ไขให้ดีขึ้นแต่มีบางส่วนที่ไม่แก้ไขทางจังหวัดและสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ได้จัดทำแบล็คลิสผู้ประกอบการรายนั้นไว้ ซึ่งทางสนามมีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่ภาครัฐบาลหรือเอกชนร้องขออย่างเช่นเป็นพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามารีบวักซินป้องกันโควิด หรือในมุมมองกลับกันเมื่อทางสนามขอความร่วมมือหรือขอความอนุเคราะห์ไปยังภาครัฐบาล ก็ได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีเช่นกัน เพราะทางสนามมองว่าในการทำกิจกรรมได้ดำเนินการเพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดบุรีรัมย์ นักแข่ง หรือนักท่องเที่ยวจะได้กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดบุรีรัมย์อีก ถึงแม้ว่าจะไม่ช่วงของการแข่งขันก็ตาม

6.3 บุรีรัมย์ มาราธอน

การเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันวิ่ง บุรีรัมย์ มาราธอน นักวิ่งสามารถเดินทางได้ด้วยตัวเอง หรือสามารถเดินทางโดยรถไฟ รถโดยสารสาธารณะ หรือเครื่องบิน ภายในจังหวัดบุรีรัมย์มีบริการรถแท็กซี่ แกร็บ และวินมอเตอร์ไซด์ ในการขนส่งผู้เข้าร่วมการแข่งขันซึ่งการเดินทางสะดวก ถนนได้มาตรฐานไม่น้อยกว่า 2 เลน

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตลอดเส้นทางวิ่งมีประชาชนในพื้นที่ให้การต้อนรับให้กำลังใจ และทำหน้าที่เป็นกองเชียร์ให้กับนักวิ่ง ตลอดเส้นทางซึ่งอยู่ในการดูแลรับผิดชอบของแต่ละชุมชน มีการสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่นำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในบริเวณสถานที่จัดการแข่งขัน และอาหารที่นำมาบริการให้กับนักวิ่งเป็นอาหารที่จัดทำโดยชุมชน เพื่อกระจายรายได้ให้กับชุมชนซึ่งถือว่าเป็นผลดี ชุมชนมีงานทำ ไม่ตกงาน และนักวิ่งเมื่อแข่งขันเสร็จกลายเป็นนักท่องเที่ยว ที่เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ก่อนเดินทางกลับ ทำให้เศรษฐกิจของชุมชนเกิดการหมุนเวียน สร้างงานสร้างอาชีพให้กับชุมชน หากมองในเรื่องของผลเสียมองว่าไม่มีเพราะทางผู้จัดได้วางแผนและบริหารจัดการไว้ทั้งหมดแล้ว

การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชนหรือหน่วยงานอื่นๆ จะนำเอาปัญหาที่เกิดขึ้นมาปรับปรุง แก้ไข และกำหนดออกมาเป็นนโยบายในการช่วยเหลือ เช่น นโยบายเรื่องของโรงแรม ที่พัก ผู้ประกอบการฉวยโอกาสขึ้นราคา ได้ออกนโยบายห้ามขึ้นราคา หากทำผิดมีบทลงโทษ มีการจัดส่งเจ้าหน้าที่เข้าตรวจสอบ ซึ่งทางโรงแรม ที่พักต่าง ๆ ต้องมาขึ้นทะเบียนให้เรียบร้อย ส่วนที่พักที่อยู่ต่างอำเภอ ทางจังหวัดมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ปกครองในพื้นที่ทำการตรวจสอบ

สำหรับจุดแข็งของการจัดงาน ทางผู้จัดได้นำปัญหาที่เกิดขึ้นในครั้งที่แล้ว มาร่วมกันพิจารณาปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้นหรือให้เกิดปัญหาให้น้อยที่สุด และจุดแข็งที่สำคัญคือพื้นที่ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันวิ่ง รวมถึงเส้นทางวิ่งสะดวก สบาย และปลอดภัย ตลอดระยะทางในการแข่งขันวิ่ง ส่วนจุดอ่อนเป็นเรื่องของที่พัก เพราะทางผู้จัดการแข่งขันได้รับเรื่องร้องเรียนในเรื่องของที่พักทั้งด้านราคาและคุณภาพ หลังจากเสร็จจากการแข่งขันทำให้ในทุกมิติของการแข่งขันเป็นโอกาสที่สำคัญที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์เติบโตขึ้น ประชาชนมีรายได้จากการจัดกิจกรรม การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ที่สำคัญยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ไปในตัว เป็นความภาคภูมิใจของคนบุรีรัมย์ และการจัดกิจกรรมการแข่งขัน ยังเป็นโอกาสที่ทำให้ระบบน้ำระบบไฟ การคมนาคมขนส่ง ถนนในพื้นที่เกิดการพัฒนาสร้างความสะดวกสบายให้กับประชาชนในพื้นที่ มันเป็นโอกาสที่ทำให้เราพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์โดยที่เราไม่รู้ตัว ส่วนอุปสรรคหรือภัยคุกคามในการจัดการแข่งขัน คือเรื่องของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ที่ทำให้เกิดข้อจำกัดในการจัดการการแข่งขัน และมีมิจนาซีฟแฝงตัวเข้ามาซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ในการจัดการแข่งขันลดน้อยลง

จากการศึกษาศักยภาพจะเห็นได้ว่าจังหวัดบุรีรัมย์มีความพร้อมในเรื่องของศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง 6 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลัง

กาย (Attraction) ความพร้อมด้านอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) ความพร้อมด้านบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) ความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ความพร้อมด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถนำมาสรุปได้ดังตาราง 4 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยวิธี Open Coding Analysis โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์ความพร้อมด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction) ดังตาราง 5 ความพร้อมด้านอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) ดังตาราง 6 ความพร้อมด้านบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) ดังตาราง 7 ความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) ดังตาราง 8 ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ดังตาราง 9 ความพร้อมด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ดังตาราง 10



682156326

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
1.ด้านสถานที่ (Attraction)	<ol style="list-style-type: none"> 1. พื้นที่จัดการแข่งขันกีฬาได้มาตรฐานโลก <ul style="list-style-type: none"> - สนามฟุตบอลระหว่างประเทศ - สนามฟุตบอลเอเชีย - สนามฟุตบอลอาเซียน - สนามฟุตบอลนานาชาติ 2. การจัดการบริการตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง 3. จัดมาตรการทางด้านสาธารณสุข 4. จัดพื้นที่เข้าชมโดยระบุโซนที่นั่ง 5. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกจุดของพื้นที่ 6. รถสุขาเคลื่อนที่ 7. ห้องเก็บตัวผู้เข้าร่วมการแข่งขัน 8. ห้องปฐมพยาบาล 9. ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ 10. ห้องออกกำลังกาย 11. ห้องอบอุ่นร่างกาย 12. ห้องพักผ่อนกีฬา 13. ล็อคเกอร์เก็บของ 14. ห้องกรรมการตัดสิน 15. ห้องพักกรรมการตัดสิน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พื้นที่จัดการแข่งขันรถยนต์ฟอร์มูล่าวันและรถจักรยานยนต์โมโตจีพี 2. พื้นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ (FIA) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐานเอฟไอเอ เกรด 1 (FIA Grade 1) โดยได้รับอนุญาตให้จัดการแข่งขันรถสูตรหนึ่ง (ฟอร์มูล่าวัน) และยังได้รับการรับรองจากสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ (FIM) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐานเอฟไอเอ็ม เกรด เอ (FIM Grade A) 3. การจัดการบริการตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง 4. จัดมาตรการทางด้านสาธารณสุข 5. จัดพื้นที่เข้าชมโดยระบุโซนที่นั่ง 6. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกจุดของพื้นที่ 7. รถสุขาเคลื่อนที่ 8. ห้องเก็บตัว 9. ห้องปฐมพยาบาล 10. ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ 11. ห้องออกกำลังกาย 12. ห้องอบอุ่นร่างกาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการแข่งขันกีฬาได้มาตรฐานโกลด์มาราธอน (ระดับนานาชาติ) 2. การจัดการบริการตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง 3. จัดมาตรการทางด้านสาธารณสุข 4. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกจุดของพื้นที่ 5. ป้ายสัญลักษณ์, ป้ายบอกทาง, ป้ายบอกระยะทางการแข่งขัน 6. จุดบริการรถรับ-ส่ง 7. ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ 8. รถสุขาเคลื่อนที่ 9. จุดปฐมพยาบาล 10. สถานที่จอดรถยนต์ 11. จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม 12. ร้านขายของที่ระลึก 13. จุดบริการที่ทิ้งขยะ



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
1.ด้านสถานที่ (Attraction)	16. ห้องตรวจสอบสารเสพติด 17. สถานที่จอดรถยนต์ 18. จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม 19. ร้านขายของที่ระลึก 20. จุดบริการที่ทิ้งขยะ	13. ห้องพักนักกีฬา 14. ล็อคเกอร์เก็บของ 15. ห้องกรรมการตัดสิน 16. ห้องพักกรรมการตัดสิน 17. ห้องตรวจสอบสารเสพติด 18. สถานที่จอดรถยนต์ 19. จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม 20. ร้านขายของที่ระลึก 21. จุดบริการที่ทิ้งขยะ 22. มี 5 สนามในพื้นที่เดียวกัน - สนามหลักทางเรียบ - สนามโกคาร์ท - สนามซูเปอร์ครอส - สนามวิบาก - สนามเวทเทลลิง 23. ห้องประชุมนักแข่งขัน 24. คิกการาจ, คิกเลน 25. มาตรการในการเข้าใช้พื้นที่ การควบคุม กฎระเบียบ 26. แกรนด์สแตนท์ 27. ห้องนักพากษ์ 28. ป้ายสัญลักษณ์, ป้ายบอกทาง, ป้ายบอกระยะทางการแข่งขัน 29. จุดบริการรถรับ-ส่ง	14. พื้นที่สามารถจัดการแข่งขัน 4 ประเภท - พื้นรัน 4.554 กิโลเมตร - มินิมาราธอน 10 กิโลเมตร - ฮาฟมาราธอน 21.1 กิโลเมตร - มาราธอน 42.195 กิโลเมตร 15. พื้นที่สำหรับทางเดินเท้า



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มอเตอร์สปอร์ต
2.ด้าน อุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment)	1. ตรวจเช็ค จัดเตรียม อุปกรณ์ในการแข่งขัน 2. การให้ข้อมูลในการใช้ อุปกรณ์กีฬา - ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน - คณะกรรมการตัดสิน การแข่งขัน - ผู้เข้าร่วมชมการ แข่งขัน 3. การให้ข้อมูลในการใช้ สนาม กฎระเบียบ 4. จัดเตรียมอุปกรณ์ สำหรับการฝึกซ้อม - ผู้เข้าแข่งขัน - กรรมการตัดสิน - ผู้เข้าชมการแข่งขัน	1. จัดเตรียมอุปกรณ์ - ที่ใช้ในการแข่งขัน - ที่ใช้ในการฝึกซ้อม - ที่ใช้เพื่อความปลอดภัย > เฮลิคอปเตอร์ > Ambulance > Slide Car > ถังดับเพลิง 2. ห้องให้ข้อมูลในการใช้ อุปกรณ์การแข่งขัน	1. การให้ข้อมูลในการ ใช้อุปกรณ์กีฬา - ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน - คณะกรรมการ ตัดสินการแข่งขัน - ผู้เข้าร่วมชมการ แข่งขัน 2. การให้ข้อมูลในการ ใช้สนาม กฎระเบียบ 3. อุปกรณ์ตรวจสอบ เวลาในการแข่งขัน
3.ด้าน บุคลากร ทางการกีฬา (Sports Personnel)	1. แผนกดูแลผู้เข้าร่วม การแข่งขัน - เจ้าหน้าที่ดูแลผู้เข้าร่วม การแข่งขัน - เจ้าหน้าที่ดูแลการใช้ อุปกรณ์ 2. แผนกเฉพาะด้าน - นักกายภาพบำบัด - พยาบาล - แพทย์ - เจ้าหน้าที่สาธารณสุข	1. กรรมการตัดสิน - กรรมการผ่านการอบรมของ แต่ละสมาคมที่จัดการแข่งขัน - มีใบอนุญาตเป็นผู้ตัดสิน 2. มาร์แชลประจำการแข่งขัน - มาร์แชลต้องผ่านการฝึกอบรม 3. เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสนาม ก่อนจัดการแข่งขันตาม มาตรฐานสากล 4. ฝึกอบรมและฝึกซ้อม เจ้าหน้าที่สมัคร - ฝึกซ้อมเกี่ยวกับการเกิด อุบัติเหตุ - ฝึกซ้อมเกี่ยวกับการเก็บกู้	1. กรรมการตัดสิน - กรรมการผ่านการ อบรมของแต่ละ สมาคมที่จัดการ แข่งขัน - มีใบอนุญาตเป็นผู้ ตัดสิน 2. ระบบการจับเวลา DIGITAL MICROCHIP 3. เจ้าหน้าที่ประจำ จุดในการจัดการ แข่งขัน



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
3.ด้านบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel)	<p>3. แผนกจัดการแข่งขัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจัดการแข่งขัน - เจ้าหน้าที่ดูแลระบบน้ำ - เจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟ - เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลในการจัดการแข่งขัน > ข้อมูลการแข่งขัน > ข้อมูลทางการท่องเที่ยว > มีความสามารถด้านภาษา เช่น อังกฤษ, จีน, ฝรั่งเศส, เขมร <p>4. แผนกเยี่ยมชม</p> <ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่นำเยี่ยมชม - เจ้าหน้าที่แม่บ้าน - เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย - เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือผู้เข้าชมการแข่งขันประจำจุดต่างๆ - เจ้าหน้าที่ด้านภาษา <p>5. กรรมการตัดสิน</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรรมการผ่านการแข่งขันของแต่ละสมพันธ์ - มีใบอนุญาตเป็นผู้ตัดสิน <p>6. เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่จริง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ฝึกซ้อมเกี่ยวกับการช่วยเหลือ <p>5. การวางแผนบุคลากรก่อนการแข่งขัน</p> <p>6. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย</p> <p>7. เจ้าหน้าที่กู้ภัย</p> <p>8. เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์</p> <p>9. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้านภาษา เช่น อังกฤษ, จีน</p> <p>10. เจ้าหน้าที่ให้บริการท่องเที่ยว GUIDE</p> <p>11. เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่จริง</p>	<p>4. จัดอบรมให้กับประชาชนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าของที่ดี</p> <ul style="list-style-type: none"> - แม่ค้า - คนขับรถโดยสารสาธารณะทุกประเภท <p>5. เจ้าหน้าที่สาธารณสุข</p> <p>6. พยาบาล</p> <p>7. นักกายภาพบำบัด</p> <p>8. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย</p> <p>9. เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่วิ่งร่วมกับผู้เข้าแข่งขัน</p> <p>10. เจ้าหน้าที่ให้บริการท่องเที่ยว GUIDE</p> <p>11. เจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่จริง</p>



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
4.ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจ (Attractive)	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำแผนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว 2. จัดทำความร่วมมือกับภาครัฐ-ภาคเอกชน และภาคประชาชน 3. จัดทำสื่อโฆษณา 4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำประชาสัมพันธ์การแข่งขัน 5. รูปแบบการจัดการแข่งขันเป็นตัวดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว 6. นักแข่งขันเป็นตัวดึงดูดใจ 7. มาตรฐานของสนามเป็นตัวดึงดูดใจ 8. การจัดการแข่งขันในวันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ 9. การทดสอบระบบของสนามในการจัดการแข่งขัน 10. การใช้สนามในการถ่ายโฆษณา <ul style="list-style-type: none"> - โบว์ชัวร์ - เว็บไซต์ - โทรทัศน์ - ป้ายประชาสัมพันธ์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำประชาสัมพันธ์แข่งขัน 2. รูปแบบการจัดการแข่งขันเป็นตัวดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว 3. นักแข่งขันเป็นตัวดึงดูดใจ 4. มาตรฐานของสนามเป็นตัวดึงดูดใจ 5. การจัดการแข่งขันในวันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ 6. การทดสอบระบบของสนามในการจัดการแข่งขัน 7. ระบบการจัดการขยะ <ul style="list-style-type: none"> - การจัดเก็บขยะ - รถเก็บขยะ - จุดทิ้งขยะ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดทำเส้นทางแข่งขันเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว 2. บัตรเข้าชมการแข่งขันสามารถใช้เป็นบัตรผ่านประตูเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ <ul style="list-style-type: none"> - ปราสาทหินพนมรุ้ง - ปราสาทหินเมืองต่ำ 3. จัดทำแผนบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4. เส้นทางแข่งขันมีกิจกรรมตลอดเส้นทาง 5. ระบบการจัดการขยะ <ul style="list-style-type: none"> - การจัดเก็บขยะ - รถเก็บขยะ - จุดทิ้งขยะ 6. การจัดการแข่งขันในวันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ 7. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น <ul style="list-style-type: none"> - โบว์ชัวร์ - เว็บไซต์ - โทรทัศน์ - ป้ายประชาสัมพันธ์



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
4.ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive)	11. ระบบการจัดการขยะ - การจัดเก็บขยะ - รถเก็บขยะ - จุดทิ้งขยะ		
5.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	1. ระบบความปลอดภัย - เส้นทางทราฟฟิกไฟ - ระบบสัญญาณเตือน - กล้องวงจรปิด 2. เจ้าหน้าที่ตำรวจ, อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย 3. ที่นั่งพักคอย 4. ห้องสุขา 5. ระบบไฟฟ้า 6. ระบบประปา 7. ระบบบำบัดน้ำเสีย 8. โทรศัพท์สาธารณะ 9. การประชาสัมพันธ์การแข่งขันผ่านช่องทางต่างๆ - เฟสบุ๊ก - ป้ายประชาสัมพันธ์ > สถานีขนส่ง > สนามบิน > สถานีรถไฟ > สนามที่จัดการแข่งขัน > รอบเมืองบุรีรัมย์ - เพลงของสโมสร	1. ระบบความปลอดภัย - เส้นทางทราฟฟิกไฟ - ระบบสัญญาณเตือน - กล้องวงจรปิด 2. เจ้าหน้าที่ตำรวจ, อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย 3. ที่นั่งพักคอย 4. ห้องสุขา 5. ระบบไฟฟ้า 6. ระบบประปา 7. โทรศัพท์สาธารณะ 8. การประชาสัมพันธ์การแข่งขันผ่านช่องทางต่างๆ - เฟสบุ๊ก - ป้ายประชาสัมพันธ์ > สถานีขนส่ง > สนามบิน > สถานีรถไฟ > สนามที่จัดการแข่งขัน > รอบเมืองบุรีรัมย์ - เพลงของสนาม 10. ตารางการแข่งขัน 11. ข้อมูลของสนามแข่งขัน 12. ลิฟท์สำหรับผู้พิการ	1. ระบบความปลอดภัย - เส้นทางทราฟฟิกไฟ - ระบบสัญญาณเตือน - กล้องวงจรปิด 2. เจ้าหน้าที่ตำรวจ, อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย 3. จุดที่นั่งพักคอย 4. ห้องสุขา 5. ระบบไฟฟ้า 6. ระบบประปา 7. ระบบบำบัดน้ำเสีย 8. โทรศัพท์สาธารณะ 9. การประชาสัมพันธ์การแข่งขันผ่านช่องทางต่างๆ - เฟสบุ๊ก - ป้ายประชาสัมพันธ์ > สถานีขนส่ง > สนามบิน > สถานีรถไฟ > สนามที่จัดการแข่งขัน > รอบเมืองบุรีรัมย์



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
5.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)	10. ตารางการแข่งขัน 11. ข้อมูลของสนามแข่งขัน 12. ลิฟท์สำหรับผู้พิการ 13. เครื่องกระตุ้นหัวใจ 14. รถไฟฟ้าสำรอง, เครื่องปั่นไฟ 15. วิทิวส์สื่อสาร 16. รถสุขาเคลื่อนที่	13. เครื่องกระตุ้นหัวใจ 14. เมดิคอลเซ็นเตอร์ 15. รถไฟฟ้าสำรอง, เครื่องปั่นไฟ 16. วิทิวส์สื่อสาร 17. รถสุขาเคลื่อนที่	- เพจของผู้จัดการแข่งขัน 10. ตารางการแข่งขัน 11. ข้อมูลของสนามแข่งขัน 12. ลิฟท์สำหรับผู้พิการ 13. เครื่องกระตุ้นหัวใจ 14. เมดิคอลเซ็นเตอร์ 15. รถไฟฟ้าสำรอง, เครื่องปั่นไฟ 16. วางแผนเส้นทางในการจัดการแข่งขัน - เส้นทางปกติ - เส้นทางฉุกเฉิน - ฝึกซ้อมเส้นทางก่อนการแข่งขัน 17. วิทิวส์สื่อสาร 18. รถสุขาเคลื่อนที่ตลอดเส้นทางการแข่งขัน
6.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience)	1. รถโดยสารสาธารณะ - รถเช่า - TAXI - GRAB & GUIDE - สามล้อ - วินมอเตอร์ไซด์	1. รถโดยสารสาธารณะ - รถเช่า - TAXI - GRAB & GUIDE - สามล้อ - วินมอเตอร์ไซด์	1. รถโดยสารสาธารณะ - รถเช่า - TAXI - GRAB & GUIDE - สามล้อ - วินมอเตอร์ไซด์



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
6.ด้านความ สะดวกในการ เข้าถึง (Convenience)	2. เครื่องบิน 3. รถไฟ 4. รถชัตเตอร์บัส บริการฟรี - มีจุดรับ-ส่ง - มีเจ้าหน้าที่ประจำ จุดรับ-ส่ง 5. ถนนเดินทาง สะดวก - การเชื่อมต่อกันใน ระบบขนส่ง - การเชื่อมต่อไปยัง จังหวัดข้างเคียง 6. ชุมชนมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม - ชุมชนร่วมทำ กิจกรรมในการจัดการ แข่งขัน - ชุมชนสามารถนำ สินค้าเข้ามาจำหน่าย 7. อาหารที่นำมา บริการนักท่องเที่ยวมา จากชุมชน 8. นำปัญหา มาปรับปรุงและแก้ไขใน การจัดการกิจกรรมครั้ง ต่อไป	2. เครื่องบิน 3. รถไฟ 4. รถชัตเตอร์บัสบริการฟรี - มีจุดรับ-ส่ง - มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดรับ-ส่ง 5. ถนนเดินทางสะดวก - การเชื่อมต่อกันในระบบขนส่ง - การเชื่อมต่อไปยังจังหวัด ข้างเคียง 6. ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำ กิจกรรม - ชุมชนร่วมทำกิจกรรมในการ จัดการแข่งขัน - ชุมชนสามารถนำสินค้าเข้ามา จำหน่าย 7. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือประชาชนขอ ใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรมได้ 8. อาหารที่นำมาบริการ นักท่องเที่ยวมาจากชุมชน 9. นำปัญหา มาปรับปรุงและ แก้ไขในการจัดการกิจกรรมครั้ง ต่อไป	2. เครื่องบิน 3. รถไฟ 4. รถชัตเตอร์บัส บริการฟรี - มีจุดรับ-ส่ง - มีเจ้าหน้าที่ประจำ จุดรับ-ส่ง 5. ถนนเดินทาง สะดวก - การเชื่อมต่อกันใน ระบบขนส่ง - การเชื่อมต่อไปยัง จังหวัดข้างเคียง 6. ชุมชนมีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรม - ชุมชนร่วมทำ กิจกรรมในการจัดการ แข่งขัน - ชุมชนสามารถนำ สินค้าเข้ามาจำหน่าย 7. อาหารที่นำมา บริการนักท่องเที่ยว มาจากชุมชน 8. นำปัญหา มาปรับปรุงและแก้ไขใน การจัดการกิจกรรมครั้ง ต่อไป



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 4 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ (ต่อ)

ศักยภาพ	สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา		
	สนามช้างอารีน่า	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	บุรีรัมย์ มาราธอน
6.ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience)			9. จัดทำนโยบายในการจัดการแข่งขัน - กฎระเบียบ - การป้องกัน - การควบคุม - การแก้ไขปัญหาการเอาเปรียบและฉวยโอกาส 10. ขึ้นทะเบียนผู้ค้าในพื้นที่ - โรงแรมที่พัก, ร้านอาหาร



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 5 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสถานที่ ด้วยวิธี Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
ได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับโลก	สนามได้รับการรับรองมาตรฐาน	สนามข้างอารีน่า	“ได้รับการรับรองจากสมาพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย สมาพันธ์ฟุตบอลอาเซียน และสมาพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ”
		สนามข้างอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต	“สมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ (FIA) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐาน เอฟไอเอ เกรด 1 (FIA Grade 1) โดยได้รับอนุญาตให้จัดการแข่งขันรถสูตรหนึ่ง (ฟอร์มูล่าวัน) และยังได้รับการรับรองจากสมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ (FIM) ให้เป็นสนามแข่งรถระดับมาตรฐานเอฟไอเอ็ม เกรด เอ (FIM Grade A)”
		บุรีรัมย์มาราธอน	“การจัดการแข่งขันได้รับการรับรองมาตรฐานโกลด์มาราธอน (ระดับนานาชาติ)”
ประเภทของการแข่งขัน	มีการจัดการแข่งขันหลายรูปแบบ	สนามข้างอารีน่า	“เป็นสนามที่จัดการแข่งขันฟุตบอลระหว่างประเทศ ฟุตบอลเอเชีย ฟุตบอลอาเซียน และฟุตบอลนานาชาติ”
		สนามข้างอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิต	“จัดการแข่งขันรถยนต์ฟอร์มูล่าวัน และการแข่งขันรถจักรยานยนต์โมโตจีพี”
		บุรีรัมย์มาราธอน	“จัดการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน (วิ่งนานาชาติ) สามารถแบ่งการแข่งขันออกเป็น 4 ประเภท 1. ฟันรัน ระยะทาง 4.554 กิโลเมตร 2. มินิมาราธอน ระยะทาง 10 กิโลเมตร 3. ฮาฟมาราธอน ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร และ 4. มาราธอน ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร”



682156326

ตาราง 5 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสถานที่ ด้วยวิธี Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
เตรียมการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	การห้องบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกของแต่ละพื้นที่	สนามข้างอารีน่า	“ทางสนามได้จัดเตรียม ห้องเก็บตัวผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ห้องปฐมพยาบาล ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ รวมถึงรถสุขาเคลื่อนที่ ห้องออกกำลังกาย ห้องอบอุ่นร่างกาย ห้องพนักกีฬา ล็อคเกอร์เก็บของ ห้องกรรมการตัดสิน ห้องพักรวมกรรมการตัดสิน ห้องตรวจสอบสารเสพติด สถานที่จอดรถยนต์ จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการที่ทิ้งขยะ”
		สนามข้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“ทางสนามได้จัดพื้นที่เข้าชมโดยระบุโซนที่นั่ง มี ห้องเก็บตัว ห้องปฐมพยาบาล ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ รถสุขาเคลื่อนที่ ห้องออกกำลังกาย ห้องอบอุ่นร่างกาย ห้องพนักกีฬา ล็อคเกอร์เก็บของ ห้องกรรมการตัดสิน ห้องพักรวมกรรมการตัดสิน ห้องตรวจสอบสารเสพติด สถานที่จอดรถยนต์ จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการที่ทิ้งขยะ ห้องประชุมนักแข่งขัน คิกการาจ, คิกเลน มาตรการในการเข้าใช้พื้นที่ การควบคุม กฎระเบียบ แกรนด์สแตนท์ ห้องนักพากษ์ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายบอกระยะทางการแข่งขัน จุดบริการรถรับ-ส่ง”
		บุรีรัมย์ มารารอน	“ทางผู้จัดได้จัดเตรียมป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายบอกระยะทางการแข่งขัน จุดบริการรถรับ-ส่ง มีห้องสุขา ห้องอาบน้ำ รถสุขาเคลื่อนที่ จุดปฐมพยาบาล สถานที่จอดรถยนต์ จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการที่ทิ้งขยะ และมีบริการพื้นที่สำหรับกางเต็นท์”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 5 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสถานที่ ด้วยวิธี Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
มาตรการทางด้านสาธารณสุข	การรักษามาตรการทางด้านสาธารณสุข	สนามช้างอารีน่า	“ให้เข้าชมตามที่สาธารณสุขกำหนด”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“จัดระยะห่างตามที่สาธารณสุขกำหนดเพื่อป้องกันโควิด-19”
		บุรีรัมย์ มาราดอน	“ผู้เข้าแข่งขันจะต้องตรวจโควิด-19”



682156326

ตาราง 6 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การตรวจเช็คอุปกรณ์	การจัดการแข่งขันมีการตรวจเช็คอุปกรณ์ในการแข่งขัน	สนามข้างอารีน่า	“มีการตรวจเช็ค จัดเตรียมอุปกรณ์ในการแข่งขัน”
		สนามข้างอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เซอร์กิต	“กำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์ที่จะใช้ในการแข่งขัน”
		บุรีรัมย์มาราธอน	“จัดเตรียมการบริการให้กับผู้เข้าแข่งขัน”
จัดเตรียมอุปกรณ์ในการแข่งขัน		สนามข้างอารีน่า	“จัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการฝึกซ้อมให้กับผู้เข้าแข่งขัน กรรมการตัดสิน ผู้เข้าชมการแข่งขัน”
		สนามข้างอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เซอร์กิต	“จัดเตรียมอุปกรณ์ ที่ใช้ในการแข่งขัน”
จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน		สนามข้างอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เซอร์กิต	“มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของรถพยาบาล รถสไลน์ ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน เพื่อให้ทันท่วงทีในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ” “มีกล้องตรวจเช็คและตรวจสอบว่ามีชิ้นส่วนอะไรที่ต้องเก็บกู้หรือไม่”
การข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬา	มีการเตรียมความพร้อมของข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬา	สนามข้างอารีน่า	“ก่อนทำการแข่งขันทุกครั้งจะให้ข้อมูลในการจัดการแข่งขัน ข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬาแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน คณะกรรมการตัดสินการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมชมการแข่งขัน” “การให้ข้อมูลการใช้สนาม กฎระเบียบ”
		สนามข้างอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เซอร์กิต	“ทางสนามจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันในการใช้อุปกรณ์กีฬาที่ห้องนักแข่งก่อนเป็นอันดับแรกเพื่อรับฟังข้อควรปฏิบัติข้อห้ามต่างๆ การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ”



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 6 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬา	มีการเตรียมความพร้อมของข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬา	บุริรัมย์ มาราธอน	“ก่อนการแข่งขันผู้จัดการแข่งขันจะเน้นย้ำอีกครั้งให้กับผู้เข้าแข่งขันทราบ รวมถึงให้ข้อมูลข้อห้าม ข้อควรระวังในการวิ่ง และเกณฑ์การให้คะแนนต่างๆ”
จำนวนอุปกรณ์	การจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขัน	สนามช้าง อารีน่า	“เพราะการแข่งขันฟุตบอลได้กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขันไว้ชัดเจน สามารถคำนวณอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันได้อย่างเพียงพอ”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“ในการแข่งขันแต่ละรายการต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ จัดเตรียมเจ้าหน้าที่”



682156326

MSU iThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 7 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
จัดแผนก การทำงาน	แบ่งเจ้าหน้าที่ ออกเป็นแต่ละ แผนก	สนามช้างอารีน่า	“มีบุคลากรประจำสนามโดยแบ่งเจ้าหน้าที่ ออกเป็นแผนก เพื่อง่ายต่อการให้บริการ”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการ แข่งขันในแต่ละชนิด”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“บางกิจกรรมได้จ้างอแกไนซ์มา ดำเนินการจัดการแข่งขัน”
เจ้าหน้าที่ให้ ข้อมูล	มีเจ้าหน้าที่ ให้บริการในการ แข่งขัน	สนามช้างอารีน่า	“มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถ เฉพาะด้าน”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“จัดหาบุคลากรที่สามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษได้หรือมีคุณเทศก์”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดในแต่ละจุดของ เส้นทางวิ่งทุกระยะ คอยช่วยเหลือในกรณี เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน”
กรรมการ ตัดสิน		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“เจ้าหน้าที่ที่อยู่บนห้องตัดสินทุกคนมี ใบอนุญาตในการตัดสินทุกคน”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“การจับเวลาในการแข่งขัน ซึ่งเป็นการจับ เวลาแบบดิจิทัลเป็นไมโครชิพ ที่ฝังอยู่ที่ หมายเลขของผู้เข้าแข่งขัน”



682156326

ตาราง 7 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา ด้วยวิธี Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การ ฝึกอบรม	จัดส่งเจ้าหน้าที่ ไปอบรม	สนามช้างอารีน่า	“เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะ ด้านที่มาทำหน้าที่โดยตรง”
		สนามช้าง อินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต	“มีการส่งบุคลากรไปอบรมและไปเรียน เพื่อให้ผ่านการฝึกอบรมของแต่ละ สมาคมพันธ์ มีการฝึกซ้อมเจ้าหน้าที่”
		บุรีรัมย์ มาราดอน	“ซึ่งบุคลากรที่มาทำหน้าที่ต้องได้รับการ ฝึกอบรม” “ได้จัดเตรียม Ask Me ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่ ผ่านการอบรม”
จำนวน เจ้าหน้าที่		สนามช้างอารีน่า	“ในการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งมี เจ้าหน้าที่ประมาณ 500 – 800 คน”
		สนามช้าง อินเตอร์ เนชั่นแนล เซอร์กิต	“เจ้าหน้าที่ประจำสนามมีทั้งหมด 27 คน” “บางรายการในการแข่งขันในระดับ นานาชาติต้องมีเจ้าหน้าที่ไม่น้อยกว่า 300 คน”
		บุรีรัมย์ มาราดอน	“มี Ask Me ที่ผ่านการอบรมแล้ว 150 คน” “เจ้าหน้าที่ทั้งหมดที่เข้ามาทำหน้าที่ ประมาณ 3,000 คน”



682156326

ตาราง 8 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ
Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
แผนการดำเนินงาน	การวางแผนงานร่วมกันหลายหน่วยงาน	สนามช้างอารีน่า	“มีการร่วมมือกันในการวางแผนกับภาครัฐบาล และประชาชนในพื้นที่ รวมถึงสมาคมต่างๆ”
		บุรีรัมย์มาราธอน	“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการจัดทำแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ร่วมกับสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์” “รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังมีสมาคมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ เข้ามาช่วยกันวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน” “ก่อนจัดการแข่งขันประมาณ 6 เดือน ได้จัดเตรียมความพร้อมในการจัดการแข่งขันเชิญหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดเตรียมการแข่งขัน”
รูปแบบของการจัดการแข่งขัน	สถานที่จัดการแข่งขันและกิจกรรมที่ร่วมแข่งขัน	สนามช้างอารีน่า	“ในจังหวัดบุรีรัมย์ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ร่วมกันใส่เสื้อบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด” “เป็นสนามเดียวในประเทศไทยที่ปลูกหญ้าแพรก ที่ใช้ในสนามเป็นหญ้าไทย” “เป็นสนามที่ใช้พลังงานโซล่าเซลล์”
		สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“การจัดการแข่งขันเป็นแรงดึงดูดในตัวของมันเอง” “การจัดการแข่งขันได้จัดให้มีมาตรฐานในการจัดการแข่งขัน”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 8 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ
Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
รูปแบบของการจัดการแข่งขัน	สถานที่จัดการแข่งขันและกิจกรรมที่ร่วมแข่งขัน	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“ด้วยตัวสนามเป็นการไฮโมโลเกตแบบสูงสุด ซึ่งเป็นจุดขายของสนาม”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“กำหนดรูปแบบของปีนี้ นำข้อมูลจากปีที่แล้วมาแก้ไขและปรับปรุงในปี” “หมายเลขประจำตัวหรือที่เรียกว่าบิปเข้าชมปราสาทหินพนมรุ้ง และปราสาทหินเมืองต่ำได้ฟรี”
ผู้เข้าร่วมแข่งขันเป็นตัวดึงดูดใจ	นักแข่งเป็นแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“ซึ่งการจัดการแข่งขันเป็นแรงดึงดูดในตัวของมันเองรวมถึงนักแข่งด้วย” “มีนักแข่งระดับโลกเข้ามาทำการแข่งขัน”
วันที่ในการจัดการแข่งขัน		สนามช้างอารีน่า	“การจัดการแข่งขันนโยบายผู้บริหารจะจัดในวันเสาร์และวันอาทิตย์”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“จัดการแข่งขันในวันหยุดสุดสัปดาห์คือ วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“การจัดการแข่งขันวิ่งจะจัดในวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งตรงกับวันเสาร์”
เส้นทางการแข่งขันหรือกิจกรรม	เส้นทางการแข่งขันเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว	สนามช้างอารีน่า	“การจัดกิจกรรมการแข่งขันจะได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“การจัดการแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์มาราธอน ได้เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์”



682156326

ตาราง 8 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ
Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การ ประชาสัมพันธ์		สนามช้างอารีน่า	“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการ ประชาสัมพันธ์การแข่งขันและนำนักท่องเที่ยว เข้ามาท่องเที่ยว” “ทางสนามยังสนับสนุนให้นำสินค้าของชุมชนมา จำหน่าย”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“แฟนคลับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาชม การแข่งขันซึ่งเป็นแรงดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้เกิด การตัดสินใจเข้าชมการแข่งขัน”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“ททท.ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์” “นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางโบว์ชัวร์ เว็บ เพจของทุกหน่วยงาน ทำเป็นโฆษณาทางทีวี และป้ายประชาสัมพันธ์ทั่วเมืองบุรีรัมย์”
การจัดการขยะ		สนามช้างอารีน่า	“มีสถานที่ทิ้งขยะ การคัดแยกขยะ เพื่อไม่ให้ ขยะส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“ผลกระทบที่จะเกิดกับทรัพยากรทางการ ท่องเที่ยวไม่มี”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางการ ท่องเที่ยวในพื้นที่มีวิธีการในการดูแล” “แผนงานในการซ่อมบำรุงทรัพยากรธรรมชาติ” “มีจุดทิ้งขยะในทุกจุด มีรถเก็บขยะเก็บทันทีเมื่อ การแข่งขันเสร็จสิ้น”



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 9 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยวิธี Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
สำรวจสนาม ก่อนการ จัดการแข่งขัน	สำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกและ บุคลากร	สนามข้างอารี น้ำ	“มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประจำ จุดต่างๆ” “เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันจะทำการ สำรวจก่อนวันแข่งขัน”
		สนามข้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“มีเครื่องกระตุ้นหัวใจ หากมีผู้เข้าชมการ แข่งขันตื่นเต้นช็อคขณะรับชมการแข่งขัน สามารถช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที่ได้ จัดเตรียมไว้ทุกชั้นของสนาม” “มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำทุก จุดของสนาม”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“จัดเตรียมในเรื่องของความปลอดภัยทั้งใน ชีวิตและทรัพย์สิน” “ได้มีการวางแผนเส้นทางสำรองในการ ทำงาน”
สิ่งอำนวยความสะดวก	ตรวจเช็คสิ่ง อำนวยความสะดวก	สนามข้างอารี น้ำ	“สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ที่นั่งพัก คอย ห้องน้ำ ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา”
		สนามข้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“มีบริการรถสุขาส่วนตัว” “มีกล้องวงจรปิดในสนามทุกมุมของสนาม มีลิฟท์สำหรับผู้พิการ มีทีมแพทย์ มี เครื่องกระตุ้นหัวใจ” “รถปั่นไฟฟ้าเคลื่อนที่สำรองหากเกิด ไฟดับ”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“ได้จัดเตรียมรถสุขาเคลื่อนที่ประจำจุดหลัก ให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันได้ใช้บริการ”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 9 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ด้วยวิธี Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การให้ข้อมูลของ สนามแข่งขัน	การให้ข้อมูลกับ ผู้เข้าร่วมการ แข่งขัน	สนามช้างอารี น่า	“การประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“มีเครื่องกระตุ้นหัวใจ หากมีผู้เข้าชมการแข่งขันตื่นเต้นช็อคขณะรับชมการแข่งขันสามารถช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที”
สื่อประชาสัมพันธ์	สื่อที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์	สนามช้างอารี น่า	“ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊กของสนามช้างอารีน่า และเฟสบุ๊ก” “มีป้ายประชาสัมพันธ์ ทั่วเมืองบุรีรัมย์” “สนามช้างอารีน่าจะทำการไลฟ์สด”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่น แนล เซอร์กิต	“มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทางในการเดินทางเข้ามายังสนาม” “นอกจากนี้ได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟสบุ๊กของสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต” “ภายในจังหวัดบุรีรัมย์มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุของชุมชนและบางกิจกรรมมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางทีวี”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่ใช้วิทยุสื่อสารในการให้ข้อมูลและแจ้งข้อมูลตลอดเวลา”



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 10 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านสถานที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง ด้วยวิธี
Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การ คมนาคม ขนส่ง	การขนส่งใน พื้นที่	สนามช้างอารีน่า	“ได้ทำความร่วมมือกับแกร็บคาร์” “มีรถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง แท็กซี่ สามล้อ รถเช่า และรถรับ-ส่งของสนามบิน”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“ทางสนามจัดให้มีรถชุดเตอร์บัสให้บริการ ขนส่ง” “นอกจากนี้ยังมีแท็กซี่ แกร็บ ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“นักวิ่งสามารถเดินทางได้ด้วยตัวเอง หรือ สามารถเดินทางโดยรถไฟ รถโดยสารสาธารณะ หรือเครื่องบิน” “มีบริการรถแท็กซี่ แกร็บ และวินมอเตอร์ไซค์”
ถนน	คุณภาพของ ถนน	สนามช้างอารีน่า	“โดยส่วนใหญ่จะขับรถมาเอง”
		สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต	“การจัดการแข่งขันกีฬาของสนามเป็นการปฏิรูป การขนส่ง” “เพราะมีถนนที่กว้าง และเชื่อมต่อกับสนามไป ยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ” “ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะเดินทางมาโดยรถส่วนตัว ทั้งรถยนต์ หรือ รถจักรยานยนต์”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“เส้นทางวิ่งสะดวก สบาย และปลอดภัย” “การจัดกิจกรรมการแข่งขัน ยังเป็นโอกาสที่ทำให้ระบบน้ำ ระบบไฟ การคมนาคมขนส่ง ถนน ในพื้นที่เกิดการพัฒนา”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตาราง 10 การวิเคราะห์การสัมภาษณ์ด้านสถานที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง ด้วยวิธี
Open Coding Analysis (ต่อ)

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การเข้าถึงชุมชน	ชุมชนมีส่วนร่วม ในการจัด กิจกรรม	สนามข้างอารีน่า	“โดยส่วนใหญ่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วม ในทุกๆ กิจกรรม” “ได้รับความร่วมมือกันทุกฝ่ายทั้ง ภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาค ประชาชน”
		สนามข้าง อินเทอร์เน็ต แนล เซอร์กิต	“นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ยังมีส่วน ร่วมในการจัดกิจกรรมเป็นเจ้าบ้านที่ดีใน การต้อนรับนักท่องเที่ยว”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“คนในชุมชนตลอดเส้นทางวิ่งมี ประชาชนในพื้นที่ให้การต้อนรับให้ กำลังใจ และทำหน้าที่เป็นกองเชียร์ ให้กับนักวิ่ง”
การขึ้นทะเบียน ผู้ประกอบการ	สร้างระบบข้อมูล ขอผู้ประกอบการ	สนามข้างอารีน่า	“ชุมชนยังสามารถนำสินค้าภายใน ชุมชนเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่”
		สนามข้าง อินเทอร์เน็ต แนล เซอร์กิต	“มีผลกระทบเรื่องของราคาในการใช้ บริการ” “ทางจังหวัดและสนามข้าง อินเทอร์เน็ต แนล เซอร์กิต ได้จัดทำแบล็คลิส ผู้ประกอบการรายนั้นไว้”
		บุรีรัมย์ มาราธอน	“ที่พักต่าง ๆ ต้องมาขึ้นทะเบียนให้ เรียบร้อย”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความ ยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจำนวน 384 คน ซึ่งรายละเอียดมี 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำเสนอจำนวนและร้อยละในรูปแบบของตาราง ดังนี้ ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	171	44.50
	หญิง	213	55.50
	รวม	384	100.00
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	37	9.60
	20 – 29 ปี	179	46.60
	30 – 39 ปี	74	19.30
	40 – 49 ปี	56	14.60
	50 – 59 ปี	34	8.90
	60 ปีขึ้นไป	4	1.00
	รวม	384	100.00
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	10	2.60
	มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.หรือเทียบเท่า	54	14.10
	อนุปริญญาปวส. หรือเทียบเท่า	74	19.30
	ปริญญาตรี	225	58.60
	ปริญญาโท	21	5.50
	ปริญญาเอก	0	0.00
	รวม	384	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	51	13.30
	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	96	25.00
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	52	13.50
	พนักงานบริษัทเอกชน	112	29.20
	ธุรกิจส่วนตัว	60	15.60
	ว่างงาน	13	3.40
	รวม	384	100.00

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	66	17.20
	10,001 - 20,000 บาท	137	35.70
	20,001 - 30,000 บาท	101	26.30
	30,001 - 40,000 บาท	46	12.00
	40,001 - 50,000 บาท	32	8.30
	50,001 บาทขึ้นไป	2	0.50
	รวม	384	100.00

จากตาราง 11 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.60 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา, ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 112 คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนำเสนอจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 12 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรม	ตัวชี้วัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์	1.1 เคย	356	92.70
	1.2 ไม่เคย	28	7.30
2. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง	2.1 เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา	23	6.00
	2.2 เข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา	149	38.80
	2.3 ต้องการสัมผัสบรรยากาศของสถานที่แข่งขันกีฬา	212	55.20
3. จำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนก่อนการเดินทาง	3.1 1 วัน หรือน้อยกว่า	87	22.70
	3.2 2 – 7 วัน	286	74.50
	3.3 8 – 14 วัน	6	1.60
	3.4 15 วันขึ้นไป	5	1.30

พฤติกรรม	ตัวชี้วัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. เดินทางมากับใคร	4.1 คนเดียว	33	8.60
	4.2 ครอบครัว	140	36.50
	4.3 เพื่อน	161	41.90
	4.4 เพื่อนร่วมงาน	12	3.10
	4.5 คนรัก	38	9.90
5. วิธีที่ใช้ในการเดินทาง	5.1 รถโดยสารประจำทาง	29	7.60
	5.2 รถยนต์ส่วนตัว	324	84.30
	5.3 รถเช่า (Car For Rent)	26	6.80
	5.4 เครื่องบินโดยสาร	4	1.00
	5.5 รถไฟ	1	0.30
6. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	145	14.50
	ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	131	13.10
	ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	71	7.10
	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	83	8.30
	ตัดสินใจจากการแนะนำ หรือชักชวน	128	12.80
	เคยเดินทางมาแล้วและประทับใจ	82	8.20
	ชมการแข่งขันกีฬา	139	13.90
	โปรโมชั่นทางการท่องเที่ยว	48	4.80
	เสริมสร้างสุขภาพที่ดี	70	7.00
พักผ่อนคลายเครียดจากการทำงาน	100	10.00	
7. ลักษณะของป้ายสัญลักษณ์	ตัวอักษรใหญ่	123	17.30
	ข้อความสื่อความหมายตรงประเด็น	115	16.20
	ตั้งอยู่ในที่ที่เห็นได้ชัดเจน	247	34.70
	มีการติดตั้งป้ายสม่ำเสมอ	94	13.20
	ข้อความอ่านเข้าใจง่าย	90	12.60
	มีภาษาท้องถิ่นและสากล	43	6.00
8. ความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก	จุดที่นั่งพักคอย	161	41.90
	จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ	93	24.20
	จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	44	11.50
	จุดบริการอินเทอร์เน็ตไวไฟ	86	22.40
9. ข้อคำนึงในการเข้าห้องสุขา	ความสะอาด ถูกสุขลักษณะ	251	35.00
	ลักษณะโปร่ง ระบายอากาศดี	201	28.00
	สุขภัณฑ์ที่พร้อมใช้งาน	114	15.90
	ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ หรือคนพิการ	58	8.10

พฤติกรรม	ตัวชี้วัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	พนักงานทำความสะอาดให้บริการอยู่ภายใน	49	6.80
	คำแนะนำการใช้งาน	45	6.30
10. ประเภทของที่พักร้างคืน	โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล	224	58.40
	บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	136	35.40
	ที่พักของหน่วยงานราชการ	5	1.30
	โฮมสเตย์	19	4.90
11. เหตุผลในการเลือกที่พัก	ความปลอดภัย	216	26.50
	การเดินทางสะดวก	245	30.10
	ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	136	16.70
	การจัดตกแต่งสถานที่พัก	70	8.60
	ราคาที่เหมาะสม	96	11.80
	โปรโมชั่น	37	4.50
	มีห้องออกกำลังกาย	14	1.70
12. จำนวนคืนที่นอนค้างคืน	ไม่พักร้างคืน	84	21.90
	1 คืน	186	48.40
	2 คืน	93	24.20
	3 คืน	16	4.20
	4 คืน	1	0.30
	5 คืน	4	1.00
13. แหล่งข้อมูลในการค้นหา	หนังสือพิมพ์	5	1.30
ข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิง	โทรทัศน์	16	4.20
กีฬา	อินเทอร์เน็ต	160	41.70
	แอปพลิเคชันบนมือถือ	37	9.60
	โซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ก, ไลน์, ทวิตเตอร์)	166	43.20
14. รายการค่าใช้จ่ายในการ	ค่าเดินทาง	68	17.70
เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ค่าที่พัก	65	16.90
	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	214	55.70
	ค่าของที่ระลึก	15	3.90
	ค่าบัตรเข้าชม	14	3.60
	ค่าสมัครเข้าแข่งขัน	8	2.10
15. วันเดินทางท่องเที่ยวเชิง	วันธรรมดา	124	32.30
กีฬา	วันเสาร์-วันอาทิตย์	197	51.30
	วันหยุดเทศกาล	48	12.50
	วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน	15	3.90



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

พฤติกรรม	ตัวชี้วัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
16. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	272	70.80
	3,001 – 6,000 บาท	101	26.30
	6,001 – 9,000 บาท	7	1.80
	9,001 บาทขึ้นไป	4	1.00
17. ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาหากเกิดโรคระบาด	ยกเลิกการเดินทาง	164	42.70
	เลื่อนการเดินทาง	134	34.90
	เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	44	11.50
	ขึ้นอยู่กับผู้จัดการท่องเที่ยว	41	10.70
	เดินทางตามแผนที่กำหนดไว้	1	0.03

จากตาราง 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์มากที่สุด จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 92.70 รองลงมาไม่เคย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อต้องการสัมผัสบรรยากาศของสถานที่แข่งขันกีฬามากที่สุด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.90 รองลงมาเพื่อเข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 และเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

การวางแผนในการเดินทางนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่ใช้เวลาในการวางแผนการเดินทาง 2-7 วันมากที่สุด จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมา 1 วัน หรือน้อยกว่า จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 และ 8 – 14 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

การเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬากับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 รองลงมาครอบครัว จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 และกับคนรัก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 ตามลำดับ

การเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 78.60 รองลงมาด้วยรถโดยสารประจำทางจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 และด้วยรถเช่า (Car For Rent) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ อันดับแรกนักท่องเที่ยวตัดสินใจเพราะความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รองลงมาชมการแข่งขันกีฬาจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ

ลักษณะของป้ายสัญลักษณ์ที่แสดงในการจัดการแข่งขันกีฬา นักท่องเที่ยวชอบป้ายสัญลักษณ์ที่ตั้งอยู่ในที่ที่เห็นชัดเจนมากที่สุด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 34.70 รองลงมา



682156326

ตัวอักษรใหญ่จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 และข้อความที่สื่อความหมายตรงประเด็น จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 ตามลำดับ

ความต้องการในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการจุดที่นั่งพักคอยในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 รองลงมาจุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และจุดบริการอินเทอร์เน็ตไวไฟจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ร้อยละ

ข้อคำนึงในการเข้าใช้บริการห้องสุขาในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะอาด ถูกสุขลักษณะในการเข้าห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมามีลักษณะโปร่ง ระบายอากาศดีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีสุขภัณฑ์ที่พร้อมใช้งานจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 15.90 ตามลำดับ

ประเภทของที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องการใช้บริการโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโลในการพักค้างคืนมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมาบ้านญาติ/บ้านเพื่อนจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 และโฮมสเตย์จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ

เหตุผลในการเลือกที่พักรักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงการเดินทางสะดวกมากที่สุด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาความปลอดภัยจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และใกล้แหล่งท่องเที่ยวจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ตามลำดับ

ในการพักค้างคืนนักท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน มากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 รองลงมาจำนวน 2 คืน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และไม่พักค้างคืน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ และทวิตเตอร์มากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาอินเทอร์เน็ตจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 และแอปพลิเคชันบนมือถือจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ

รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่นักท่องเที่ยวใช้จ่าย อันดับแรก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 รองลงมาค่าเดินทางจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 และค่าที่พักจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 ตามลำดับ

การกำหนดวันเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเลือกเดินทางในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาวันธรรมดาจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 และวันหยุดเทศกาล 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาทมากที่สุด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมา 3,001 – 6,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และ 6,001 – 9,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ความคิดเห็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาหากเกิดสถานการณ์การแพร่ของโรคระบาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยกเลิกรการเดินทางมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมา เลื่อนการเดินทางจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.90 และเปลี่ยนสถานที่ในการเดินทางจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)	4.10	.709	มาก
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)	4.06	.743	มาก
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)	3.98	.800	มาก
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)	4.12	.784	มาก
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)	4.12	.805	มาก
ภาพรวม	4.07	.768	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละด้าน เรียงลำดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.12$) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.10$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{X} = 4.06$) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.98$)

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย	4.28	.569	มากที่สุด
2. การต้อนรับของเจ้าหน้าที่	4.14	.609	มาก
3. ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม	4.11	.685	มาก
4. การดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	4.09	.741	มาก
5. ความสุภาพในการให้บริการ	4.11	.724	มาก
6. การให้บริการโดยเรียงลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง	3.97	.696	มาก
7. พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจช่วยเหลืออย่างเสมอภาค	4.02	.692	มาก
8. มีพนักงานทำความสะอาดอยู่ทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว	4.04	.733	มาก
9. มีกิจกรรมที่รองรับทุกเพศทุกวัย	4.13	.797	มาก
10. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน	4.22	.742	มากที่สุด
11. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม	4.07	.815	มาก
ภาพรวม	4.10	.709	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย ($\bar{X} = 4.28$) มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 4.22$) การต้อนรับของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.14$) มีกิจกรรมที่รองรับทุกเพศทุกวัย ($\bar{X} = 4.13$) ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.11$) ความสุภาพในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.11$) การดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.09$) ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.07$) มีพนักงานทำความสะอาดอยู่ทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.04$) พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจช่วยเหลืออย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.02$) และการให้บริการโดยเรียงลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง ($\bar{X} = 3.97$)

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ	4.13	.710	มาก
2. พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา	4.00	.698	มาก
3. การเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	4.02	.747	มาก
4. ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา	4.12	.709	มาก
5. ความสะดวกในการเข้าถึงห้องปฐมพยาบาล	3.99	.839	มาก
6. ตารางข้อมูลการแข่งขันอัปเดตตลอดเวลา	4.13	.756	มาก
ภาพรวม	4.06	.743	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในด้านบริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อซึ่งอยู่ในระดับมากทั้งหมดเรียงลำดับได้ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.13$) ตารางข้อมูลการแข่งขันอัปเดตตลอดเวลา ($\bar{X} = 4.13$) ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ($\bar{X} = 4.12$) การเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ($\bar{X} = 4.02$) พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 4.00$) และความสะดวกในการเข้าถึงห้องปฐมพยาบาล ($\bar{X} = 3.99$)



682156326

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความเพียงพอของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว	4.10	.797	มาก
2. ความเพียงพอของพนักงานให้บริการ	4.09	.659	มาก
3. ความเพียงพอของห้องสุขา ถูกสุขลักษณะ	4.01	.713	มาก
4. ความเพียงพอของป้ายสัญลักษณ์	4.04	.733	มาก
5. ความเพียงพอของอุปกรณ์กีฬา	3.99	.738	มาก
6. ความเพียงพอของที่นั่งชม	4.06	.777	มาก
7. ความเพียงพอของที่จอดรถ	3.88	.831	มาก
8. ความเพียงพอต่อการจัดเก็บขยะ ถังขยะ	3.86	.879	มาก
9. ความเพียงพอของโทรศัพท์สาธารณะ	3.70	1.062	มาก
10. ความเพียงพอของไฟส่องสว่าง	3.97	.822	มาก
11. ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.10	.794	มาก
ภาพรวม	3.98	.800	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อซึ่งอยู่ในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับได้ดังนี้ ความเพียงพอของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ($\bar{X} = 4.10$) ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 4.10$) ความเพียงพอของพนักงานให้บริการ ($\bar{X} = 4.09$) ความเพียงพอของที่นั่งชม ($\bar{X} = 4.06$) ความเพียงพอของป้ายสัญลักษณ์ ($\bar{X} = 4.04$) ความเพียงพอของห้องสุขา ถูกสุขลักษณะ ($\bar{X} = 4.01$) ความเพียงพอของอุปกรณ์กีฬา ($\bar{X} = 3.99$) ความเพียงพอของไฟส่องสว่าง ($\bar{X} = 3.97$) ความเพียงพอของที่จอดรถ ($\bar{X} = 3.88$) ความเพียงพอต่อการจัดเก็บขยะ ถังขยะ ($\bar{X} = 3.86$) และความเพียงพอของโทรศัพท์สาธารณะ ($\bar{X} = 3.70$)

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การให้บริการข้อมูลของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	4.09	.751	มาก
2. ขั้นตอนของการให้บริการมีความต่อเนื่อง	4.13	.774	มาก
3. บรรยากาศของขั้นตอนการแข่งขันหรือสนามกีฬา	4.14	.767	มาก
4. อุปกรณ์กีฬาครอบคลุมต่อการออกกำลังกาย	4.07	.782	มาก
5. การไหลเวียนของการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว	4.11	.795	มาก
6. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่วี วิทยุ อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง	4.15	.798	มาก
7. มีการจัดการแข่งขันกีฬาอย่างสม่ำเสมอ	4.16	.821	มาก
ภาพรวม	4.12	.784	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในด้านบริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อซึ่งอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด เรียงลำดับได้ดังนี้ มีการจัดการแข่งขันกีฬาอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.16$) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่วี วิทยุ อินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.15$) บรรยากาศของขั้นตอนการแข่งขันหรือสนามกีฬา ($\bar{X} = 4.14$) ขั้นตอนของการให้บริการมีความต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.13$) การไหลเวียนของการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.11$) การให้บริการข้อมูลของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 4.09$) และอุปกรณ์กีฬาครอบคลุมต่อการออกกำลังกาย ($\bar{X} = 4.07$)



682156326

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

รายการ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. การให้บริการข้อมูลทั่วไป ข้อห้าม ข้อปฏิบัติล่วงหน้าก่อนการเดินทางท่องเที่ยว	4.16	.754	มาก
2. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้ข้อมูลข่าวสาร	4.17	.792	มาก
3. ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED	4.23	.761	มากที่สุด
4. ระบบการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคมสะดวกสบาย/สัญญาณที่อำนวยความสะดวกในการจับจ่าย	4.13	.827	มาก
5. เอกลักษณ์ของสถานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชน	4.06	.879	มาก
6. การผสมผสานระหว่างกิจกรรมการแข่งขันกับชุมชนในพื้นที่	3.99	.815	มาก
ภาพรวม	4.12	.805	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละข้อซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED ($\bar{X} = 4.23$) การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้ข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.17$) การให้บริการข้อมูลทั่วไป ข้อห้าม ข้อปฏิบัติล่วงหน้าก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.16$) ระบบการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคมสะดวกสบาย/สัญญาณที่อำนวยความสะดวกในการจับจ่าย ($\bar{X} = 4.13$) เอกลักษณ์ของสถานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชน ($\bar{X} = 4.06$) และการผสมผสานระหว่างกิจกรรมการแข่งขันกับชุมชนในพื้นที่ ($\bar{X} = 3.99$)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ในตอนี่ 4 นี้เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ โดยใช้สถิติ t-test กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ได้แก่ เพศ และ ใช้สถิติ Chi-square Test กับกลุ่มตัวอย่าง ที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกันต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน โดยนำเสนอตามลำดับดังนี้

4.1 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ตาราง 19 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศ กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

พฤติกรรม	ชาย		หญิง		t	Sig.
	(n=171)		(n=213)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1.เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์	1.087	0.303	1.070	0.256	0.594	0.553
2.วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	2.543	0.679	2.474	0.587	1.061	0.290
3.เวลาในการวางแผนก่อนเดินทาง	1.263	0.537	1.323	0.585	-1.058	0.291
4.เดินทางกับใคร	2.666	1.090	2.713	0.965	-0.441	0.659
5.เดินทางด้วยวิธีใด	2.485	1.516	2.164	0.954	2.412	0.017
6.ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.248	0.162	0.268	0.165	-1.188	0.236
7.ป้ายสัญลักษณ์ควรมีลักษณะอย่างไร	0.256	0.151	0.271	0.154	-0.964	0.336
8.สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ	2.280	1.164	2.032	1.199	2.039	0.042
9.ข้อคำนึงในการใช้บริการห้องสุขา	0.281	0.151	0.255	0.138	1.737	0.083
10.เลือกใช้บริการที่พัก	1.590	0.772	1.488	0.749	1.312	0.190
11.เหตุผลในการเลือกที่พัก	0.258	0.165	0.273	0.162	-0.917	0.360
12.จำนวนวันพัก	2.590	2.045	2.370	1.925	1.074	0.284
13.แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูล	4.473	1.550	4.206	1.499	1.702	0.090
14.รายการค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด	2.754	0.969	2.568	1.129	1.739	0.083
15.ช่วงวันในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	1.877	0.783	1.882	0.758	-0.069	0.945
16.ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	1.333	0.553	1.328	0.578	0.081	0.936
17.การตัดสินใจท่องเที่ยวเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส	1.848	0.970	1.957	1.010	-1.077	0.282

พฤติกรรม	ชาย		หญิง		t	Sig.
	(n=171)		(n=213)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
รวม	1.754	0.797	1.684	0.753	-0.480	0.333

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 15 พฤติกรรม แสดงว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมเคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรมของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว เวลาในการวางแผนก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางกับใคร ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรมที่ต้องการลักษณะของป้ายสัญลักษณ์ ข้อคำนึงในการใช้บริการห้องสุขา การเลือกใช้บริการที่พัก เหตุผลในการเลือกที่พัก จำนวนวันพัก แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสืบค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมการแข่งขัน รายการค่าใช้จ่ายที่มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ช่วงวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทาง และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเมื่อเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 พฤติกรรม แสดงว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกวิธีที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และพฤติกรรมการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์		รวม
	เคย	ไม่เคย	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	35	2	37
20 - 29 ปี	167	12	179
30 - 39 ปี	67	7	74
40 - 49 ปี	52	4	56
50 - 59 ปี	31	3	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	4

Pearson Chi-Square 1.235 Asymp. Sig. (2-sided) .941

ระดับการศึกษา	เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์		รวม
	เคย	ไม่เคย	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	10	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	49	5	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	72	2	74

ปริญญาตรี	206	19	225
ปริญญาโท	19	2	21
ปริญญาเอก	0	0	0
Pearson Chi-Square 3.998 Asymp. Sig. (2-sided) .406			
อาชีพ	เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์		รวม
	เคย	ไม่เคย	
นักเรียน/นักศึกษา	48	3	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	89	7	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	48	4	52
พนักงานบริษัทเอกชน	106	6	112
ธุรกิจส่วนตัว	53	7	60
ว่างงาน	12	1	13
Pearson Chi-Square 2.484 Asymp. Sig. (2-sided) .779			
รายได้	เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์		รวม
	เคย	ไม่เคย	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	59	7	66
10,001-20,000 บาท	126	11	137
20,001-30,000 บาท	93	8	101
30,001-40,000 บาท	44	2	46
40,001-50,000 บาท	32	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	2	0	2
Pearson Chi-Square 4.506 Asymp. Sig. (2-sided) .479			
รวม	356	28	384

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ ทั้ง 4 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้าน วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	เข้าร่วมการ แข่งขันกีฬา	เข้าชมการ แข่งขันกีฬา	สัมผัสบรรยากาศของ สถานที่แข่งขัน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	6	6	25	0	37
20 - 29 ปี	9	76	94	0	179
30 - 39 ปี	3	28	43	0	74
40 - 49 ปี	5	21	30	0	56
50 - 59 ปี	0	16	18	0	34
60 ปีขึ้นไป	0	2	2	0	4

Pearson Chi-Square 21.793 Asymp. Sig. (2-sided) .113

การศึกษา	วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	เข้าร่วมการ แข่งขันกีฬา	เข้าชมการ แข่งขันกีฬา	สัมผัสบรรยากาศของ สถานที่แข่งขัน	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือ น้อยกว่า	0	3	7	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช.หรือเทียบเท่า	6	11	37	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือ เทียบเท่า	4	22	48	0	74
ปริญญาตรี	13	104	108	0	225
ปริญญาโท	0	9	12	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 27.913 Asymp. Sig. (2-sided) .006

อาชีพ	วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	เข้าร่วมการ แข่งขันกีฬา	เข้าชมการ แข่งขันกีฬา	สัมผัสบรรยากาศของ สถานที่แข่งขัน	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	5	13	33	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	2	43	51	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	23	25	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	7	44	61	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	5	22	33	0	60
ว่างงาน	0	4	9	0	13

Pearson Chi-Square 28.165 Asymp. Sig. (2-sided) .021

รายได้	วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา	เข้าชมการแข่งขันกีฬา	สัมผัสบรรยากาศของสถานที่แข่งขัน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	8	18	40	0	66
10,001-20,000 บาท	6	60	71	0	137
20,001-30,000 บาท	7	41	53	0	101
30,001-40,000 บาท	1	16	29	0	46
40,001-50,000 บาท	1	13	18	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	1	1	0	2
รวม	23	149	212	0	384

Pearson Chi-Square 22.666 Asymp. Sig. (2-sided) .091

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	ก่อนการเดินทางใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	1 วัน หรือน้อยกว่า	2 - 7 วัน	8 - 14 วัน	15 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	35	2	0	0	37
20 - 29 ปี	128	45	2	4	179
30 - 39 ปี	55	16	3	0	74



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

40 - 49 ปี	43	12	2	1	56
50 - 59 ปี	21	12	1	0	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	2	0	4

Pearson Chi-Square 20.405 Asymp. Sig. (2-sided) .157

การศึกษา	ก่อนการเดินทางใช้เวลากี่วันในการวางแผนการการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	1 วัน หรือน้อยกว่า	2 - 7 วัน	8 - 14 วัน	15 วันขึ้นไป	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	9	1	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. หรือเทียบเท่า	48	5	1	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือ เทียบเท่า	59	11	2	2	74
ปริญญาตรี	154	66	2	3	225
ปริญญาโท	16	4	1	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 19.781 Asymp. Sig. (2-sided) .071

อาชีพ	ก่อนการเดินทางใช้เวลากี่วันในการวางแผนการการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	1 วัน หรือน้อยกว่า	2 - 7 วัน	8 - 14 วัน	15 วันขึ้นไป	
นักเรียน/นักศึกษา	46	4	1	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	62	33	1	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	16	0	1	52
พนักงานบริษัทเอกชน	85	23	2	2	112
ธุรกิจส่วนตัว	46	10	2	2	60
ว่างงาน	12	1	0	0	13

Pearson Chi-Square 25.476 Asymp. Sig. (2-sided) .044

รายได้	ก่อนการเดินทางใช้เวลากี่วันในการวางแผนการการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์				รวม
	1 วัน หรือน้อยกว่า	2 - 7 วัน	8 - 14 วัน	15 วันขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	58	6	1	1	66
10,001-20,000 บาท	100	32	3	2	137
20,001-30,000 บาท	68	31	0	2	101
30,001-40,000 บาท	33	11	2	0	46

40,001-50,000 บาท	26	6	0	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	1	1	0	0	2
รวม	286	87	6	5	384

Pearson Chi-Square 18.094 Asymp. Sig. (2-sided) .258

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาที่วันในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร

อายุ	การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร						รวม
	คนเดียว	ครอบครัว	เพื่อน	เพื่อน ร่วมงาน	คนรัก	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	2	10	20	0	5	0	37
20 - 29 ปี	20	45	87	5	22	0	179
30 - 39 ปี	6	28	32	3	5	0	74
40 - 49 ปี	2	32	15	3	4	0	56
50 - 59 ปี	3	21	7	1	2	0	34
60 ปีขึ้นไป	0	4	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 45.788 Asymp. Sig. (2-sided) .001

การศึกษา	การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร						รวม
	คนเดียว	ครอบครัว	เพื่อน	เพื่อน ร่วมงาน	คนรัก	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	9	1	0	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช. เทียบเท่า	5	16	27	2	4	0	54

อนุปริญญา/ปวส เทียบเท่า	9	23	36	1	5	0	74
ปริญญาตรี	18	82	89	8	28	0	225
ปริญญาโท	1	10	8	1	1	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 22.266 Asymp. Sig. (2-sided) .135

อาชีพ	การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร						รวม
	คนเดียว	ครอบครัว	เพื่อน	เพื่อน ร่วมงาน	คนรัก	อื่นๆ	
นักเรียนนักศึกษา	3	12	28	0	8	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	6	41	33	3	13	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	16	27	1	1	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	9	35	48	7	13	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	6	27	23	1	3	0	60
ว่างงาน	2	9	2	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 35.615 Asymp. Sig. (2-sided) .017

รายได้	การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร						รวม
	คนเดียว	ครอบครัว	เพื่อน	เพื่อน ร่วมงาน	คนรัก	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	5	19	33	0	9	0	66
10,001-20,000 บาท	14	51	53	3	16	0	137
20,001-30,000 บาท	7	35	45	6	8	0	101
30,001-40,000 บาท	4	20	19	2	1	0	46
40,001-50,000 บาท	3	14	10	1	4	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	1	1	0	0	0	2
รวม	33	140	161	12	38	0	384

Pearson Chi-Square 16.079 Asymp. Sig. (2-sided) .712

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร ที่มีการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร ที่มีอายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมการเลือกวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	วิธีที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	รถโดยสารประจำทาง	รถยนต์ส่วนตัว	รถเช่า	เครื่องบินโดยสาร	รถไฟ	บริษัทนำเที่ยว	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	7	26	3	1	0	0	0	37
20 - 29 ปี	21	140	15	3	0	0	0	179
30 - 39 ปี	1	67	6	0	0	0	0	74
40 - 49 ปี	0	55	1	0	0	0	0	56
50 - 59 ปี	0	32	1	0	1	0	0	34
60 ปีขึ้นไป	0	4	0	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 56.776 Asymp. Sig. (2-sided) .000

การศึกษา	วิธีที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	รถโดยสารประจำทาง	รถยนต์ส่วนตัว	รถเช่า	เครื่องบินโดยสาร	รถไฟ	บริษัทนำเที่ยว	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	9	1	0	0	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	11	39	3	4	0	0	0	54
อนุปริญญา/ปวสหรือเทียบเท่า	7	61	5	4	0	0	0	74
ปริญญาตรี	11	195	16	2	1	0	0	225
ปริญญาโท	0	20	1	0	0	0	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 33.880 Asymp. Sig. (2-sided) .027

อาชีพ	วิธีที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	รถโดยสารประจำทาง	รถยนต์ส่วนตัว	รถเช่า	เครื่องบินโดยสาร	รถไฟ	บริษัทนำเที่ยว	อื่นๆ	

นักเรียน/นักศึกษา	11	34	4	2	0	0	0	51
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐ	3	87	6	0	0	0	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	41	3	0	0	0	0	52
พนักงาน บริษัทเอกชน	5	94	10	2	1	0	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	2	55	3	0	0	0	0	60
ว่างงาน	0	13	0	0	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 62.797 Asymp. Sig. (2-sided) .000

รายได้	วิธีที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	รถโดยสาร ประจำทาง	รถยนต์ ส่วนตัว	รถ เช่า	เครื่องบิน โดยสาร	รถไฟ	บริษัท นำเที่ยว	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12	38	5	2	0	0	9	66
10,001-20,000 บาท	12	109	7	2	0	0	7	137
20,001-30,000 บาท	5	86	7	0	0	0	3	101
30,001-40,000 บาท	0	39	3	0	1	0	3	46
40,001-50,000 บาท	0	28	4	0	0	0	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	2	0	0	0	0	0	2
รวม	29	324	26	4	1	0	0	384

Pearson Chi-Square 46.944 Asymp. Sig. (2-sided) .005

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ ทั้ง 4 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	ความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์					รวม
	จุดที่นั่งพักคอย	จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ	จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	จุดบริการอินเทอร์เน็ตไวไฟ	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	13	13	2	9	0	37
20 - 29 ปี	81	44	20	34	0	179
30 - 39 ปี	27	19	8	20	0	74
40 - 49 ปี	21	12	12	11	0	56
50 - 59 ปี	15	5	2	12	0	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 22.002 Asymp. Sig. (2-sided) .108

การศึกษา	ความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์					รวม
	จุดที่นั่งพักคอย	จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ	จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	จุดบริการอินเทอร์เน็ตไวไฟ	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	5	3	0	2	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	21	14	4	15	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	29	25	4	16	0	74
ปริญญาตรี	103	42	32	48	0	225
ปริญญาโท	3	9	4	5	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 21.621 Asymp. Sig. (2-sided) .042

อาชีพ	ความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์					รวม
	จุดที่นั่งพักคอย	จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ	จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	จุดบริการอินเทอร์เน็ต	อื่นๆ	



		โทรศัพท์มือถือ		ไวไฟ		
นักเรียน/นักศึกษา	16	16	4	15	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	37	24	8	27	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	12	6	14	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	52	22	18	20	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	29	13	8	10	0	60
ว่างงาน	7	6	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 21.156 Asymp. Sig. (2-sided) .132

รายได้	ความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์					รวม
	จุดที่นั่งพักคอย	จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือ	จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	จุดบริการอินเทอร์เน็ตไวไฟ	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	22	20	6	18	0	66
10,001-20,000 บาท	63	32	13	29	0	137
20,001-30,000 บาท	46	18	19	18	0	101
30,001-40,000 บาท	20	11	3	12	0	46
40,001-50,000 บาท	9	12	3	8	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	1	0	0	1	0	2
รวม	161	93	44	86	0	384

Pearson Chi-Square 18.777 Asymp. Sig. (2-sided) .224

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมด้านความต้องการการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้าน ความต้องการเลือกใช้บริการประเภทของที่พักร้างคืน

อายุ	ประเภทของที่พักร้างคืน					รวม
	โรงแรม/ รีสอร์ท/ บังกะโล	บ้านญาติ/ บ้านเพื่อน	ที่พักของ หน่วยงาน ราชการ	โฮมส เตย์	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	14	22	0	1	0	37
20 - 29 ปี	101	63	3	12	0	179
30 - 39 ปี	45	25	2	2	0	74
40 - 49 ปี	33	20	0	3	0	56
50 - 59 ปี	27	5	1	1	0	34
60 ปีขึ้นไป	3	1	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 21.297 Asymp. Sig. (2-sided) .128

การศึกษา	ประเภทของที่พักร้างคืน					รวม
	โรงแรม/ รีสอร์ท/ บังกะโล	บ้านญาติ/ บ้านเพื่อน	ที่พักของ หน่วยงาน ราชการ	โฮมส เตย์	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือ น้อยกว่า	4	4	0	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช.หรือเทียบเท่า	20	32	0	2	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือ เทียบเท่า	47	23	1	3	0	74
ปริญญาตรี	135	72	5	13	0	225
ปริญญาโท	15	5	0	1	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 19.021 Asymp. Sig. (2-sided) .088

อาชีพ	ประเภทของที่พักร้างคืน					รวม
	โรงแรม/ รีสอร์ท/ บังกะโล	บ้านญาติ/ บ้านเพื่อน	ที่พักของ หน่วยงาน ราชการ	โฮมส เตย์	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	21	27	1	2	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	67	23	3	3	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	17	0	4	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	63	42	0	7	0	112



682156326

MSU iThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ธุรกิจส่วนตัว	34	21	2	3	0	60
ว่างงาน	7	6	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 21.670 Asymp. Sig. (2-sided) .117

รายได้	ประเภทของที่พักค้างคืน					รวม
	โรงแรม/ รีสอร์ท/ บังกะโล	บ้านญาติ/ บ้านเพื่อน	ที่พักของหน่วยงานราชการ	โฮมสเตย์	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	31	32	1	2	0	66
10,001-20,000 บาท	80	48	4	5	0	137
20,001-30,000 บาท	63	31	0	7	0	101
30,001-40,000 บาท	25	17	0	4	0	46
40,001-50,000 บาท	22	8	1	1	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	2	0	0	0	0	2
รวม	223	136	6	19	0	384

Pearson Chi-Square 16.437 Asymp. Sig. (2-sided) .354

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ ทั้ง 4 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านความต้องการเลือกใช้บริการประเภทของที่พักค้างคืน ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างไม่แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวิธีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน

อายุ	จำนวนวันพักค้างคืน						รวม
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	5 คืน	ไม่พักค้างคืน	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	18	4	2	0	0	13	37
20 - 29 ปี	74	38	9	1	3	54	179
30 - 39 ปี	43	19	1	0	0	11	74
40 - 49 ปี	29	17	4	0	1	5	56
50 - 59 ปี	18	15	0	0	0	1	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 45.953 Asymp. Sig. (2-sided) .006							
การศึกษา	จำนวนวันพักค้างคืน						รวม
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	5 คืน	ไม่พักค้างคืน	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	7	1	0	0	0	2	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือ เทียบเท่า	27	7	4	0	0	16	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	36	15	2	0	0	21	74
ปริญญาตรี	108	62	9	1	4	41	225
ปริญญาโท	8	8	1	0	0	4	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0	0
Pearson Chi-Square 18.405 Asymp. Sig. (2-sided) .561							
อาชีพ	จำนวนวันพักค้างคืน						รวม
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	5 คืน	ไม่พักค้างคืน	
นักเรียน/นักศึกษา	21	6	2	0	2	20	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	54	30	2	0	0	10	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	10	4	0	0	12	52
พนักงานบริษัทเอกชน	49	30	4	0	2	27	112
ธุรกิจส่วนตัว	28	14	4	1	0	13	60
ว่างงาน	8	3	0	0	0	2	13
Pearson Chi-Square 38.657 Asymp. Sig. (2-sided) .040							
รายได้	จำนวนวันพักค้างคืน						รวม
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	5 คืน	ไม่พักค้าง คืน	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	26	10	3	1	2	24	66
10,001-20,000 บาท	77	29	6	0	0	25	137
20,001-30,000 บาท	47	26	6	0	1	21	101
30,001-40,000 บาท	21	14	0	0	1	10	46
40,001-50,000 บาท	15	12	1	0	0	4	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	2	0	0	0	0	2
รวม	186	93	16	1	4	84	384
Pearson Chi-Square 36.118 Asymp. Sig. (2-sided) .070							

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวน

คืนพักค้างคืน ที่มีการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน ที่มีอายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกจำนวนคืนพักค้างคืน แตกต่าง

ตาราง 28 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกแหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แอปพลิเคชันบนมือถือ	วิทยุ	โซเชียลมีเดีย	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	1	9	5	0	22	0	37
20 - 29 ปี	3	5	71	15	0	85	0	179
30 - 39 ปี	0	3	29	9	0	33	0	74
40 - 49 ปี	1	7	25	7	0	16	0	56
50 - 59 ปี	1	0	25	0	0	8	0	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	1	1	0	2	0	4

Pearson Chi-Square 41.042 Asymp. Sig. (2-sided) .004

การศึกษา	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แอปพลิเคชันบนมือถือ	วิทยุ	โซเชียลมีเดีย	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	1	3	3	0	3	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	0	1	10	9	0	34	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	1	2	25	4	0	42	0	74

ปริญญาตรี	3	10	115	19	0	78	0	225
ปริญญาโท	1	2	7	2	0	9	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 40.687 Asymp. Sig. (2-sided) .001

อาชีพ	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แอปพลิเคชันบนมือถือ	วิทยุ	โซเชียลมีเดีย	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	1	1	11	5	0	33	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	4	50	7	0	35	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	2	29	5	0	14	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	1	4	46	14	0	47	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	4	23	6	0	27	0	60
ว่างงาน	2	1	1	0	0	10	0	13
รวม	5	16	160	37	0	166	0	384

Pearson Chi-Square 40.616 Asymp. Sig. (2-sided) .004

รายได้	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา							รวม
	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	แอปพลิเคชันบนมือถือ	วิทยุ	โซเชียลมีเดีย	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	1	1	19	6	0	39	0	66
10,001-20,000 บาท	1	4	53	14	0	65	0	137
20,001-30,000 บาท	2	7	45	12	0	35	0	101
30,001-40,000 บาท	1	2	21	3	0	19	0	46
40,001-50,000 บาท	0	2	22	1	0	7	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	0	1	0	1	0	0

รวม	5	16	160	37	0	166	0	384
-----	---	----	-----	----	---	-----	---	-----

Pearson Chi-Square 30.505 Asymp. Sig. (2-sided) .062

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกใช้แหล่งข้อมูลในการค้นคว้าหากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์							รวม
	ค่าเดินทาง	ค่าที่พัก	ค่าอาหารเครื่องดื่ม	ค่าของที่ระลึก	ค่าบัตรเข้าชม	ค่าสมัครแข่งขัน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	5	1	26	1	2	2	0	37
20 - 29 ปี	32	29	97	9	9	3	0	179
30 - 39 ปี	12	16	43	0	2	1	0	74
40 - 49 ปี	8	12	32	2	0	2	0	56
50 - 59 ปี	7	7	16	3	1	0	0	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	0	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 40.839 Asymp. Sig. (2-sided) .024

การศึกษา	รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน	รวม
----------	--	-----

	จังหวัดบุรีรัมย์							
	ค่าเดินทาง	ค่าที่พัก	ค่าอาหารเครื่องดื่ม	ค่าของที่ระลึก	ค่าบัตรเข้าชม	ค่าสมัครแข่งขัน	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	3	1	6	0	0	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	8	5	27	5	3	6	0	54
อนุปริญญา/ปวสหรือเทียบเท่า	9	14	46	2	3	0	0	74
ปริญญาตรี	42	42	124	7	8	2	0	225
ปริญญาโท	6	3	11	1	0	0	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 39.282 Asymp. Sig. (2-sided) .006

อาชีพ	รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์							รวม
	ค่าเดินทาง	ค่าที่พัก	ค่าอาหารเครื่องดื่ม	ค่าของที่ระลึก	ค่าบัตรเข้าชม	ค่าสมัครแข่งขัน	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	7	2	36	1	3	2	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	21	19	51	4	0	1	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	12	30	2	1	0	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	14	21	62	6	5	4	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	17	10	26	1	5	1	0	60
ว่างงาน	2	1	9	1	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 34.567 Asymp. Sig. (2-sided) .096

รายได้	รายการค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์							รวม
	ค่าเดินทาง	ค่าที่พัก	ค่าอาหารเครื่องดื่ม	ค่าของที่ระลึก	ค่าบัตรเข้าชม	ค่าสมัครแข่งขัน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10	4	45	2	3	2	0	66



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

10,000 บาท								
10,001-20,000 บาท	27	22	74	9	6	2	0	137
20,001-30,000 บาท	20	23	52	2	3	1	0	101
30,001-40,000 บาท	7	7	27	1	1	3	0	46
40,001-50,000 บาท	4	8	18	1	1	0	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	1	1	0	0	0	0	2
รวม	68	65	214	15	14	8	0	384

Pearson Chi-Square 24.820 Asymp. Sig. (2-sided) .473

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ และการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมด้านรายการใช้จ่ายที่มีการใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	วันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา					รวม
	วันธรรมดา	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุดเทศกาล	วันลาพักผ่อนลาพักร้อน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	19	15	2	1	0	37
20 - 29 ปี	62	84	25	8	0	179
30 - 39 ปี	20	44	7	3	0	74

40 - 49 ปี	16	30	8	2	0	56
50 - 59 ปี	6	22	5	1	0	34
60 ปีขึ้นไป	1	2	1	0	0	4

Pearson Chi-Square 15.038 Asymp. Sig. (2-sided) .449

การศึกษา	วันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา					รวม
	วัน ธรรมดา	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด เทศกาล	วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน	อื่นๆ	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	3	6	1	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	23	22	7	2	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	27	38	5	4	0	74
ปริญญาตรี	66	118	33	8	0	225
ปริญญาโท	5	13	2	1	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 9.049 Asymp. Sig. (2-sided) .699

อาชีพ	วันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา					รวม
	วัน ธรรมดา	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด เทศกาล	วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน	อื่นๆ	
นักเรียน/นักศึกษา	27	19	4	1	0	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	19	58	14	5	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	25	10	4	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	36	58	14	4	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	25	29	6	0	0	60
ว่างงาน	4	8	0	1	0	13

Pearson Chi-Square 28.574 Asymp. Sig. (2-sided) .018

รายได้	วันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา					รวม
	วัน ธรรมดา	วันเสาร์ - วันอาทิตย์	วันหยุด เทศกาล	วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน	อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	32	23	9	2	0	66
10,001-20,000 บาท	32	81	16	8	0	137
20,001-30,000 บาท	30	51	16	4	0	101
30,001-40,000 บาท	22	20	3	1	0	46

40,001-50,000 บาท	8	20	4	0	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	2	0	0	0	2
รวม	124	197	48	15	0	384

Pearson Chi-Square 26.683 Asymp. Sig. (2-sided) .031

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ และการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 2 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการเลือกวันในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์

อายุ	จำนวนค่าใช้จ่าย (บาท)				รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 – 6,000 บาท	6,001 – 9,000 บาท	9,001 บาทขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	34	3	0	0	37
20 - 29 ปี	135	39	2	3	179
30 - 39 ปี	47	25	2	0	74
40 - 49 ปี	36	17	3	0	56
50 - 59 ปี	18	15	0	1	34
60 ปีขึ้นไป	2	2	0	0	4

Pearson Chi-Square 28.111 Asymp. Sig. (2-sided) .021

การศึกษา	จำนวนค่าใช้จ่าย (บาท)				รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 – 6,000 บาท	6,001 – 9,000 บาท	9,001 บาทขึ้นไป	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	10	0	0	0	10

มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช.หรือเทียบเท่า	46	6	1	1	54
อนุปริญญา/ปวส หรือ เทียบเท่า	55	18	1	0	74
ปริญญาตรี	148	70	4	3	225
ปริญญาโท	13	7	1	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 16.686 Asymp. Sig. (2-sided) .162

อาชีพ	จำนวนค่าใช้จ่าย (บาท)				รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 – 6,000 บาท	6,001 – 9,000 บาท	9,001 บาทขึ้นไป	
นักเรียน/นักศึกษา	47	3	0	1	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	53	38	3	2	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	8	1	1	52
พนักงานบริษัทเอกชน	75	35	2	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	43	16	1	0	60
ว่างงาน	12	1	0	0	13

Pearson Chi-Square 33.833 Asymp. Sig. (2-sided) .004

รายได้	จำนวนค่าใช้จ่าย (บาท)				รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท	3,001 – 6,000 บาท	6,001 – 9,000 บาท	9,001 บาทขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	59	6	0	1	66
10,001-20,000 บาท	98	37	1	1	137
20,001-30,000 บาท	64	32	5	0	101
30,001-40,000 บาท	30	14	1	1	46
40,001-50,000 บาท	20	12	0	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	1	0	0	1	2
รวม	272	101	7	4	384

Pearson Chi-Square 71.990 Asymp. Sig. (2-sided) .000

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญ

ทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนที่จังหวัดบุรีรัมย์ แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19

อายุ	การกระทำเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาด					รวม
	ยกเลิกการเดินทาง	เลื่อนการเดินทาง	เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	ขึ้นอยู่กับผู้จัด	ตามแผนที่กำหนด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	25	8	3	1	0	37
20 - 29 ปี	71	61	23	23	1	179
30 - 39 ปี	27	32	8	7	0	74
40 - 49 ปี	21	17	9	9	0	56
50 - 59 ปี	16	16	1	1	0	34
60 ปีขึ้นไป	4	0	0	0	0	4

Pearson Chi-Square 28.986 Asymp. Sig. (2-sided) .088

การศึกษา	การกระทำเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาด					รวม
	ยกเลิกการเดินทาง	เลื่อนการเดินทาง	เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	ขึ้นอยู่กับผู้จัด	ตามแผนที่กำหนด	
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือน้อยกว่า	9	0	1	0	0	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย ,ปวช.หรือเทียบเท่า	29	15	5	5	0	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	33	27	7	7	0	74
ปริญญาตรี	83	87	28	26	1	225

ปริญญาโท	10	5	3	3	0	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 17.953 Asymp. Sig. (2-sided) .327

อาชีพ	การกระทำเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาด					รวม
	ยกเลิกการเดินทาง	เลื่อนการเดินทาง	เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	ขึ้นอยู่กับผู้จัด	ตามแผนที่กำหนด	
นักเรียน/นักศึกษา	31	11	7	1	1	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	35	46	7	8	0	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	23	8	8	0	52
พนักงานบริษัทเอกชน	54	33	14	11	0	112
ธุรกิจส่วนตัว	20	19	8	13	0	60
ว่างงาน	11	2	0	0	0	13

Pearson Chi-Square 51.222 Asymp. Sig. (2-sided) .000

รายได้	การกระทำเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาด					รวม
	ยกเลิกการเดินทาง	เลื่อนการเดินทาง	เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	ขึ้นอยู่กับผู้จัด	ตามแผนที่กำหนด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	38	17	8	2	1	66
10,001-20,000 บาท	56	44	15	22	0	137
20,001-30,000 บาท	37	38	16	10	0	101
30,001-40,000 บาท	20	19	2	5	0	46
40,001-50,000 บาท	12	15	3	2	0	32
50,001 บาทขึ้นไป	1	1	0	0	0	2
รวม	164	134	44	41	1	384

Pearson Chi-Square 25.855 Asymp. Sig. (2-sided) .171

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีอายุ การศึกษา และรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส

เหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 แตกต่างกัน

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมด้านการกระทำต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 แตกต่างกัน

ตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (1)

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรม				
	เคยมาท่องเที่ยว	วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว	ท่องเที่ยวกับใคร	วิธีที่ใช้ในการเดินทาง
อายุ	.941	.113	.157	.001**	.000**
การศึกษา	.406	.006**	.071	.135	.027**
อาชีพ	.779	.021**	.044**	.017**	.000**
รายได้	.479	.091	.258	.712	.005**

** Pearson Chi-Square Asymp. Sig. (2-sided) <.05

จากตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังนี้

อายุ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร และด้านวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วันมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษา มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยว

ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วัน และด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใครมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวที่วัน ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร และด้านวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านวิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วัน และด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (2)

ปัจจัย ส่วน บุคคล	พฤติกรรม				
	สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในแหล่ง ท่องเที่ยว	ประเภทที่พัก ค้างคืน	จำนวนคืนที่ พัก	แหล่งข้อมูลที่ใช้ ในการวางแผน การท่องเที่ยว	รายการ ค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง ท่องเที่ยว
อายุ	.108	.128	.006**	.004**	.024**
การศึกษา	.042**	.088	.561	.001**	.006**
อาชีพ	.132	.117	.040**	.004**	.096
รายได้	.224	.354	.070	.062	.473

** Pearson Chi-Square Asymp. Sig. (2-sided) <.05

จากตาราง 34 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังนี้

อายุ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์กับด้านจำนวนวันที่พักค้างคืน ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีรายการค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านความต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านประเภทที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเลือก
เข้าพักค้างคืนมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษา มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัด
บุรีรัมย์ที่มีด้านความต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงกีฬา ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์
ด้านในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามีรายการค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ในส่วนด้านประเภทที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักค้างคืน และด้านจำนวนวันที่
พักค้างคืนมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัด
บุรีรัมย์กับด้านจำนวนวันที่พักค้างคืน ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านความต้องการ
ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านประเภทที่พักค้างคืนที่
นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักค้างคืน และด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามีรายการค่าใช้จ่ายรายการใด
มากที่สุดมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัด
บุรีรัมย์ที่มีด้านความต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิง
กีฬา ด้านประเภทที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักค้างคืน ด้านจำนวนวันที่พักค้างคืน
ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ และด้าน
ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามีรายการค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุดอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05

ตาราง 35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับ
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (3)

ปัจจัยส่วนบุคคล	พฤติกรรม		
	วันในการเดินทาง ท่องเที่ยว	จำนวนค่าใช้จ่าย	การกระทำเมื่อเกิด สถานการณ์การแพร่ระบาด ของเชื้อไวรัส
อายุ	.449	.021**	.088
การศึกษา	.699	.162	.327
อาชีพ	.018**	.004**	.000**
รายได้	.031**	.000**	.171

** Pearson Chi-Square Asymp. Sig. (2-sided) <.05

จากตาราง 35 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ
และรายได้กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังนี้

อายุ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษา มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีด้านช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีด้านช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีด้านช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และด้านการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนด้านหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ตาราง 36 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ความพึงพอใจ	ชาย (n=171)		หญิง (n=213)		t	Sig.
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service)	4.134	0.502	4.094		
2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely service)	4.083	0.581	4.056	0.540	0.478	0.633
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service)	4.011	0.526	3.965	0.552	0.833	0.405
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service)	4.160	0.646	4.097	0.568	0.992	0.322

ความพึงพอใจ	ชาย		หญิง		t	Sig.
	(n=171)		(n=213)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service)	4.153	0.649	4.107	0.633	0.695	0.488
รวม	4.108	0.580	4.063	0.550	0.761	0.453

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 5 ด้าน แสดงว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)

อายุ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	1	2	18	16	37
20 - 29 ปี	0	0	8	107	64	179
30 - 39 ปี	0	0	4	39	31	74
40 - 49 ปี	0	0	5	25	26	56
50 - 59 ปี	0	0	3	24	7	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	0	4	0	4

Pearson Chi-Square 151.796 Asymp. Sig. (2-sided) .052

การศึกษา	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	1	0	7	2	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	0	0	1	31	22	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	0	0	4	29	41	74
ปริญญาตรี	0	0	14	139	75	225
ปริญญาโท	0	0	3	11	7	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 56.816 Asymp. Sig. (2-sided) .000

อาชีพ	ความพึงพอใจ	รวม
-------	-------------	-----

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
นักเรียน/นักศึกษา	0	1	2	27	21	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	0	4	63	29	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0	5	29	18	52
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0	4	59	49	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	0	6	32	22	60
ว่างงาน	0	0	1	7	5	13

Pearson Chi-Square 16.295 Asymp. Sig. (2-sided) .363

รายได้	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	0	1	3	39	23	66
10,001-20,000 บาท	0	0	3	78	56	137
20,001-30,000 บาท	0	0	11	56	34	101
30,001-40,000 บาท	0	0	2	24	20	46
40,001-50,000 บาท	0	0	2	20	10	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0	1	2
รวม	0	1	22	217	144	384

Pearson Chi-Square 23.063 Asymp. Sig. (2-sided) .083

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค แตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)

อายุ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	2	3	15	17	37
20 - 29 ปี	0	1	16	94	68	179

30 - 39 ปี	0	0	6	39	29	74
40 - 49 ปี	0	1	9	24	22	56
50 - 59 ปี	0	0	3	23	8	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	0	4	0	4

Pearson Chi-Square 21.132 Asymp. Sig. (2-sided) .133

การศึกษา	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	1	1	6	2	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	0	2	5	25	22	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	0	0	6	39	29	74
ปริญญาตรี	0	0	23	118	84	225
ปริญญาโท	0	1	2	11	7	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 19.151 Asymp. Sig. (2-sided) .085

อาชีพ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
นักเรียน/นักศึกษา	0	2	6	23	20	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	0	12	55	29	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0	5	27	20	52
พนักงานบริษัทเอกชน	0	1	9	51	51	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	1	5	35	19	60
อื่นๆ	0	0	0	8	5	13

Pearson Chi-Square 15.171 Asymp. Sig. (2-sided) .439

รายได้	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	0	2	7	34	23	66
10,001-20,000 บาท	0	1	6	76	54	137
20,001-30,000 บาท	0	0	16	52	33	101
30,001-40,000 บาท	0	0	5	21	20	46
40,001-50,000 บาท	0	1	2	16	13	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0	1	2
รวม	0	4	37	199	144	384

Pearson Chi-Square 20.625 Asymp. Sig. (2-sided) .149

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 4 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการ

อย่างทันเวลา ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการ
อย่างทันเวลา ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจด้าน
การให้บริการอย่างทันเวลา ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample
Service)

อายุ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	0	6	17	14	37
20 - 29 ปี	0	2	21	100	56	179
30 - 39 ปี	0	0	5	44	25	74
40 - 49 ปี	0	0	10	33	13	56
50 - 59 ปี	0	0	4	22	8	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	0	1	3	4

Pearson Chi-Square 13.612 Asymp. Sig. (2-sided) .555

การศึกษา	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	0	3	4	3	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	0	0	5	34	15	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	0	0	7	41	26	74
ปริญญาตรี	0	2	27	128	68	225
ปริญญาโท	0	0	4	10	7	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 7.595 Asymp. Sig. (2-sided) .816

อาชีพ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
นักเรียน/นักศึกษา	0	0	8	30	13	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	0	8	57	31	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0	8	29	15	52
พนักงานบริษัทเอกชน	0	2	12	63	35	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	0	10	27	23	60
ว่างงาน	0	0	0	11	2	13

Pearson Chi-Square 15.932 Asymp. Sig. (2-sided) .387

รายได้	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	0	0	10	40	16	66
10,001-20,000 บาท	0	0	13	81	43	137
20,001-30,000 บาท	0	0	14	61	26	101
30,001-40,000 บาท	0	2	4	20	20	46
40,001-50,000 บาท	0	0	4	15	13	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0	1	2
รวม	0	2	46	217	119	384

Pearson Chi-Square 28.143 Asymp. Sig. (2-sided) .021

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ แตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)

อายุ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	1	4	15	17	37
20 - 29 ปี	0	2	12	91	74	179
30 - 39 ปี	0	1	3	35	35	74
40 - 49 ปี	0	2	7	24	23	56
50 - 59 ปี	0	0	5	21	8	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	0	1	3	4

Pearson Chi-Square 15.607 Asymp. Sig. (2-sided) .409

การศึกษา	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	1	0	4	5	10

มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	0	0	3	28	23	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	0	0	4	36	34	74
ปริญญาตรี	0	4	22	112	87	225
ปริญญาโท	0	1	2	7	11	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 13.652 Asymp. Sig. (2-sided) .323

อาชีพ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
นักเรียน/นักศึกษา	0	1	4	27	19	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	1	7	52	36	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	2	4	31	15	52
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0	11	46	55	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	1	5	26	28	60
ว่างงาน	0	1	0	5	7	13

Pearson Chi-Square 17.422 Asymp. Sig. (2-sided) .294

รายได้	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	0	1	5	37	23	66
10,001-20,000 บาท	0	2	5	68	62	137
20,001-30,000 บาท	0	2	9	56	34	101
30,001-40,000 บาท	0	0	9	14	23	46
40,001-50,000 บาท	0	1	2	12	17	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0	1	2
รวม	0	6	31	187	160	384

Pearson Chi-Square 27.987 Asymp. Sig. (2-sided) .022

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

อายุ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	0	1	3	15	18	37
20 - 29 ปี	0	6	15	88	70	179
30 - 39 ปี	0	0	7	28	39	74
40 - 49 ปี	0	0	10	23	23	56
50 - 59 ปี	0	0	5	23	6	34
60 ปีขึ้นไป	0	0	0	0	4	4

Pearson Chi-Square 28.617 Asymp. Sig. (2-sided) .018

การศึกษา	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	0	1	1	5	3	10
มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	0	1	3	23	27	54
อนุปริญญา/ปวส หรือเทียบเท่า	0	2	6	33	33	74
ปริญญาตรี	0	3	27	107	88	225
ปริญญาโท	0	0	3	9	9	21
ปริญญาเอก	0	0	0	0	0	0

Pearson Chi-Square 9.213 Asymp. Sig. (2-sided) .685

อาชีพ	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
นักเรียน/นักศึกษา	0	1	4	25	21	51
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	0	0	12	45	39	96
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	2	8	27	15	52
พนักงานบริษัทเอกชน	0	3	8	44	57	112
ธุรกิจส่วนตัว	0	1	8	32	19	60
ว่างงาน	0	0	0	4	9	13

Pearson Chi-Square 19.710 Asymp. Sig. (2-sided) .183

รายได้	ความพึงพอใจ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	0	1	5	34	26	66
10,001-20,000 บาท	0	4	13	60	60	137
20,001-30,000 บาท	0	0	13	56	32	101



682156326

30,001-40,000 บาท	0	2	5	13	26	46
40,001-50,000 บาท	0	0	3	14	15	32
50,001 บาทขึ้นไป	0	0	1	0	1	2
รวม	0	7	40	177	160	384

Pearson Chi-Square 21.220 Asymp. Sig. (2-sided) .130

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งค่า Sig มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ $\alpha = 0.05$ มี 3 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ไม่แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่มีค่า Sig น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ มี 1 ปัจจัย แสดงว่าความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกัน

ตาราง 42 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ปัจจัย ส่วน บุคคล	ความพึงพอใจ				
	ด้านการ ให้บริการอย่าง เสมอภาค (Equitable Service)	ด้านการ ให้บริการอย่าง ทันเวลา (Timely Service)	ด้านการ ให้บริการอย่าง เพียงพอ (Ample Service)	ด้านการ ให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง (Continuous Service)	ด้านการ ให้บริการอย่าง ก้าวหน้า (Progressive Service)
อายุ	.052	.133	.555	.409	.018**
การศึกษา	.000**	.085	.816	.323	.685
อาชีพ	.363	.439	.387	.294	.183
รายได้	.083	.149	.021**	.022**	.130

** Pearson Chi-Square Asymp. Sig. (2-sided) <.05

จากตาราง 42 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ดังนี้

อายุ มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) และด้านการ

ให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษา มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) และด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

ตาราง 43 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		
1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี อายุ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม		√

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ปฏิเสธ
ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		
1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		
1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี อายุ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี การศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√
1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี อาชีพ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน	√	
1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์แตกต่างกัน		√

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 11 คน ซึ่งการกำหนดประเด็นในการประชุมกลุ่มย่อยผู้วิจัยได้นำหลักเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria : GSTC) มาเป็นประเด็นในการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งครอบคลุม 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดการความยั่งยืน 2) ด้านความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ 3) ด้านความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม 4) ด้านความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อยมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้แนวคิด McKinsey 7s Framework (7s Model) ในการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2) ด้านโครงสร้าง (Structure) 3) ด้านระบบ (System) 4) ด้านบุคลากร (Staff) 5) ด้านทักษะ (Skills) 6) ด้านรูปแบบ (Style) และ 7) ด้านการแบ่งปัน (Share) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน

ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่สนามช้างอารีนา สนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต หรือ บุรีรัมย์ มาราดอน ทุกกิจกรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ อาจได้รับเป็นการสนับสนุนเรื่องของบุคลากร หรือการจัดงานขึ้นอยู่กับแต่หน่วยงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้งมีการเชิญประชุมหน่วยงานทุกหน่วยงาน เข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือวางแผน หรือรูปแบบในการจัดกิจกรรมของปีนั้นๆ เพื่อให้ทุกหน่วยงานได้เข้าใจและสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมาย ซึ่งในแต่ละหน่วยงานจะจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม เพียงแต่ไม่ได้จัดสรรงบประมาณในการเบิกจ่ายเป็นเงินสด แต่เป็นการจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดเตรียมหรือตกแต่งสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬา อย่างเช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์จัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาตกแต่งรถอีแต่นและนำมาใช้ในการขนส่งผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา ซึ่งได้ขอความร่วมมือไปยังชุมชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม โดยนำรถอีแต่นของชุมชนมาใช้ในการขนส่งผู้เข้าร่วมแข่งขันบางหน่วยงานอาจสนับสนุนในเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้เพื่อให้ความช่วยเหลือกับผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬานักท่องเที่ยว เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จัดโครงการ Ask Me ซึ่งเป็นโครงการที่ให้อาสาสมัครทำหน้าที่ในการช่วยเหลือผู้เข้าร่วมแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแต่ก่อนการปฏิบัติหน้าที่ จะต้องเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในหน้าที่การปฏิบัติตัว และศึกษาข้อมูลต่างๆ ของการจัดการแข่งขันแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามได้ ในส่วนของสถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จัดนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมกองเชียร์ให้กำลังใจแก่นักกีฬาที่ทำการแข่งขันสามารถสร้างบรรยากาศในการแข่งขันได้อย่างสนุกสนานไม่เฉพาะแต่นักเรียน นักศึกษา เท่านั้นยังมีประชาชนในพื้นที่ที่เข้าร่วมให้กำลังใจ และเป็นแรงเชียร์ให้กับผู้เข้าแข่งขันด้วยซึ่งแสดงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และเป็นการแสดงความรู้สึกของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการต้อนรับผู้เข้าร่วมการแข่งขันสิ่งที่สำคัญที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด จะสังเกตเห็นได้ว่าประชาชนทุกกลุ่มวัยในจังหวัดบุรีรัมย์จะพร้อมใจกันใส่เสื้อบุรีรัมย์ยูไนเต็ด เพราะเป็นการแสดงออกของการรวมเป็นหนึ่งเดียวแสดงถึงการต้อนรับนักท่องเที่ยวและแสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจของคนบุรีรัมย์

ในการดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ จะดำเนินการจัดกิจกรรมตามแผนงานที่กำหนด หน่วยงานทุกหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมให้ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดไว้ และต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ สาธารณะ รถสุขาเคลื่อนที่ เต็นท์ จอฉายกิจกรรม รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละพื้นที่ของการแข่งขัน ทุกหน่วยงานจะร่วมด้วยช่วยกันให้งานสำเร็จลุล่วงด้วยดี มีการจัดทำอาหารและเครื่องดื่มแจกจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่และบุคลากร บางหน่วยงานได้จัดสรรงบประมาณเพื่อใช้เป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มให้กับเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ในการจัดการแข่งขันด้วย นอกจากนี้การจัดสถานที่เพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬานักท่องเที่ยว ผู้จัดการแข่งขันได้ขอความร่วมมือไปยังชุมชนในการนำวัสดุที่เป็นของชุมชนเป็นของท้องถิ่น นำมาจัดแสดงหรือนำมาใช้ในการ

จัดสถานที่เพื่อสร้างความน่าสนใจและเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัวด้วย ซึ่งผลตอบรับจากการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชนในพื้นที่มีความสุขจากการที่ได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการแข่งขัน นอกจากนี้ยังให้ชุมชนได้ออกร้านขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าของชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน มีอาชีพ มีงานทำถือได้ว่าทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจะสังเกตเห็นได้จากที่พักในจังหวัดบุรีรัมย์เต็มทุกแห่งรวมถึงในต่างอำเภอและยังขยายไปยังจังหวัดใกล้เคียง

รูปแบบของการจัดกิจกรรมการแข่งขันจะยึดตามรูปแบบการแข่งขันที่สมาคมฯ หรือ สมาพันธ์ฯ กำหนด แต่รูปแบบของกิจกรรมการจัดงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดการแข่งขัน ซึ่งทางผู้บริหารให้แนวทางและโอเคเดียวในการจัดงานกับทีมอแอกไนเซอร์ เพื่อให้ทางอแอกไนเซอร์ดำเนินการออกแบบ และนำมาเสนอต่อผู้บริหาร โดยในการจัดงานต้องให้ทางชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้วย เมื่อเสร็จจากการจัดงาน ต้องดำเนินการประเมินผลของการจัดงาน เพื่อนำผลมาพัฒนาและปรับปรุงการทำงานในการจัดงานครั้งต่อไป นอกจากนี้การจัดงานให้นำสินค้าของชุมชนเข้ามาจำหน่าย โดยจัดทำเป็นบูธให้จำหน่ายสินค้า ซึ่งแต่ละชุมชนจะต้องแจ้งความประสงค์เพื่อเข้ามาขายสินค้า พร้อมแจ้งรายการสินค้าที่จำหน่าย เพื่อให้ทางอแอกไนเซอร์จัดโซนการขายสินค้า

ในการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายทางชุมชนได้มีการขอความร่วมมือไปยังภาคการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ช่วยออกแบบและต่อยอดสินค้าของชุมชน พัฒนาและต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่แต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นการยกระดับสินค้าให้กับชุมชน และสินค้านั้นจะต้องตอบโจทย์ทุกกลุ่มวัย อย่างเช่น การทำเสื้อก๊าก ได้นำมาต่อยอดเป็น เสื้อโยคะ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงความยั่งยืนของสินค้าในชุมชน เป็นการพัฒนาและต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง

เมื่อดำเนินการจัดการแข่งขันเสร็จสิ้นลงทางผู้จัดการแข่งขันจะแจ้งผลการจัดงาน รายได้จากการจัดงาน จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน และจำนวนผู้ที่ไม่ได้เข้าชมการแข่งขันแต่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงการกล่าวขอบคุณและขอโทษ หากเกิดข้อผิดพลาดในการจัดการแข่งขัน โดยประกาศเป็นสาธารณะให้ทุกภาคส่วนได้รับทราบ

สำหรับที่พักของผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขัน นอกเหนือจากที่พักที่เป็นโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ หรือห้องพักรูปแบบอื่นๆแล้ว ทางผู้จัดได้จัดให้มีพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวสามารถจองพื้นที่ในการกางเต็นท์ ซึ่งสามารถนำเต็นท์มาเองหรือเช่าเต็นท์พร้อมเครื่องนอนได้จัดเตรียมให้บริการกับผู้เข้าร่วมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวซึ่งทางผู้จัดการแข่งขันมีเต็นท์จำนวน 3,000 หลัง ไว้บริการ หากผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวไม่ได้จองมาล่วงหน้าสามารถสอบถามกับเจ้าหน้าที่แจ้งความประสงค์ขอเข้าพักได้เช่นกันมีเจ้าหน้าที่บริการ 24 ชั่วโมง

การดำเนินกิจกรรมทุกกิจกรรมการแข่งขัน การเดินทาง ที่พัก หรืออื่นๆที่เกี่ยวข้อง ทางผู้จัดการแข่งขันได้ออกกฎระเบียบและข้อปฏิบัติให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตาม เพราะทางผู้จัดการแข่งขันให้ความเห็นไว้ว่าผู้ที่มาร่วมกิจกรรมการแข่งขันมาจากหลายพื้นที่

มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน แต่จะต้องมาร่วมกิจกรรมการแข่งขันเดียวกัน จึงต้อง ออกกฎระเบียบ ข้อบังคับ ข้อควรระวัง ข้อควรปฏิบัติ เงื่อนไข ความช่วยเหลือต่างๆ ตามลักษณะของ แต่ละกิจกรรม เช่น ที่พักสำหรับกางเต็นท์ มีข้อควรปฏิบัติ และข้อห้ามปฏิบัติให้ผู้เข้าพักได้ถือ ปฏิบัติ หรือแม้แต่กฎกติกา มารยาทในการแข่งขันของผู้เข้าร่วมการแข่งขันได้ออกข้อปฏิบัติมา เช่นเดียวกัน แต่ไม่ได้ออกมาในรูปแบบของกฎหมาย แต่ออกมาในลักษณะของข้อควรปฏิบัติในการอยู่ ร่วมกัน เพื่อการบริหารจัดการและการดูแลได้ง่ายและครอบคลุม ในทุกๆพื้นที่ของการจัดการแข่งขัน

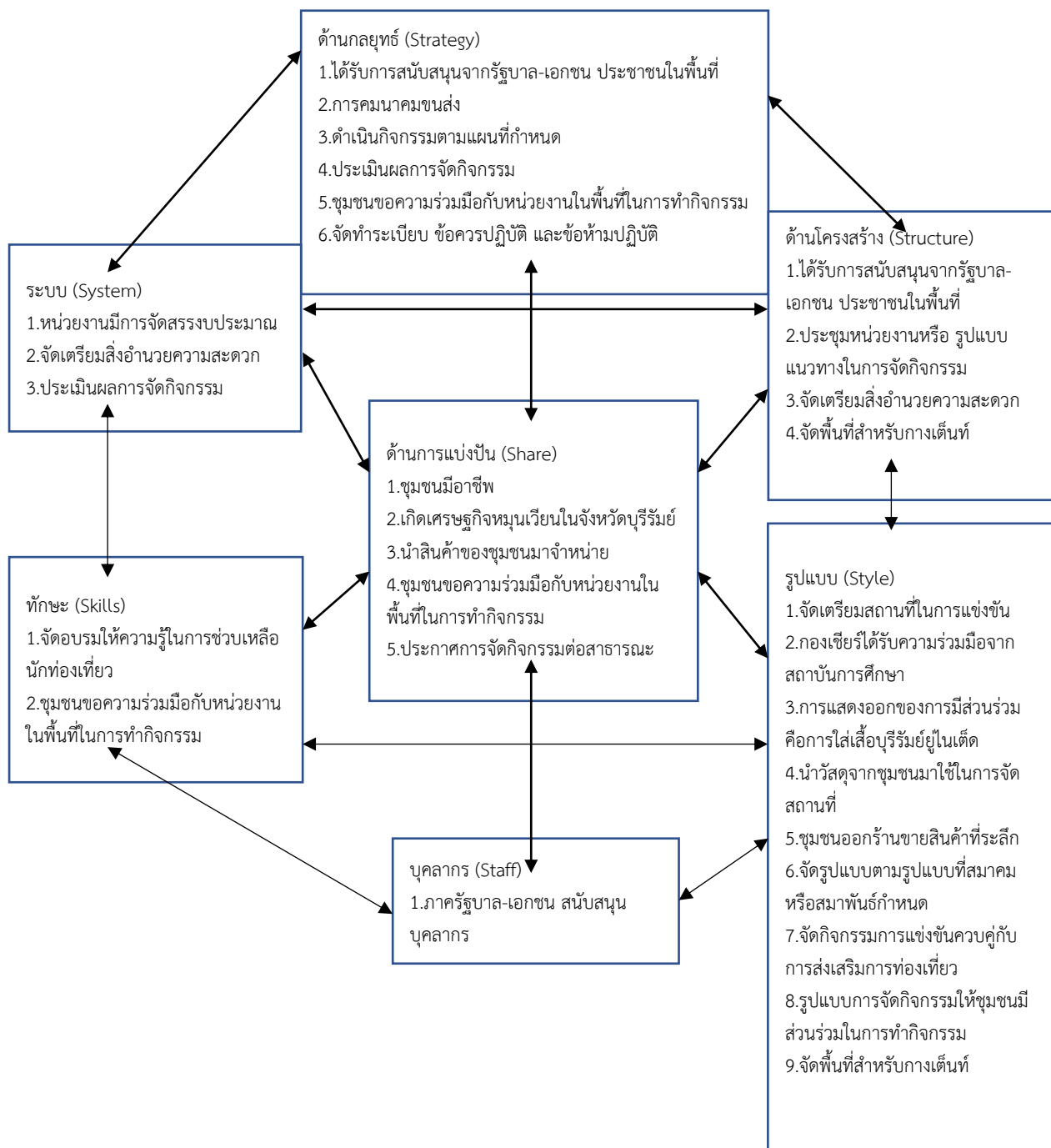
การเดินทางเข้าร่วมการแข่งขันหรือเข้ารับชมการแข่งขันผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชม การแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวสามารถนำรถจอดไว้กับที่พัก ซึ่งทางผู้จัดการแข่งขันได้จัดบริการ รถรับ-ส่งมายังสถานที่จัดการแข่งขัน โดยให้บริการรถชุดเตอร์บัส ซึ่งจะให้บริการในพื้นที่โดยรอบ ทั้งหมดในเขตเมืองบุรีรัมย์ มีจุดขึ้นลงรถชัดเจน เรียกว่าสถานีรับ-ส่ง หรือป้ายรถเมล์ ซึ่งมีให้บริการ โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ หรือมีความต้องการใช้บริการแท็กซี่ แกร็บ หรือวินมอเตอร์ไซค์ สามารถใช้บริการได้เช่นเดียวกันอาจมีค่าบริการ

หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ฝนตก พายุ ซึ่งเหนือการควบคุม ทางผู้จัดการ แข่งขันจะประชาสัมพันธ์ผ่านทางเพจของการจัดการแข่งขันนั้นๆ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ทำหน้าที่เป็น แอดมินให้ข้อมูลต่างๆ ซึ่งทางผู้จัดการแข่งขันจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่ดูแลเรื่องนี้โดยเฉพาะ รวมถึงการ อัปเดตการแข่งขัน หรือข่าวสารอื่นๆ ผู้จัดการแข่งขันจะประชาสัมพันธ์ผ่านหน้าเพจและป้าย ประชาสัมพันธ์ของสนาม ซึ่งผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวจะไม่พลาด ข้อมูลข่าวสารในระหว่างการจัดการแข่งขัน เพราะทางผู้จัดการแข่งขันเข้าใจว่าจำนวนผู้ที่เข้ามาใน พื้นที่ที่มีจำนวนมากสิ่งที่สำคัญ คือการประชาสัมพันธ์หากเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ขึ้น ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน จะไม่พลาดข้อมูลต่างๆ ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน และให้เชื่อข้อมูลจากทางเพจเท่านั้น หากมีข่าว จากแหล่งอื่นให้เช็คข้อมูลจากทางเพจก่อนเป็นอันดับแรก

ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model ในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน จึงทำให้ทราบถึงการจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัด บุรีรัมย์ ซึ่งในแต่ละด้านมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันตามลูกศร ประกอบด้วย

- 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2) ด้านโครงสร้าง (Structure) 3) ระบบ (System) 4) บุคลากร (Staff)
- 5) ทักษะ (Skills) 6) รูปแบบ (Style) และ 7) ด้านการแบ่งปัน (Share) ดังภาพประกอบ 19

การจัดการความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพประกอบ 19 การวิเคราะห์ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model

ด้านที่ 2 ความยั่งยืนทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ในการจัดการแข่งขันกีฬาทุกชนิดในจังหวัดบุรีรัมย์ ทางผู้จัดการแข่งขันไม่ได้จ้างแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงาน ทุกคนที่เข้ามาทำงานเป็นคนไทยหรือลูกครึ่งทั้งหมด ซึ่งทางผู้จัดการแข่งขันขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนบุคลากรเข้ามาทำหน้าที่ในการจัดการแข่งขัน ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากทุกหน่วยงานให้การตอบรับและจัดส่งบุคลากรเข้ามาทำหน้าที่ตลอดการจัดการแข่งขัน ซึ่งได้พลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามาทำหน้าที่อาจไม่ได้ในเรื่องของค่าตอบแทน แต่ได้ในเรื่องของความภาคภูมิใจ ซึ่งในประเทศไทยมีที่นี่ที่เดียว สิ่งที่สำคัญได้ขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาลในพื้นที่ ซึ่งได้รับการตอบรับในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยเชิญชวนให้ประชาชนในพื้นที่มาทำกิจกรรมร่วมกัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนในพื้นที่ได้แสดงทัศนคติในการจัดรูปแบบการทำกิจกรรมของแต่ละชุมชน นำสิ่งของที่มีในหมู่บ้านออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งชุมชนให้การตอบรับเป็นอย่างดี มีการจัดกองเชียร์ นำวัสดุที่มีในชุมชนมาสร้างสรรค์และออกแบบให้ผสมผสานหรือนำเสนอให้เกิดความน่าสนใจในแต่ละชุมชน รูปแบบบางรูปแบบอาจต้องนำมาพัฒนาหรือนำมาแก้ไข แต่บางรูปแบบไม่ต้องทำอะไรเพียงแต่นำมาประยุกต์ใช้ผสมผสานกับรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างรูปแบบก็อาจเป็นไปได้

สนามที่จัดการแข่งขันทุกสนามสนับสนุนให้ประชาชนในจังหวัดบุรีรัมย์ นำสินค้าของชุมชนเข้ามาจำหน่ายได้ เพื่อที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วโลกได้รู้จักสินค้าของชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อกระตุ้นให้เกิดเศรษฐกิจที่ดีในจังหวัดบุรีรัมย์ และเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้กับชุมชน มีการส่งเสริมให้จัดทำถนนคนเดิน จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จัดอบรมอาสาสมัครนักท่องเที่ยว การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่ ระบบรักษาความปลอดภัย เพื่อให้ชุมชนเข้าใจถึงการจัดการที่จะสามารถนำมาบริหารจัดการถนนคนเดินให้เกิดประสิทธิภาพ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เพราะเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกเมื่อเสร็จสิ้นการแข่งขันในแต่ละวัน ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว สามารถเดินทางพักผ่อนและเลือกซื้อสินค้าของจังหวัดบุรีรัมย์ได้

ในการจัดการแข่งขันผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการจัดการแข่งขัน ประการแรกมาจากมาตรฐานของการจัดการแข่งขันที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ ประการที่สองมาจากกฎหมายระเบียบข้อควรปฏิบัติและการขอความร่วมมือของผู้จัดการแข่งขันที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และประการที่สามคนบุรีรัมย์แสดงให้เห็นถึงความพร้อมและความเป็นมิตรและยินดีต้อนรับผู้เข้าร่วมการแข่งขันจากทั่วโลก ซึ่งในปัจจุบันช่วงที่ไม่มีจัดการแข่งขันเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นผลตอบรับจากการจัดการแข่งขัน อะไรที่เป็นจุดขายของจังหวัดบุรีรัมย์ได้นำออกมานำเสนอให้ชาวโลกได้รู้จัก ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอออกมาในรูปแบบของกิจกรรมการแข่งขัน หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือแม้แต่การนำเสนอออกมาในรูปแบบของ

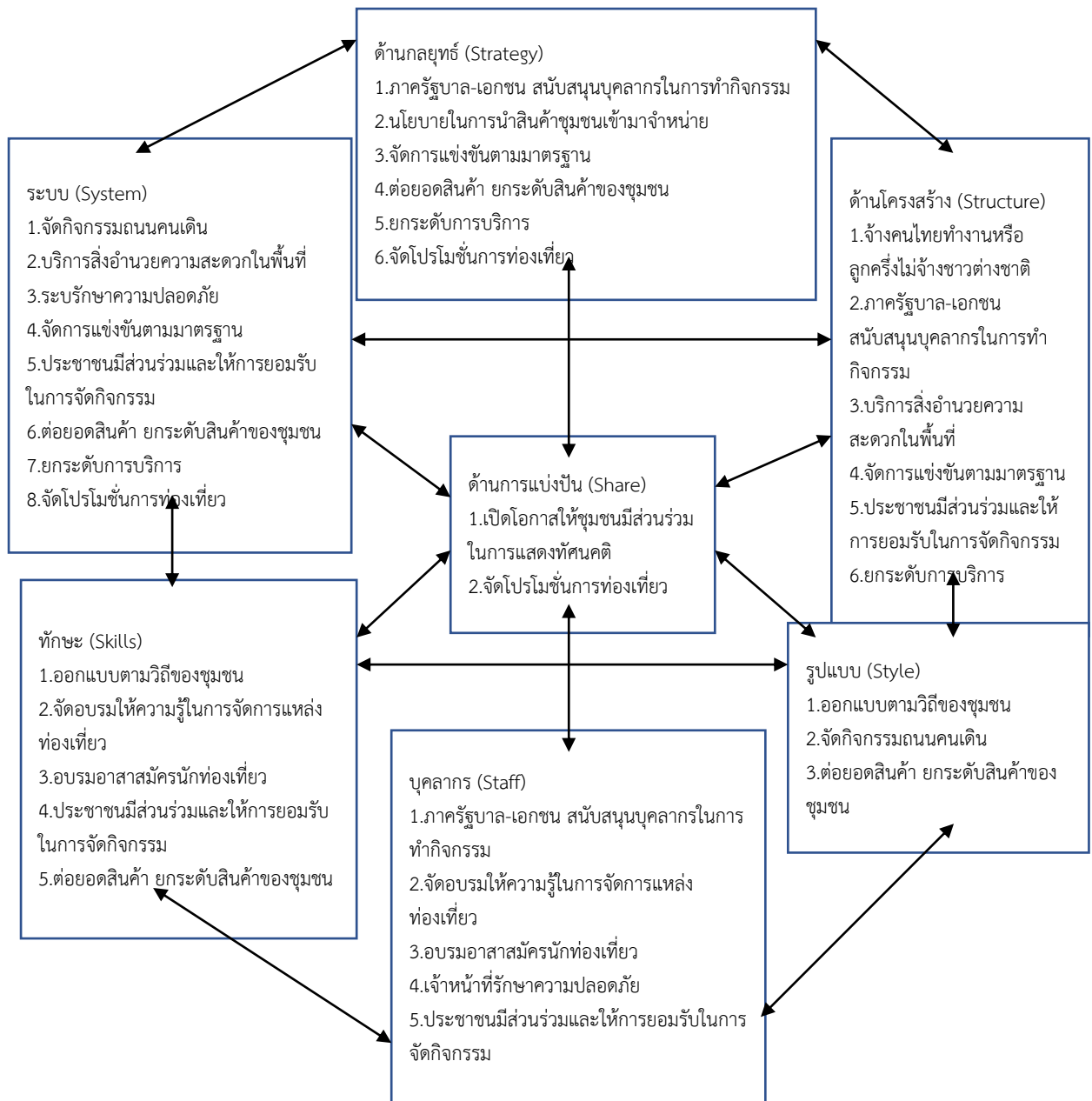
ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสามารถต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ชุมชน ยกกระตือรือร้นของชุมชน นอกจากนี้ ยังมีการยกระดับของการให้บริการในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการให้บริการของ โรงแรม ร้านอาหาร มีการจัดโปรโมชั่นทางการท่องเที่ยวหรือการเข้าใช้บริการเพื่อสร้างยอดขาย กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใน จังหวัดบุรีรัมย์รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวทะเลสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model ในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน จึงทำให้ทราบถึงความยั่งยืนทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว เชียงกีฬจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งในแต่ละด้านมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันตามลูกศร ประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2) ด้านโครงสร้าง (Structure) 3) ด้านระบบ (System) 4) ด้านบุคลากร (Staff) 5) ด้านทักษะ (Skills) 6) ด้านรูปแบบ (Style) และ 7) ด้านการแบ่งปัน (Share) ดังภาพประกอบ 20



682156326

ความยั่งยืนทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพประกอบ 20 การวิเคราะห์ด้านการจัดการทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model

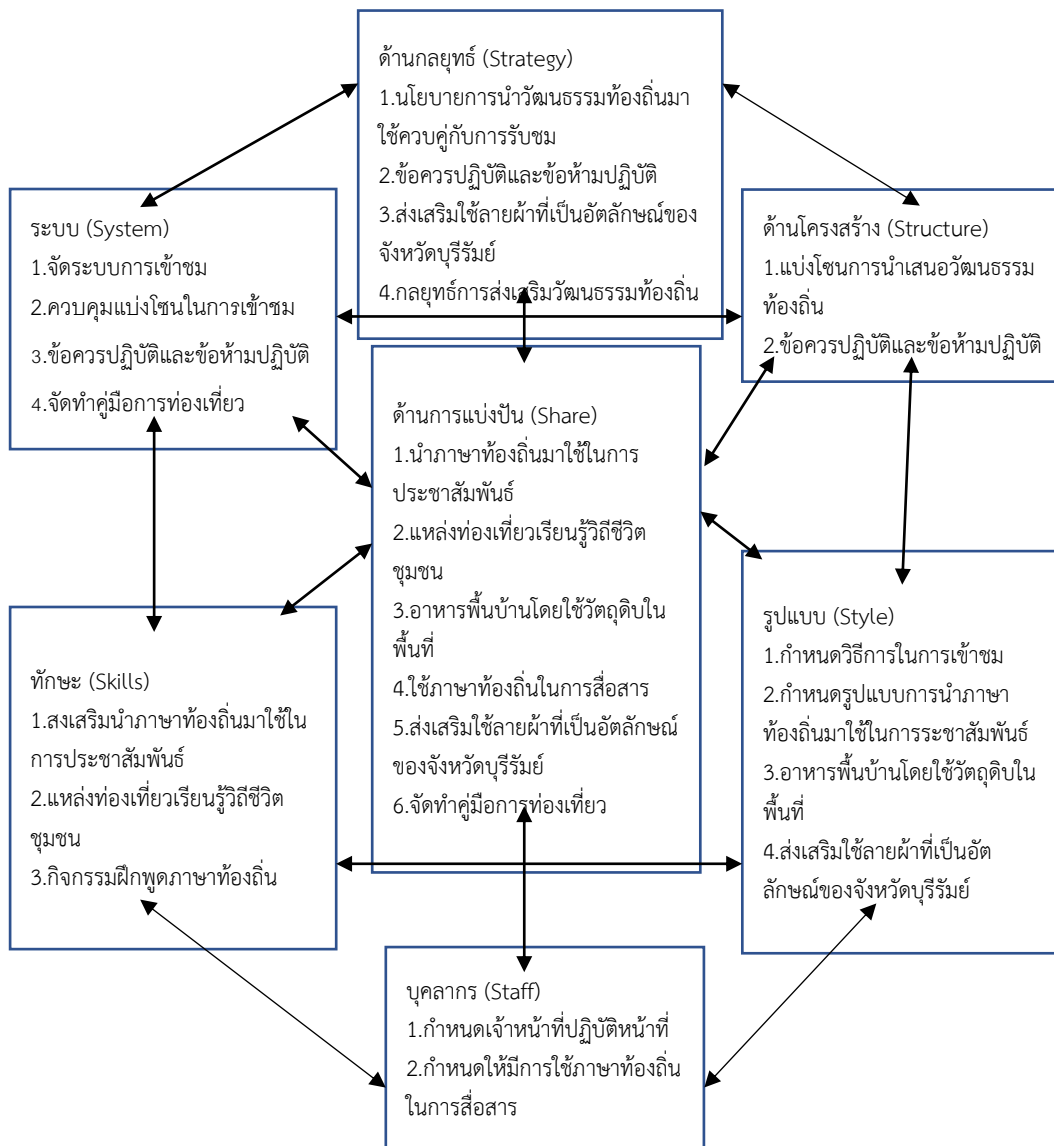
ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม

ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ในแต่ละสนามที่จัดการแข่งขันกีฬาได้กำหนดหลักเกณฑ์การเข้าใช้สถานที่อย่างชัดเจน มีการแบ่งโซนการเข้าชม การออกข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามปฏิบัติ ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าชมการแข่งขัน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อสถานที่และมีวุฒิภาวะที่ปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม

ผู้จัดการแข่งขันกีฬาได้คำนึงถึงการรักษาความเป็นวัฒนธรรมของจังหวัดบุรีรัมย์ การนำภาษามาใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือใช้ในการสื่อสารหรือการให้ข้อมูล มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชน วิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์ ใช้ชีวิตแบบคนบุรีรัมย์ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และฝึกพูดภาษาที่เป็นภาษาท้องถิ่นของคนบุรีรัมย์ และยังส่งเสริมให้นำลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่สำคัญในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่และสนามที่จัดการแข่งขันก็ได้จัดทำคู่มือของสนาม เพื่อให้ศึกษาและเข้าใจการใช้งาน และเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นคนบุรีรัมย์ของจังหวัดบุรีรัมย์

ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model ในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน จึงทำให้ทราบถึงความยั่งยืนทางด้านวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งในแต่ละด้านมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันตามลูกศร ประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy) 2) ด้านโครงสร้าง (Structure) 3) ระบบ (System) 4) บุคลากร (Staff) 5) ทักษะ (Skills) 6) รูปแบบ (Style) และ 7) ด้านการแบ่งปัน (Share) ดังภาพประกอบ 21

ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพประกอบ 21 การวิเคราะห์ด้านการจัดการความยั่งยืนด้านวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model

ด้านที่ 4 ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม

จังหวัดบุรีรัมย์มีชุมชนของคนเลี้ยงช้างอยู่ที่อำเภอสตึกจังหวัดบุรีรัมย์ มีพื้นที่ที่เป็นมรดกโลกคือป่าดงใหญ่ ซึ่งเป็นป่าที่มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่ เช่น ช้างป่า เสือป่า ซึ่งป่าดงใหญ่นี้ยังไม่เปิดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่สามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมได้ในจุดที่จัดไว้ให้ แต่ถ้าจะเดินทางเข้าไปในพื้นที่ของป่าไม่สามารถเข้าไปได้ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ที่เป็นพื้นที่ในการเลี้ยงนกกระเรียนพันธุ์ไทยซึ่งเป็นสัตว์ป่าสงวนอยู่ที่ศูนย์อนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทย ห้วยแสงเหนือ อ่างเก็บน้ำห้วยจรเข้มาก จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นพื้นที่ในการจัดการแข่งขันบุรีรัมย์ มาราดอน มีการอนุรักษ์และประชาสัมพันธ์ณรงค์ให้ประชาชนในพื้นที่ทำการเกษตรไม่ใช้สารเคมีในการทำการเกษตร โดยการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการสำหรับแปลงปลูกที่ไม่ใช้สารเคมี โดยหน่วยงานภาครัฐบาลจะเป็นผู้รับซื้อพืชผลทางการเกษตรของสมาชิกที่ลงทะเบียน สมาชิกโดยส่วนใหญ่จะปลูกข้าวเป็นข้าวอินทรีย์ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้และไม่เป็นการฆ่านกกระเรียนพันธุ์ไทยทางอ้อม ซึ่งโครงการนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเกษตรกรในพื้นที่สมัครเข้าร่วมโครงการกันทุกแปลง ซึ่งทางจังหวัดบุรีรัมย์มีอุดมการณ์ในการทำงานที่ชัดเจน และมีเป้าหมายในการทำงานเดียวกัน มีการนำพืชผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าวมาสร้างสตอร์ให้กับพื้นที่ และในพื้นที่ของป่าดงใหญ่ ส่วนการตัดต้นไม้หรือล่าสัตว์ป่าในจังหวัดบุรีรัมย์ไม่พบการตัดต้นไม้ หรือล่าสัตว์ป่า

การจัดการน้ำในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา ทางสนามช้างอารีนาได้มีระบบการนำน้ำกลับมาใช้หมุนเวียนภายในสนามมีถังบำบัดน้ำ ถังพักน้ำ มีการกรองน้ำ เพื่อสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ในสนามช้างอารีนา มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ โดยการนำโซลาร์เซลล์มากักเก็บพลังงานไฟฟ้าแล้วสามารถนำมาใช้ในสนามช้างอารีนา มีการจัดการขยะ การคัดแยกขยะของทางสนามช้างอารีนา และสนามช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต โดยคัดแยกออกเป็น 3 ประเภท มีรถเก็บขยะนำไปกำจัดและคัดแยกขยะรีไซเคิล คัดแยกขวดพลาสติกเพื่อนำมาแปรรูปออกมาเป็นเสื้อของนักฟุตบอลที่เราเห็นในปัจจุบัน

บริเวณพื้นที่ของสนามช้าง ได้มีการจัดพื้นที่ให้ประชาชนในพื้นที่ที่ต้องการแข่งขันขับรถมอเตอร์ไซค์ จัดพื้นที่เฉพาะโซนแข่งรถมอเตอร์ไซค์ ให้กับเยาวชนในจังหวัดบุรีรัมย์ได้ใช้เป็นพื้นที่ในการแข่งขันรถมอเตอร์ไซค์ เพื่อลดมลภาวะทางเสียงให้กับประชาชนในพื้นที่ มีการออกข้อตกลงในการเข้าใช้พื้นที่ มีการลงทะเบียนก่อนการเข้ามาใช้บริการ และทางสนามได้จัดให้มีรถพยาบาลอยู่ประจำขณะที่มีการแข่งขัน หากเกิดเหตุฉุกเฉินสามารถจัดส่งโรงพยาบาลได้อย่างรวดเร็ว

การจัดการเรื่องการขนส่งมีการให้บริการของรถชุดเตอร์บัส ในการขนส่งผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการลดการแออัดของรถยนต์ในการเข้ามาในพื้นที่และยังเป็นการลดมลภาวะทางเสียง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ของจังหวัดบุรีรัมย์ได้อีกด้วย

ดังนั้นเมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ 7S Model ในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน จึงทำให้ทราบถึงความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งในแต่ละ

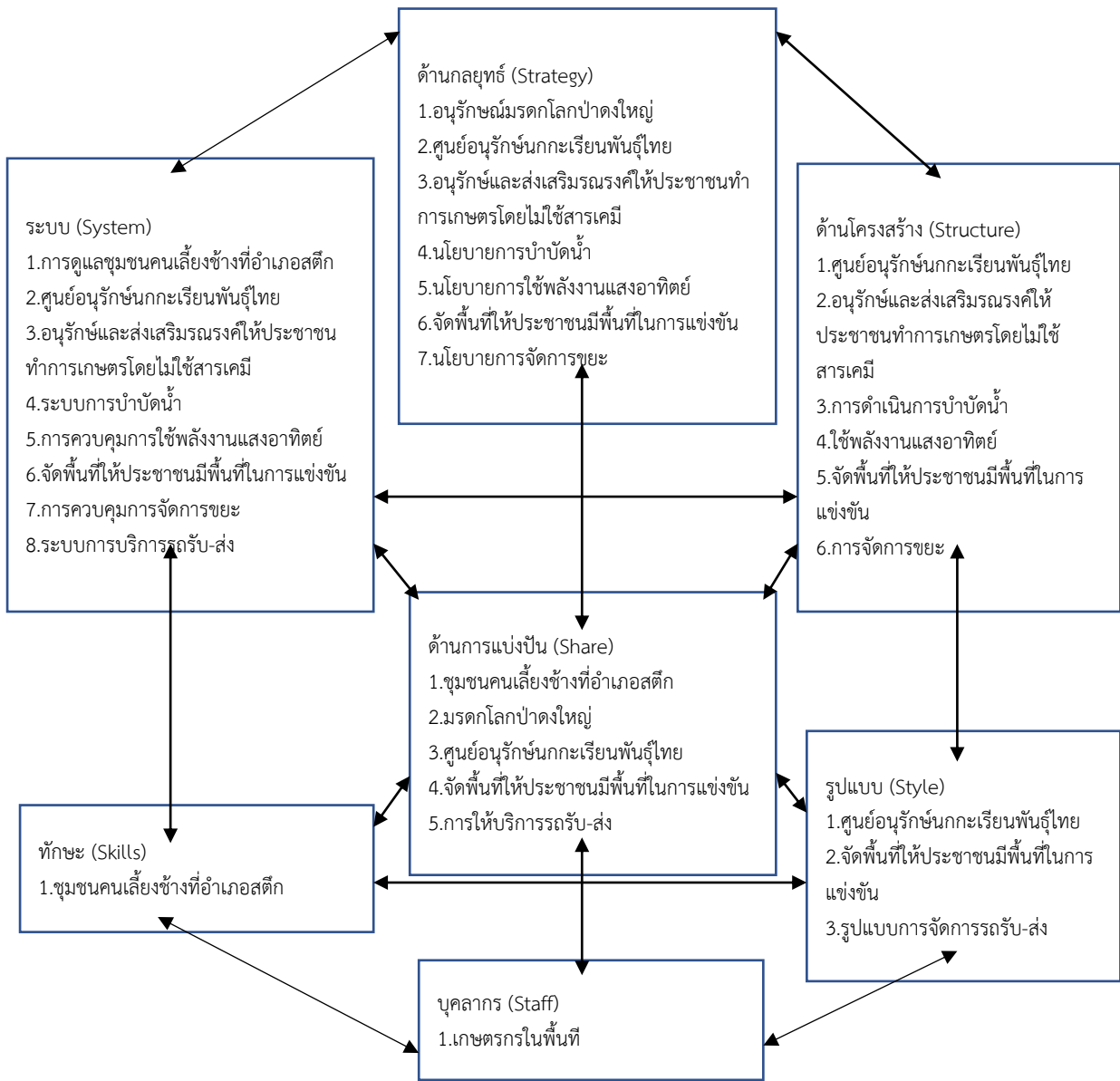
ละด้านมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันตามลูกศร ประกอบด้วย 1) ด้านกลยุทธ์ (Strategy)
2) ด้านโครงสร้าง (Structure) 3) ระบบ (System) 4) บุคลากร (Staff) 5) ทักษะ (Skills)
6) รูปแบบ (Style) และ 7) ด้านการแบ่งปัน (Share) ดังภาพประกอบ 22



682156326

MSU_Thesis_62011060004_Thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพประกอบ 22 การวิเคราะห์ด้านการจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิด Mckinsey 7s Model

ตอนที่ 6 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งประกอบด้วย ด้านสถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกาย (Attraction) ด้านอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) ด้านบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านเป้าหมาย (Goal) ด้านความพร้อม (Ready) ด้านสถานการณ์ (Situation) ด้านการแปลความหมาย (Interpretation) ด้านการตอบสนอง (Response) ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา (Result) ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Disappointment) ผลการศึกษา ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย การให้บริการอย่าง เสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่าง เพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่าง ก้าวหน้า (Progressive Service) และนำผลการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วยด้านกลยุทธ์ (Strategy) ด้านโครงสร้าง (Structure) ด้านระบบ (System) ด้านบุคลากร (Staff) ด้านทักษะ (Skill) ด้านรูปแบบ (Style) และด้านการแบ่งปัน (Share) โดยนำผลการศึกษามาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และกำหนดรหัสเพื่อจำแนกข้อมูล (Open Coding) การหาแก่นของรหัส (Axial Coding) การเลือกรหัส (Selective Coding) และการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Development of a Logic Paradigm) มาเสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัด บุรีรัมย์ ดังนี้

6.1 การจัดการด้านกลยุทธ์ (Strategy) ดำเนินการโดยการกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรม ประเมินผลการจัดกิจกรรมและนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการจัดกิจกรรม กำหนดหลักเกณฑ์ในการเข้าชมพร้อมทั้งคู่มือในการเข้าชมการแข่งขันควบคู่กับคู่มือการท่องเที่ยว ออกกฎระเบียบ และข้อควรปฏิบัติ ข้อห้ามปฏิบัติให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม กำหนดนโยบายจัดการขยะ จุดทิ้งขยะ จุดคัดแยกขยะ การนำขยะมารีไซเคิล หรือนำมาแปรรูปเป็นสินค้าของที่ระลึก นโยบาย การควบคุมบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มีการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือกับประชาชนในพื้นที่โดยนำสินค้าของท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ และ ประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ต่อยอดสินค้ายกระดับสินค้า ของชุมชน แต่ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน กำหนดนโยบายในการส่งเสริมการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จัดทำพื้นที่ให้ประชาชนที่มีความต้องการแข่งขันรถมอเตอร์ไซด์ สามารถช่วยลดมลภาวะทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ กำหนดโครงสร้างในการทำงานร่วมกัน ระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ เพื่อหารูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรม เพื่อให้ได้มาตรฐานในการจัดการแข่งขัน แบ่งหน้าที่การดำเนินงานและความรับผิดชอบตามสายงาน

ของแต่ละหน่วยงาน สนับสนุนให้บุคลากรของแต่ละหน่วยงานเข้าร่วมกิจกรรมและให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรม กำหนดโครงสร้างการจ้างงานโดยเน้นจ้างคนไทยหรือลูกครึ่งเข้าทำงาน วางโครงสร้างการจัดการแข่งขัน ขั้นตอนการแข่งขัน การแบ่งโซนการแข่งขัน รวมถึงการวางโครงสร้างการให้บริการ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประจำจุดการแข่งขันและบริเวณโดยรอบพื้นที่จัดการแข่งขันเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันและนักท่องเที่ยว มีการยกระดับการให้บริการของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นมาตรฐานของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและเป็นมาตรฐานเดียวกันของจังหวัดบุรีรัมย์ตามหลักสากล นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายในการจัดสรรงบประมาณในการจัดกิจกรรมมีการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณครอบคลุมทุกกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเบิกจ่ายเงินงบประมาณตามระเบียบที่กำหนด นอกจากนี้มีกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดพื้นที่การแข่งขัน การจัดที่พักสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม การกำหนดเส้นทางรถรับ-ส่ง การประชาสัมพันธ์ การให้บริการรถโดยสารสาธารณะ การจัดระบบการเข้า-ออกของพื้นที่ เพื่อลดความแออัด ลดมลภาวะทางเสียงและทางอากาศ การจัดระบบการลงทะเบียนในการเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน การจัดระบบคิวและการสำรองที่นั่ง การจัดระบบการใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงานไฟฟ้า และมีการจัดระบบการประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน และนักท่องเที่ยว

6.2 การจัดการด้านสถานที่ (Attractive) จัดเตรียมความพร้อมในการจัดการแข่งขัน

โดยเชิญหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดเตรียมการแข่งขัน กำหนดรูปแบบของกิจกรรม นำข้อมูลจากครั้งที่ผ่านมานำมาแก้ไขและปรับปรุงในครั้งปัจจุบัน มีการกำหนดพื้นที่ของการจัดกิจกรรมให้เกิดความเชื่อมโยงของรูปแบบการแข่งขันกีฬา มีการจัดทำป้ายสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางตามพื้นที่ในแต่ละจุดของพื้นที่จัดการแข่งขัน และตารางของการจัดการแข่งขัน ในการจัดพื้นที่ให้ผู้เข้าร่วมชมการแข่งขันมีการกำหนดโซนที่นั่งอย่างชัดเจน ภายในพื้นที่จัดการแข่งขัน มีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการให้บริการของผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการห้องสุขา การให้บริการที่ทิ้งขยะ การคัดแยกขยะ เพื่อไม่ให้ขยะส่งผลกระทบต่อประชาชนในพื้นที่ในการอยู่อาศัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประจำจุดต่างๆ ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน มีเส้นทางหนีไฟ มีระบบสัญญาณเตือนเมื่อเกิดเหตุ และเส้นทางฉุกเฉินที่สามารถระบายผู้คนออกจากสนามได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเจ้าหน้าที่ได้รับการฝึกอบรมมาโดยเฉพาะ นอกจากนี้จัดให้มีที่นั่งพักคอย ห้องน้ำ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์สาธารณะ รถสุขาเคลื่อนที่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดการแข่งขันต้องทำการสำรวจสถานที่ก่อนวันแข่งขัน หากพบปัญหาหรือไม่สามารถใช้งานได้สามารถดำเนินการซ่อมแซมได้อย่างทันที่ที่มีการตรวจเช็คระบบบำบัดน้ำ ในการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ มีการจัดเตรียมหรือทดสอบสถานที่ในการจัดการแข่งขันตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ควรดำเนินการในช่วงวันธรรมดาหรือวันที่ไม่มีการแข่งขัน เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหรือแข่งขัน ในช่วงวันหยุด

สุดสัปดาห์ คือ วันศุกร์ วันเสาร์ และวันอาทิตย์ มีการจัดการสถานที่เพื่อลดความความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวมีวิธีการในการดูแลหลีกเลี่ยงไม่ให้ส่งผลกระทบต่อหรือส่งผลกระทบต่อให้น้อยที่สุดต่อทรัพยากรนั้นๆ หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องมีมาตรการในการฟื้นฟูให้เร็วที่สุด มีการจัดการสถานที่เพื่อความปลอดภัยของสถานที่ จัดให้มีกล้องวงจรปิดในสนามทุกมุมของสนาม มีการจัดลิฟท์สำหรับผู้พิการ จัดให้มีทีมแพทย์ เครื่องกระตุ้นหัวใจ จัดเตรียมไว้ทุกชั้นของสถานที่ จัดให้มีเมดิคอลเซ็นเตอร์หรือโรงพยาบาลขนาดเล็กสามารถผ่าตัดเล็กที่สถานที่จัดการแข่งขัน จัดให้มีพยาบาลวิชาชีพดูแลอย่างใกล้ชิดซึ่งเป็นการดูแลรักษาเบื้องต้น มีการจัดเฮลิคอปเตอร์ในการจัดส่งผู้บาดเจ็บในกรณีเร่งด่วน มีรถปั่นไฟฟ้าเคลื่อนที่สำรองหากเกิดไฟดับสามารถใช้ไฟฟ้าสำรองเพื่อทำการถ่ายทอดสดและสามารถจัดการแข่งขันต่อไปได้ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย ทหาร เจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์ สำรวจเส้นทางหลักและเส้นทางสำรองที่เป็นสถานที่ในการจัดการแข่งขันหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินสามารถใช้เส้นทางสำรองที่ได้สำรวจไว้ และมีการฝึกซ้อมเส้นทางก่อนจัดการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความเข้าใจระบบการทำงานเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่วิทยุสื่อสารในการให้ข้อมูลและแจ้งข้อมูลตลอดเวลา หากการจัดการกิจกรรมการแข่งขันจำเป็นต้องปิดถนนในบางเส้นทาง ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่รับทราบถึงเส้นทางการแข่งขัน และสถานที่จัดการแข่งขันโดยผู้จัดการแข่งขันควรสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่นำสินค้าของชุมชนเข้ามาจำหน่ายในบริเวณสถานที่จัดการแข่งขัน เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชน สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และเพียงพอต่อการใช้งานของนักแข่ง มีการเตรียมความพร้อมของรถพยาบาล รถสไลด์ ตลอดระยะเวลาการแข่งขัน เพื่อให้ทันท่วงทีในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ มีเจ้าหน้าที่ประจำสนามที่ทำหน้าที่ในการเก็บกู้ซากชิ้นส่วนของรถและช่วยเหลือนักแข่ง จัดให้มีเจ้าหน้าที่สกูเอนจิเนียร์ริง ทำหน้าที่ในการตรวจสภาพรถ ซึ่งเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้จะทำหน้าที่ตลอดระยะเวลาทำการแข่งขัน ซึ่งในการแข่งขันแต่ละครั้งผู้จัดการแข่งขันกำหนดมาตรฐานของอุปกรณ์ที่จะใช้ในการแข่งขัน กำหนดจำนวนเจ้าหน้าที่ที่จะทำหน้าที่ในการช่วยเหลือนักแข่งในสนาม จำนวนเจ้าหน้าที่มีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการแข่งขันของรถแต่ละชนิด มีการดำเนินการวางแผนร่วมกันก่อนจัดการแข่งขัน ในการแข่งขันแต่ละรายการต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ สถานที่จัดการแข่งขันจัดให้มีเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันในการใช้อุปกรณ์กีฬา และรับฟังข้อควรปฏิบัติ ข้อห้ามต่างๆ การกำหนดใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นข้อปฏิบัติตามมาตรฐานสากล จัดให้มีการดูแลตรวจสอบซ่อมบำรุง หากเกิดอุบัติเหตุในสนามจัดให้เจ้าหน้าที่ประจำสนามทำหน้าที่ในการเก็บกู้ชิ้นส่วนทันทีเพื่อให้สามารถดำเนินการแข่งขันต่อไปได้ โดยจัดให้มีกล้องตรวจเช็คและตรวจสอบว่ามีชิ้นส่วนอะไรที่ต้องเก็บกู้หรือไม่ ต้องนำออกไปทันที หากเก็บกู้ไม่หมดอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในรอบต่อไปได้ และเมื่อจบการแข่งขันเจ้าหน้าที่ดำเนินการซ่อมแซมในส่วนที่เสียหาย ให้สามารถใช้งานได้เต็มรูปแบบเรียบร้อยพร้อมที่จะทำการแข่งขันในรอบต่อไป ในสถานที่จัดการแข่งขันจัดให้มีจุดบริการรับฝากของ กำหนดให้มีการ



682156326

MSU_eThesis 6201106004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ออกแบบพื้นที่สำหรับเป็นจุดกางเต็นท์ พื้นที่สำหรับจอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ รวมถึงการวางแผนผังรูปแบบการเดินทางเข้า-ออกของรถโดยสารสาธารณะในการรับ-ส่งผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีการให้บริการที่สามารถให้ผู้เข้าแข่งขันได้ผ่อนคลายทั้งก่อนและหลังการจัดการแข่งขัน และจัดให้มีเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลและการสังเกตความผิดปกติของร่างกายทั้งก่อนและหลังการจัดการแข่งขัน หากเกิดความผิดปกติของร่างกายทั้งก่อนและหลังการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมการแข่งขันสามารถปรึกษาแพทย์ได้อย่างทันท่วงที

6.3 การจัดการด้านบุคลากร (Personel) จัดให้มีการส่งเสริมและสร้างการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่โดยการจัดอบรมการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่ เช่น จัดอบรมการให้ข้อมูลการแข่งขัน จัดอบรมการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว อบรมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และอบรมในสาขาวิชาชีพเฉพาะของเจ้าหน้าที่เฉพาะวิชาชีพ รวมถึงอบรมให้กับอาสาสมัครนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย โดยแบ่งการทำงานออกเป็นฝ่าย ให้มีหัวหน้าฝ่ายในแต่ละฝ่ายทำหน้าที่ควบคุมดูแลการทำงานของแต่ละฝ่าย นอกจากนี้ส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาวางแผนผังการทำงาน เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในพื้นที่โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความสามารถเฉพาะด้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น นวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage) นอกจากนี้ผู้จัดการแข่งขัน หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนในพื้นที่ร่วมกันจัดทำหลักสูตร เพื่อเพิ่มทักษะการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เช่น หลักสูตรของอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และหลักสูตรเฉพาะ เช่น การดับเพลิง การสาธารณสุข นอกจากนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ได้แสดงความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรม เช่น การจัดสแตนเชียร์และกองเชียร์ โดยนำวัสดุในพื้นที่มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ออกแบบตามวิถีชีวิตของชุมชน สนับสนุนให้นำวัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้านมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์และเพิ่มทักษะการใช้ภาษาท้องถิ่น และการทำอาหารท้องถิ่น

6.4 การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relation) กำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ทราบข่าวข้อมูลการจัดการแข่งขัน สนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขันควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และจัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สนับสนุนการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ของการจัดการแข่งขันรวมถึงป้ายรถโดยสารสาธารณะ สถานีขนส่ง สถานีรถไฟและท่าอากาศยาน กำหนดให้ประชาสัมพันธ์ประกาศผลการจัดการแข่งขัน, รายได้จากการจัดการแข่งขัน, จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน, จำนวนนักท่องเที่ยวและกล่าวคำขอบคุณและขอโทษหากเกิดข้อผิดพลาดระหว่างการจัดการแข่งขัน ผลักดันและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนแบ่งปันวิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เรียนรู้และสัมผัส เช่น การนำภาษาท้องถิ่นมาใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์และฝึกพูดภาษาท้องถิ่น เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่

ส่งเสริมการใช้สายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริงและสัมผัสผ่านทางคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของการจัดการแข่งขันในแต่ละปี โดยรูปแบบของการจัดการแข่งขันก็พิกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ได้แสดงความคิดเห็นในการสร้างรูปแบบการจัดการแข่งขัน สนับสนุนและส่งเสริมประชาชนในพื้นที่แสดงออกในการมีส่วนร่วมโดยการแสดงออกทางสัญลักษณ์ เช่น การใส่เสื้อของสโมสรฟุตบอล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงออกในการต้อนรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ผลักดันให้เกิดพื้นที่ในการขายสินค้าของที่ระลึกหรือสินค้าท้องถิ่น เช่น การจัดให้มีถนนคนเดินและนำสินค้าของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่นมาจำหน่าย สนับสนุนให้มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุกและพักผ่อนตามวิถีชีวิตของชุมชน ช่วยกันวางแผน และทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้สมาคมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เข้ามาช่วยกันวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน แล้วนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางโบว์ชัวร์ เว็บไซต์ของทุกหน่วยงาน โฆษณาทางทีวี และป้ายประชาสัมพันธ์ทั่วเมืองบุรีรัมย์ มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์เข้าไปด้วยตามเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปในตัว เช่น ภูเขาไฟที่เขาค้อระโดง ที่ดับสนิทแล้ว นกกระเรียนพันธุ์ไทยอยู่ที่ห้วยจรเข้มาก ซึ่งเป็นเส้นทางการบินของบุรีรัมย์ มาราดอนอย่างน้อยความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชมก่อนกลับบ้าน หลังจากนั้นก็วิ่งเสร็จจากการแข่งขัน นอกจากนี้จัดทำป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และตารางในการจัดการแข่งขันไว้ทุกจุดของสนาม และบริเวณทางเข้าเพื่อให้ผู้เข้าชมการแข่งขันสามารถทราบตารางการแข่งขัน และยังจัดให้มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทางในการเดินทางเข้ามายังสนาม นอกจากนี้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์กิจกรรมตลอดทั้งปี รวมถึงการอัปเดตสถานการณ์ต่างๆ ของกิจกรรมการแข่งขันที่จะทำให้ผู้เข้าชมหรือนักท่องเที่ยวทราบก่อนการเดินทางเข้ามายังพื้นที่จัดการแข่งขัน นอกจากนี้จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุของชุมชนหรือการประชาสัมพันธ์ผ่านทางทีวี โดยการผลิตสื่อต้องมีการวางแผนร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้เป็นรูปแบบเดียวกันในการประชาสัมพันธ์

6.5 การจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainable) ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาทุกกิจกรรมควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ มีการกำหนดหน้าที่การทำงานของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับภารกิจหลักของหน่วยงานนั้นๆ มีการเชิญหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือวางแผนหรือรูปแบบในการจัดกิจกรรม เพื่อให้ทุกหน่วยงานได้เข้าใจและสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมาย มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรม หรือขอความร่วมมือไปยังชุมชนในพื้นที่ในการร่วมกันจัดกิจกรรม และควรให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการจัดกิจกรรมลักษณะของการดำเนินการเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับประชาชนพื้นที่ให้มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเกิดการ

มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของคนในชุมชน มีการส่งเสริมให้นำวัสดุของชุมชนมาสร้างสรรค์การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และให้ชุมชนได้นำเสนอขายสินค้าของชุมชนและส่งเสริมชุมชนในการออกแบบและต่อยอดสินค้าของชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพและยกระดับสินค้าของชุมชน แต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อความยั่งยืนแห่งวิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน การดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ ควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวและในส่วนของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว เมื่อดำเนินการจัดการแข่งขันเสร็จสิ้นลงควรแจ้งผลการจัดกิจกรรม รายได้จากการจัดกิจกรรม จำนวนผู้เข้าชมการแข่งขัน และจำนวนผู้ที่ไม่ได้เข้าชมการแข่งขันแต่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว รวมถึงการกล่าวขอบคุณและขอโทษ หากเกิดข้อผิดพลาดในการจัดการแข่งขัน โดยประกาศเป็นสาธารณะให้ทุกภาคส่วนได้รับทราบ หากมีการจัดพื้นที่ในการจัดกิจกรรมต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อพื้นที่นั้นๆ เพื่อให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด หรือมีกระบวนการในการรักษาพื้นที่ให้สมบูรณ์ การดำเนินกิจกรรมทุกกิจกรรม ผู้จัดการแข่งขันควรออกกฎระเบียบและข้อปฏิบัติให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติ เพื่อการบริหารจัดการและการดูแลในทุกๆ พื้นที่ของการจัดการแข่งขัน ผู้จัดการแข่งขันกีฬาควรคำนึงถึงการรักษาวรรณธรรมของจังหวัดบุรีรัมย์ การนำภาษาไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือใช้ในการสื่อสารหรือการให้ข้อมูล หรือนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชน วิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์ ใช้ชีวิตแบบคนบุรีรัมย์ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และฝึกพูดภาษาที่เป็นภาษาท้องถิ่นของคนบุรีรัมย์ และยังส่งเสริมให้นำลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่สำคัญในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่และจัดทำคู่มือของสนาม เพื่อให้ศึกษาและเข้าใจการใช้งาน และเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นคนบุรีรัมย์ของจังหวัดบุรีรัมย์ การจัดการน้ำในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มีระบบการนำน้ำกลับมาใช้หมุนเวียนภายในสนาม มีถังบำบัดน้ำ ถังพักน้ำ มีการกรองน้ำเพื่อสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มีการจัดการขยะ การคัดแยกขยะ จัดพื้นที่ในการแข่งขันชิงแชมป์ประเทศไทย ให้กับเยาวชนในพื้นที่เพื่อลดมลภาวะทางเสียงให้กับประชาชนในพื้นที่ การจัดการขนส่งให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ ในการขนส่งผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการลดการแออัดของรถยนต์ในการเข้ามาในพื้นที่และยังเป็นการลดมลภาวะทางเสียง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่

ตาราง 44 การวิเคราะห์ผลการวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่ 1 – 4 ด้วยวิธี Open Coding Analysis

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
กลยุทธ์	นโยบายในการจัดกิจกรรม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ประเมินการจัดกิจกรรมและนำผลมาปรับปรุงการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“โครงสร้างการทำงานร่วมกัน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“จัดสรรงบประมาณในการจัดกิจกรรม”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“กฎระเบียบ ข้อห้าม ข้อควรปฏิบัติในการเข้าชมหรือเข้าร่วมการแข่งขัน”
	หลักเกณฑ์ในการเข้าชม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“คู่มือนักท่องเที่ยว กฎระเบียบข้อบังคับ”
	นโยบายในการจัดการขยะ	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“จุดทิ้งขยะ จุดคัดแยกขยะ”
	นโยบายในการควบคุมบำบัดน้ำเสีย	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“นำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์”
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“ใช้พลังงานแสงอาทิตย์”	
	การมีส่วนร่วมของประชาชน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ต่อยอดสินค้าและยกระดับสินค้า”
	นโยบายการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การนำขยะมารีไซเคิล”
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“ลดมลภาวะทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ”	
	พัฒนาระบบการทำงาน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว”
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“การจัดพื้นที่การแข่งขัน”	
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“การจัดระบบการเข้า-ออก”	



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
สถานที่	จัดเตรียมสถานที่ในการจัดการแข่งขัน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่ประชุมร่วมกัน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“จัดกิจกรรมในวันหยุดสุดสัปดาห์ วันเสาร์ วันอาทิตย์”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ดำเนินการวางแผนร่วมกันในการจัดการแข่งขัน”
		แบบสอบถาม	“การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะกับทุกกลุ่มวัย”
รูปแบบการจัดสถานที่	รูปแบบการจัดสถานที่	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“กำหนดรูปแบบของกิจกรรม”
		แบบสอบถาม	“ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“กำหนดพื้นที่ในการจัดกิจกรรม”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ความเชื่อมโยงของกิจกรรมกับสถานที่”
สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดการแข่งขัน	สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดการแข่งขัน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“ป้ายบอกทางบริการตามเส้นทางต่างๆ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“การให้บริการห้องสุขา”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ที่ทิ้งขยะ และคัดแยกขยะ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การดูแลตรวจสอบซ่อมบำรุง”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“เจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลและการสังเกตความผิดปกติของร่างกายทั้งก่อนและหลังการจัดการแข่งขัน”
		แบบสอบถาม	“การเดินทางสะดวกและปลอดภัย”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
	เหตุฉุกเฉินในสถานที่จัดกิจกรรม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การให้บริการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“เส้นทางหนีไฟ และระบบสัญญาณเตือน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“จุดให้บริการนั่งพักคอย ห้องน้ำ โทรศัพท์สาธารณะด้วย”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“รถปั่นไฟฟ้าเคลื่อนที่สำรอง หากเกิดไฟดับสามารถใช้ไฟฟ้าสำรอง เพื่อทำการถ่ายทอดสด และสามารถจัดการแข่งขัน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“สำรวจเส้นทางหลักและเส้นทางสำรอง”
	ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“หลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบหรือส่งผลกระทบต่อทรัพยากรนั้นๆ”
	ชุมชนในพื้นที่มีส่วนร่วม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“สนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่นำสินค้าของชุมชนเข้ามาจำหน่ายในบริเวณสถานที่จัดการแข่งขัน”
บุคลากร	พัฒนาศักยภาพของบุคลากร	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“อบรมการให้ข้อมูลการแข่งขัน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“อบรมการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว”
	แบ่งหน้าที่การทำงาน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ให้มีหัวหน้าฝ่ายในแต่ละฝ่ายทำหน้าที่ควบคุมดูแลการทำงานของแต่ละฝ่าย”
	การมีส่วนร่วมของประชาชน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความสามารถเฉพาะด้านเข้ามามีส่วนร่วม”
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“นัดเพื่อการกีฬา (Sport Massage)”	
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“ประชาชนแสดงความคิดเห็นและ	



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
		ประชุมกลุ่มย่อย	ออกแบบการนำวัสดุในพื้นที่มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ ออกแบบตามวิถีชีวิตของชุมชน”
	ทักษะการบริการ	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“หลักสูตรของอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การเป็นเจ้าของที่ดี”
ประชาสัมพันธ	รูปแบบการประชาสัมพันธ์	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขันควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“จัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนแบ่งปันวิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์เพื่อสร้างการเรียนรู้”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“นำภาษาท้องถิ่นมาใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์”
	การวางแผน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“สมาคมการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เข้ามาช่วยกันวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการวางแผน”
	การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การใส่เสื้อของสโมสรฟุตบอลซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการแสดงออกในการต้อนรับ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ส่งเสริมให้นำลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์”
		แบบสอบถาม	“ตั้งอยู่ในที่ที่เห็นชัดเจน”
	สื่อในการประชาสัมพันธ์	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางโบว์ชัวร์ เว็บไซต์ของทุกหน่วยงาน”



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ป้ายประชาสัมพันธ์ทั่วเมืองบุรีรัมย์”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“การประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุของชุมชน ที่วี”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“โซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊ก”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“ตารางการแข่งขัน อีพเดท ตลอดเวลา”
ความยั่งยืน	การสนับสนุน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่”
	หน้าที่การทำงาน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“กำหนดหน้าที่การทำงานของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับภารกิจหลักของหน่วยงานนั้นๆ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“หน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือวางแผนทาง”
	งบประมาณ	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“จัดสรรงบประมาณในการทำกิจกรรม”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“แจ้งผลการจัดกิจกรรม รายได้จากการจัดกิจกรรม”
	การทำงานร่วมกับชุมชน	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการจัดกิจกรรม”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของคนในชุมชน”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“วิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นคนบุรีรัมย์ของจังหวัดบุรีรัมย์”
การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย		“ส่งเสริมให้นำลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นสื่อกลางในการ	

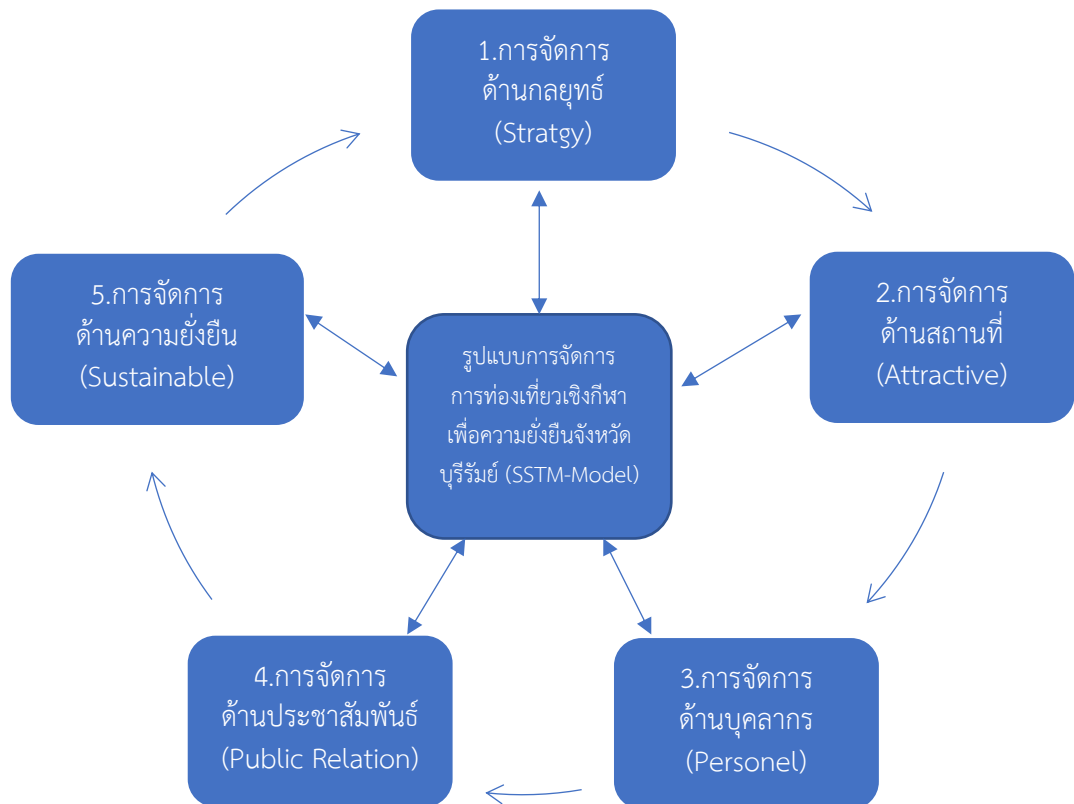


682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ประเด็น	รายละเอียด	ผู้ให้ข้อมูล	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
			ประชาสัมพันธ์”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/แบบสอบถาม	“การนำเสนออาหารของท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว”
	ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การจัดการน้ำในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การจัดการขยะ การคัดแยกขยะ”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“มีถังกักเก็บน้ำ บำบัดน้ำเสียภายในสนาม”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“ลดการแออัดของรถยนต์”
		การสัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย	“การลดมลภาวะทางเสียง”

จากการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัยทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยค้นพบรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ SSTM-Model (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model) ซึ่งประกอบด้วยการจัดการทั้ง 5 ด้าน คือ การจัดการด้านกลยุทธ์ (Stratgy) การจัดการด้านสถานที่ (Attractive) การจัดการด้านบุคลากร (Personel) การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relation) และการจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainable) ดังภาพประกอบ 23



ภาพประกอบ 23 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
(Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นกระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีความมุ่งหมายของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์
5. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลและนำเสนอประเด็นที่สำคัญในการศึกษา ดังนี้

1. สรุปผล
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผล

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Attraction) พบว่า สนามที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาได้รับการรับรองมาตรฐานในระดับโลก ซึ่งหน่วยงานที่ให้การรับรอง ประกอบด้วย 1.สมาพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ 2.สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชีย 3.สมาพันธ์ฟุตบอลอาเซียน 4.สมาพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ 5.สมาพันธ์จักรยานยนต์นานาชาติ และ 6.มาตรฐานโกลด์มาราธอน (ระดับนานาชาติ) ซึ่งการจัดการแข่งขันดำเนินการตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรองของแต่ละประเภทการแข่งขัน สามารถแบ่งประเภทของการจัดการแข่งขันได้ดังนี้

- 1.การแข่งขันรถยนต์ฟอร์มูล่าวัน
- 2.การแข่งขันรถจักรยานยนต์โมโตจีพี
- 3.การแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน (วิ่งนานาชาติ) ซึ่งการจัดการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอน สามารถแบ่งการจัดการแข่งขันได้ ออกเป็น 4 ประเภท ประกอบด้วย 1.ฟันรัน ระยะทาง 4.554 กิโลเมตร 2.มินิมาราธอน ระยะทาง 10 กิโลเมตร 3.ฮาฟมาราธอน ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร และ 4.มาราธอน ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร

ในการจัดการแข่งขันกีฬาได้จัดเตรียมการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่จัดการแข่งขันเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยว คือ การจัดพื้นที่เข้าชม

โดยระบุโซนที่นั่งชัดเจน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกจุดของพื้นที่ รถสุขาเคลื่อนที่ ห้องเก็บตัว นักกีฬา ห้องปฐมพยาบาล ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้องอบอุ่นร่างกาย ห้องพัก นักกีฬา ล็อคเกอร์เก็บสัมภาระ ห้องกรรมการตัดสินกีฬา ห้องפקกรรมการตัดสินกีฬา ห้องตรวจสารเสพติด สถานที่จอดรถยนต์ จุดบริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการที่ทิ้งขยะ ห้องประชุมนักแข่งขัน คิกการาจ คิกเลน แกรนด์สเตนท์ ห้องนักพากษ์การแข่งขัน ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายบอกระยะเวลาการแข่งขัน จุดบริการรถรับ-ส่ง

1.2 ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment) อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาทางสนามได้ทำการตรวจเช็ค และจัดเตรียมอุปกรณ์ในการแข่งขัน รวมถึงการจัดเตรียม อุปกรณ์สำหรับบริการฝึกซ้อม จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉินที่ใช้สำหรับการแข่งขันให้ข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬากับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน คณะกรรมการตัดสินการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมชมการแข่งขัน และให้ข้อมูลในการใช้สนาม กฎระเบียบข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์กีฬา โดยได้จัดห้องสำหรับให้ข้อมูลในการใช้อุปกรณ์ ซึ่งในการจัดเตรียมอุปกรณ์กีฬาสามารถจัดเตรียมได้อย่างเพียงพอเพราะในการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งผู้จัดการแข่งขันจะทราบถึงจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน รวมถึงผู้เข้าชมการแข่งขันซึ่งเช็คได้จากใบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมการแข่งขันและเช็คจากจำนวนที่นั่งในการรองรับผู้เข้าชมการแข่งขัน

1.3 ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel) บุคลากรที่ทำหน้าที่ภายในสนามการแข่งขันกีฬาทางสนามได้แบ่งเจ้าหน้าที่ออกเป็นแต่ละแผนก ประกอบด้วย แผนกที่ 1 ดูแลผู้เข้าร่วมการแข่งขันจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลผู้เข้าร่วมการแข่งขันและเจ้าหน้าที่ดูแลการใช้ใช้อุปกรณ์ แผนกที่ 2 แผนกวิชาชีพเฉพาะ ซึ่งแผนกนี้จะมีนักกายภาพบำบัด พยาบาล แพทย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและวิศวกร แผนกที่ 3 แผนกจัดการแข่งขันมีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในการจัดการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ดูแลระบบน้ำ เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสภาพรถยนต์ เจ้าหน้าที่กู้ภัย เจ้าหน้าที่ดูแลระบบไฟ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลซึ่งแบ่งเป็นข้อมูลการแข่งขัน ข้อมูลทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสามารถด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส และภาษาเขมร แผนกที่ 4 แผนกเยี่ยมชมนมีเจ้าหน้าที่นำเยี่ยมชมสนาม เจ้าหน้าที่แม่บ้าน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือผู้เข้าชมการแข่งขันประจำจุดต่างๆ และเจ้าหน้าที่ด้านภาษา นอกจากนี้ทุกประเภทของการแข่งขัน กรรมการที่ทำหน้าที่ในการตัดสินต้องผ่านการอบรมของแต่ละประเภทกีฬา ซึ่งกำหนดโดยสมาพันธ์ที่จัดการแข่งขันและมีใบอนุญาตเป็นผู้ตัดสิน มีมาร์แชลประจำการแข่งขันซึ่งมาร์แชลต้องผ่านการฝึกอบรม เจ้าหน้าที่ทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมในสายงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งก่อนการจัดการแข่งขันมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบสนามก่อนจัดการแข่งขันเพื่อให้ได้มาตรฐานที่สมาพันธ์กำหนดและจะต้องวางแผนจำนวนบุคลากรก่อนการแข่งขันรวมถึงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขัน เช่น ระบบการจับเวลา DIGITAL MICROCHIP

1.4 ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive) จังหวัดบุรีรัมย์มีการจัดทำแผนการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการจัดทำความร่วมมือกับภาครัฐ -

ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำกรประชุมสัมพันธการ
แข่งขัน ซึ่งรูปแบบของการจัดการแข่งขันเป็นตัวดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวและนักแข่งขันก็เป็นตัว
ดึงดูดใจการท่องเที่ยวและที่สำคัญมาตรฐานของสนามก็เป็นตัวดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวเพราะ
มีแห่งเดียวในจังหวัดบุรีรัมย์ การจัดการแข่งขันในวันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็น
วันหยุดที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ การจัดทำเส้นทางแข่งขันที่เชื่อมโยงกับแหล่ง
ท่องเที่ยวและมีกิจกรรมการให้ร่วมสนุกได้ตลอดเส้นทาง ในส่วนของบัตรที่เข้าชมการแข่งขันสามารถใช้
เป็นบัตรผ่านประตูเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ได้ เช่น ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาท
หินเมืองต่ำ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำแผนบำรุงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีระบบการจัดการ
ขยะ การจัดเก็บขยะ รถเก็บขยะ จุดทิ้งขยะ นอกจากนี้สนามที่ใช้ในการจัดการแข่งขันกีฬาได้ใช้พื้นที่
ของสนามในการถ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ยิ่งทำให้เป็นแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดบุรีรัมย์

1.5 ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในการจัดการแข่งขันกีฬา
ผู้จัดการแข่งขันกีฬาได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่ในการสำรวจสนามก่อนการจัดการแข่งขันพร้อม
ตรวจเช็คสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมใช้งาน ประกอบด้วย จุดที่นั่งพักคอย ห้องสุขา ระบบไฟฟ้า
ระบบประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย โทรศัพท์สาธารณะ ระบบความปลอดภัย เส้นทางหนีไฟ ระบบ
สัญญาณเตือนเหตุฉุกเฉิน กล้องวงจรปิด ลิฟท์สำหรับผู้พิการ เครื่องกระตุ้นหัวใจ เมดิคอลเซ็นเตอร์
รถไฟฟ้าสำรอง เครื่องปั่นไฟ วิทยุสื่อสาร รถสุขาเคลื่อนที่ซึ่งจัดไว้ตลอดเส้นทางแข่งขัน พร้อมจัด
ให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ อาสาสมัครรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาในการ
จัดการแข่งขันซึ่งเจ้าหน้าที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมก่อนปฏิบัติหน้าที่จริงรวมถึงร่วมกันวางแผน
เส้นทางในการจัดการแข่งขันทั้งเส้นทางปกติและเส้นทางฉุกเฉิน นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกใน
การให้ข้อมูลของสนามแข่งขัน ตารางการแข่งขัน ซึ่งทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เพจ
เฟซบุ๊กการจัดการแข่งขัน เพจของสโมสรฟุตบอล รวมถึงป้ายประชาสัมพันธ์ซึ่งติดตั้งในสถานที่จัดการ
แข่งขัน สถานีขนส่งรอบเมืองบุรีรัมย์

1.6 ด้านสถานที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience) ในการเข้าถึง
สถานที่จัดการแข่งขันหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์มีการให้บริการของท่าอากาศยาน
สถานีรถไฟ สถานีขนส่งผู้โดยสารซึ่งสามารถเดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์ได้หรือเดินทางโดยรถยนต์
ส่วนตัว ซึ่งทางจังหวัดบุรีรัมย์ได้พัฒนาถนนให้สามารถเดินทางได้สะดวกมีการเชื่อมต่อกันในระบบ
ขนส่งรวมถึงเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียง และเมื่อมาถึงจังหวัดบุรีรัมย์ การเดินทางมายังสนามกีฬา
หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ เช่น แท็กซี่ แกร็บคาร์ สามล้อ
รับจ้าง วินมอเตอร์ไซด์ หรือรถเช่า ในส่วนของผู้จัดการแข่งขันได้จัดให้บริการรถชัตเตอร์บัสในการรับ-
ส่ง บริการฟรี และจัดทำสถานีรับ-ส่ง พร้อมกับมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีรับ-ส่ง ไว้สำหรับให้ข้อมูลใน
การเดินทางของเส้นทางรถชัตเตอร์บัส สำหรับประชาชนในพื้นที่ที่เป็นผู้ให้บริการรับ-ส่ง โดย
ให้บริการผ่านระบบแกร็บคาร์ สามารถทำหน้าที่เป็นไกด์ในขณะรับ-ส่งนักท่องเที่ยวและให้ข้อมูลของ

แหล่งท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมและเข้าถึงการจัดกิจกรรมโดยทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครและการนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย โดยจัดให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ค้ากับจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อป้องกันการเอาเปรียบและฉวยโอกาสจากผู้ที่ไม่หวังดีอีกด้วย

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมามีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีจำนวน 356 คน และที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 28 คน ซึ่งถือได้ว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้วยังเดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยวอีก ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศการแข่งขันกีฬามาเป็นอันดับแรก รองลงมา เข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอาจจะต้องเพิ่มเติมการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทาง 2-7 วัน แต่เมื่อพิจารณาในอันดับรองลงมาจะใช้ระยะเวลาเพียง 1 วัน ในการวางแผนการเดินทาง ผู้ให้บริการสามารถวางแผนการให้บริการนักท่องเที่ยวล่วงหน้าได้อย่างทันที่และการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน รองลงมาเดินทางกับครอบครัว ซึ่งผู้ให้บริการควรวางแผนกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถตอบโจทย์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน หรือคนในครอบครัวได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในวันเสาร์-อาทิตย์ รองลงมาวันธรรมดา โดยมีปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด คือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาเพื่อมาชมการแข่งขันกีฬา และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้บริการควรรักษามาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการที่นั่งพักคอย รองลงมาคือจุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ ในการใช้บริการห้องน่านักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะอาด

ถูกสุขลักษณะ รองลงมาห้องน้ำมีลักษณะโปร่ง ระบายอากาศได้ดี นักท่องเที่ยวต้องการพักที่พักราค่าคืนที่เป็นโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล รองลงมาพักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน สาเหตุในการเลือกที่พัก ค้างคืนคือการเดินทางสะดวก รองลงมาความปลอดภัย นักท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน รองลงมา 2 คืน การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวหาข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย รองลงมาหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หากทำการประชาสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านช่องทางนี้สามารถสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือค่าอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาค่าเดินทางและค่าที่พัก นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท รองลงมา 3,000-6,000 บาท หากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนเชื้อไวรัสโควิด-19 นักท่องเที่ยวยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยว รองลงมาเลื่อนการเดินทาง ซึ่งผู้ให้บริการอาจวางแผนการให้บริการหากเกิดสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบทางการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการได้น้อยที่สุด

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบไปด้วย 5 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.10$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย กับมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ มีกิจกรรมรองรับทุกเพศทุกวัยตามลำดับ ถึงแม้ว่าในข้ออื่นๆจะมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่ 3 อันดับสุดท้ายมีค่าคะแนนน้อยควรที่จะพัฒนาการให้บริการโดยเรียงลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง พัฒนาพนักงานเอาใจใส่และเต็มใจช่วยเหลืออย่างเสมอภาค และมีพนักงานทำความสะอาดอยู่ทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.06$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ และตารางข้อมูลการแข่งขันอัปเดตตลอดเวลา อยู่ในอันดับแรก รองลงมา ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ยังพบว่า 3 อันดับสุดท้ายที่มีค่าคะแนนน้อยควรที่จะพัฒนาความสะดวกในการเข้าถึงห้องปฐมพยาบาล ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน และการเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน

3.3 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้ออยู่ในระดับมาก โดยความเพียงพอของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ๓ จุดเดียว และความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในอันดับแรก แต่ยังพบว่า 3 อันดับสุดท้ายที่มีค่าคะแนนน้อยควรที่จะพัฒนาถึงความเพียงพอของโทรศัพท์สาธารณะ ถึงขยะ การจัดเก็บขยะ จำนวนของพื้นที่ในการจอดรถ ความเพียงพอของอุปกรณ์กีฬา

3.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.12$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้ออยู่ในระดับมาก โดยการจัดการแข่งขันกีฬาอย่างสม่ำเสมอ อยู่ใน

อันดับแรก รองลงมา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง บรรยากาศของขั้นตอนการแข่งขันหรือบรรยากาศของสนามกีฬา ตามลำดับ แต่ยังคงพบว่า 3 อันดับสุดท้ายที่มีค่าคะแนนน้อยควรที่จะพัฒนาถึงอุปกรณ์กีฬาครอบคลุมต่อการออกกำลังกาย การให้บริการข้อมูลของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ และการไหลเวียนของการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว

3.5 ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.12$) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่า การบริการป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้ข้อมูลข่าวสาร การให้บริการข้อมูลทั่วไป ข้อห้าม ข้อปฏิบัติล่วงหน้าก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ แต่ยังคงพบว่า 3 อันดับสุดท้ายมีค่าคะแนนน้อยควรที่จะพัฒนาการผสมผสานระหว่างกิจกรรมการแข่งขันกับชุมชนในพื้นที่ เอกลักษณ์ของสถานที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชน และ ระบบการติดต่อสื่อสาร โทรคมนาคมที่สะดวกสบาย สัญญาณการให้บริการ ที่อำนวยความสะดวกในการจับจ่าย

เมื่อพิจารณาภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) ($\bar{x}=4.12$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) ($\bar{x}=4.10$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ($\bar{x}=4.10$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ($\bar{x}=4.06$) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ($\bar{x}=3.98$) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

เพศของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร ด้านความต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูล กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ และด้านการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามีรายการค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุด ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ด้านก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วัน วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ประเภทที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักค้างคืน จำนวนวันที่พักค้างคืน ช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา การกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 วิธีที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ช่วงวันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนในด้านอื่นๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วัน การเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬากับใคร ความต้องการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทที่พักค้างคืนที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าพักค้างคืน จำนวนวันที่พักค้างคืน แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาหาข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีรายการค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุดหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งมีผลสรุปดังนี้

เพศของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) ส่วนในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ส่วนในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) ด้าน

การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ มีความแตกต่างกันกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) ส่วนในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) และด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) มีความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

5.1 ด้านกลยุทธ์ (Strategy) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์ กำหนดแผนการจัดกิจกรรมและดำเนินกิจกรรมตามแผนงานที่กำหนด กำหนดนโยบายในการประเมินการจัดกิจกรรมและนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป ในการดำเนินกิจกรรมในทุกๆ กิจกรรมได้ออกกฎระเบียบ และข้อควรปฏิบัติ ข้อห้ามปฏิบัติให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้เข้าชมการแข่งขันรวมถึงนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการเข้าชมพร้อมทั้งคู่มือในการเข้าชมการแข่งขันควบคู่กับคู่มือการท่องเที่ยว กำหนดกฎเกณฑ์และกฎกติกา การช่วยเหลือในการเข้าร่วมกิจกรรมโดยมุ่งเน้นตามลักษณะของแต่ละกิจกรรมซึ่งในแต่ละกิจกรรมการแข่งขันมีความแตกต่างกัน จึงทำให้กฎระเบียบมีความแตกต่างกัน และได้นำหลักเกณฑ์ในการจัดการแข่งขันตามที่สัมพันธ์ต่างๆ ให้การรับรองมาใช้ในการวางแผนและออกกฎระเบียบในการจัดการแข่งขัน ซึ่งทางจังหวัดบุรีรัมย์ได้กำหนดนโยบายในการยกระดับการให้บริการเพื่อให้ได้มาตรฐานการบริการ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในจังหวัดบุรีรัมย์ กำหนดนโยบายในการจัดการขยะกำหนดให้มีจุดทิ้งขยะ จุดคัดแยกขยะ การนำขยะมารีไซเคิล หรือนำขยะมาแปรรูปเป็นสินค้าของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการกำหนดนโยบายในการบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการใช้พลังงานแสงอาทิตย์โดยนำโซลาร์เซลล์มากักเก็บพลังงานไฟฟ้า ผู้จัดการแข่งขันได้กำหนดนโยบายให้ประชาชนในพื้นที่นำสินค้าของท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่จัดการแข่งขัน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ และทางชุมชนได้ขอความร่วมมือไปยังมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ อนุเคราะห์ออกแบบผลิตภัณฑ์ และต่อยอดสินค้ายกระดับสินค้าของชุมชน แต่ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มีการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นยอดขายสินค้าส่งเสริมให้ใช้ผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้จังหวัดบุรีรัมย์ได้กำหนดนโยบายในการอนุรักษ์และส่งเสริมธรรมชาติให้ประชาชนทำการเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมีส่งเสริมให้ปลูกข้าวอินทรีย์เพิ่มรายได้และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้พื้นที่ร่วมกันอนุรักษ์นกกระเรียนพันธุ์ไทย ในพื้นที่ห้วยแสงเหนือ และอ่างเก็บน้ำห้วยจระเข้มาก ซึ่งเป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาของ

จังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังกำหนดนโยบายในการอนุรักษ์มรดกโลกป่าดงใหญ่ วรรณคดีไม่ตัดต้นไม้ และล่าสัตว์

นอกจากนี้ผู้จัดการแข่งขันได้จัดพื้นที่ให้ประชาชนที่มีความต้องการแข่งขันขี่มอเตอร์ไซด์ ซึ่งประชาชนในพื้นที่สามารถเข้ามาใช้พื้นที่ในการแข่งขันได้ฟรี สามารถช่วยลดมลภาวะทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ ซึ่งจะต้องมีการลงทะเบียนการเข้าใช้พื้นที่ที่กำหนดเท่านั้น พร้อมทั้งจัดเตรียมรถพยาบาลหากเกิดเหตุฉุกเฉินระหว่างการแข่งขัน

5.2 ด้านโครงสร้าง (Structure) การจัดการแข่งขันได้กำหนดโครงสร้างในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ มีการประชุมหน่วยงานต่างๆ เพื่อหารูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ได้มาตรฐานของการจัดการแข่งขัน โดยแบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามสายงานของแต่ละหน่วยงาน สนับสนุนให้บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมและประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม กำหนดโครงสร้างการทำงานโดยเน้นจ้างคนไทยหรือลูกครึ่งเข้าทำงาน มีการวางโครงสร้างการจัดการแข่งขัน ขั้นตอนการแข่งขัน การแบ่งโซนการเข้าชม กฎระเบียบ ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามปฏิบัติ รวมถึงการวางโครงสร้างการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันและนักท่องเที่ยว จัดเจ้าหน้าที่ประจำจุดการแข่งขันและบริเวณโดยรอบพื้นที่จัดการแข่งขัน นอกจากนี้ได้ยกระดับการให้บริการของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว

5.3 ด้านระบบ (System) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหน่วยงานภาครัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณในการจัดกิจกรรมมีการวางระบบการใช้จ่ายงบประมาณครอบคลุมทุกกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควบคู่ไปด้วย ในการจัดสรรงบประมาณของแต่ละกิจกรรมมีการวางระบบการเบิกจ่ายเงินงบประมาณตามระเบียบกระทรวงการคลัง นอกจากนี้ยังมีระบบการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก การแบ่งโซนการเข้าชม การจัดการที่พักสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่พักราคาแบบกางเต็นท์ การบริการกำหนดเส้นทางรถรับ-ส่ง การประชาสัมพันธ์ การบริการรถโดยสารสาธารณะ การจัดระบบการเข้า-ออกของพื้นที่ เพื่อลดความแออัด ลดมลภาวะทางเสียงและทางอากาศ จัดระบบการลงทะเบียนในการเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน ระบบคิวและการสำรองที่นั่ง ระบบการใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงานไฟฟ้า และมีการจัดระบบการประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน และนักท่องเที่ยว

5.4 ด้านบุคลากร (Staff) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการสนับสนุนบุคลากรจากภาครัฐบาลและภาคเอกชนในพื้นที่ ก่อนเริ่มการจัดกิจกรรม มีการพัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในการจัดอบรมการให้ข้อมูลการแข่งขัน จัดอบรมการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว การช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และอบรมในด้านอื่นๆ เฉพาะหน้าที่ของบุคลากรที่รับผิดชอบ รวมถึงอบรมให้กับอาสาสมัครนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย ซึ่งมีประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมและให้

ความร่วมมือในการจัดกิจกรรม มีการวางแผนผังการทำงานชัดเจนโดยแบ่งการทำงานออกเป็นฝ่าย ซึ่งจะมีหัวหน้าฝ่ายในแต่ละฝ่ายทำหน้าที่ควบคุมดูแลการทำงานของฝ่ายนั้นๆ นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ยังมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในพื้นที่โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความสามารถ เฉพาะด้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น นวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage) เป็นต้น

5.5 ด้านทักษะ (Skill) หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนในพื้นที่ร่วมกันจัดทำหลักสูตร เพื่อเพิ่มทักษะการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ เช่น หลักสูตร Ask me ของอาสาสมัครทางการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดี การช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และหลักสูตรเฉพาะ เช่น นักดับเพลิง การสาธารณสุข นอกจากนี้ ผู้จัดการแข่งขันได้เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ได้แสดงความรู้ ความสามารถในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การจัดสแตนเชียร์และกองเชียร์ โดยใช้วัสดุในพื้นที่ในการ ตกแต่งสถานที่ ซึ่งออกแบบตามวิถีของชุมชน และสนับสนุนให้นำวัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้านมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การนำเสนออาหาร ท้องถิ่น การนำเสนอชุมชนคนเลี้ยงช้างอำเภอสตึก การนำลายผ้าที่อัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ประยุกต์ใช้กับสินค้าของที่ระลึกและประยุกต์ใช้กับการตกแต่งสถานที่

5.6 ด้านรูปแบบ (Style) การจัดเตรียมสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาจะควบคู่ไปกับ หลักเกณฑ์การจัดการแข่งขันที่สมาพันธ์กำหนดเพื่อรักษามาตรฐานในการจัดการแข่งขันแต่จะมีการวางแผนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควบคู่ไปด้วยเพื่อเป็นการสร้างรายได้และเศรษฐกิจ หมุนเวียนในพื้นที่ ซึ่งรูปแบบของการจัดการแข่งขันจะเปลี่ยนไปทุกปี โดยรูปแบบของการจัดการแข่งขันกีฬาจะดำเนินการหารือทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ซึ่งได้รับการ ยอมรับจากทุกภาคส่วน โดยการแสดงออกของการมีส่วนร่วมคือการใส่เสื้อของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด และยังเป็นการแสดงออกถึงการแสดงการต้อนรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันและ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังมีการสร้างถนนคนเดินจัดบู ธการขายสินค้าของที่ระลึก อาหารท้องถิ่น มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุกเพื่อให้นักท่องเที่ยว เชิงกีฬาได้พักผ่อนตามวิถีชีวิตของจังหวัดบุรีรัมย์เมื่อเสร็จสิ้นจากการจัดการแข่งขัน เช่น กิจกรรมการ ฝึกพูดภาษาท้องถิ่นบุรีรัมย์ โดยให้ชุมชนเจ้าของพื้นที่ในพื้นที่นั้นๆ มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ผู้จัดการแข่งขันได้วางรูปแบบของการจัดพื้นที่สำหรับเป็นจุดกางเต็นท์ จัดพื้นที่ในการจอดรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ รวมถึงการเข้า-ออก ของรถรับ-ส่งในพื้นที่ ทุกๆรูปแบบของการจัด กิจกรรมได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

5.7 ด้านแบ่งปัน (Share) การจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ทราบข่าว ข้อมูลการจัดการแข่งขันได้ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงานและภาคีเครือข่ายในจังหวัดบุรีรัมย์ และผ่านทางเฟซบุ๊กของการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา ประเภทนั้นๆ รวมถึงการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วทั้งจังหวัดบุรีรัมย์ และหลังการ แข่งขันเสร็จสิ้นผู้จัดการแข่งขันจะดำเนินการจัดทำประกาศผลการจัดการแข่งขัน รายได้จาก การจัดการแข่งขัน จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขัน จำนวนนักท่องเที่ยวและกล่าวคำขอบคุณและขอ



682156326

MSU 1Thesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

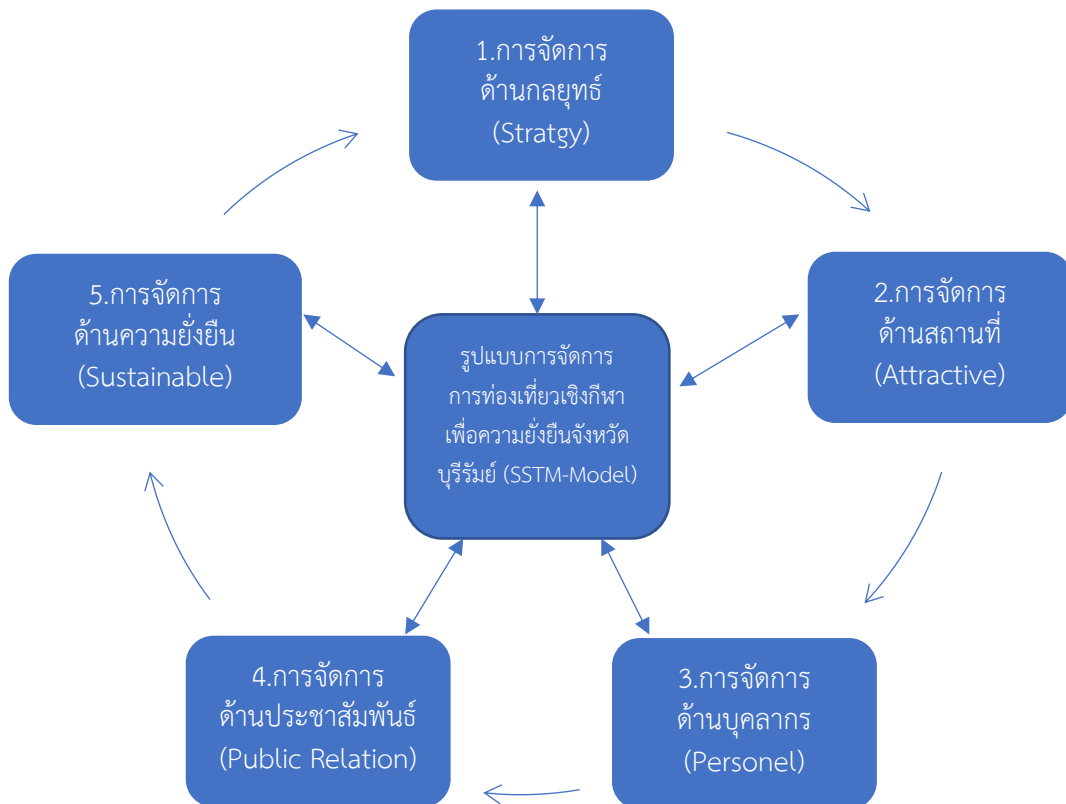
โทษหากเกิดข้อผิดพลาดระหว่างการจัดการแข่งขัน นอกจากนี้ผู้จัดการแข่งขันได้แบ่งปันพื้นที่เพื่อให้เด็กและเยาวชนในพื้นที่ที่จัดการแข่งขันรถมอเตอร์ไซค์ทางเรียบได้มีพื้นที่ในการแข่งขัน และชุมชนได้มีการแบ่งปันวิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์ให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เรียนรู้และสัมผัส เช่น การนำภาษาท้องถิ่นมาใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์และฝึกพูดภาษาท้องถิ่น เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ ส่งเสริมการใช้ผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริงและสัมผัสผ่านทางคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์

6. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัยทั้งหมด ทำให้ผู้วิจัยค้นพบรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ SSTM-Model (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model) ซึ่งประกอบด้วยการจัดการทั้ง 5 ด้าน คือ 1.การจัดการด้านกลยุทธ์ (Stratgy) ในการกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรม วางแผนรูปแบบการจัดกิจกรรมการแข่งขันและการท่องเที่ยว 2.การจัดการด้านสถานที่ (Attractive) การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันตามนโยบายและรูปแบบของการจัดการแข่งขัน 3.การจัดการด้านบุคลากร (Personel) จัดเตรียมบุคลากรในการให้บริการและร่วมถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ 4.การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการจัดการแข่งขันในรูปแบบต่างๆ 5.การจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainable) รูปแบบของการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนโดยคำนึงถึงประชาชนในพื้นที่ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่จัดการแข่งขัน ดังภาพประกอบ 24



682156326



ภาพประกอบ 24 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ (Sustainable Sport Tourism Management : SSTM-Model)

อภิปรายผล

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง พบว่า ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ มีความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นสนามที่ได้รับการรับรองในระดับสากลมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่จัดการแข่งขันเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน หรือนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ วิทยา อินทร์พงษ์พันธ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุดของสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การระบุโซนที่นั่งชัดเจน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทุกจุดของพื้นที่ รถสุขาเคลื่อนที่ ห้องเก็บตัวนักกีฬา ห้องปฐมพยาบาล ห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ห้องออกกำลังกาย ห้องอบอุ่นร่างกาย ห้องพนักกีฬา ล็อคเกอร์เก็บของ ห้องกรรมการตัดสินกีฬา สถานที่จอดรถยนต์ จุดบริการที่ทิ้งขยะ ห้องประชุมนักแข่งขัน คิกการาจ คิกเลน แกรนด์สแตนท์ ห้องนักพากษ์การแข่งขัน ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทาง ป้ายบอกระยะทางการแข่งขัน จุดบริการรถรับ-ส่ง ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการจัดการ

การท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2012: 9) และ (Middketon and Clarke, 2001: 124-127) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ จัดเป็นองค์ประกอบหลักของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และยังพบว่าในการจัดการแข่งขันในแต่ละชนิดผู้จัดการแข่งขันได้จัดเตรียมอุปกรณ์กีฬา และทำการตรวจเช็คอุปกรณ์กีฬา การให้ข้อมูลในการใช้อุปกรณ์กีฬาทั้งในส่วนของผู้เข้าร่วมการแข่งขันและคณะกรรมการตัดสิน กฎระเบียบข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์กีฬา มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของพื้นที่ (นรินทร์ หลิมโพโรจน์, 2554) ซึ่งกล่าวไว้ว่าความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การตรวจสอบมาตรฐานของอุปกรณ์กีฬา โครงสร้างของสนามกีฬา การออกกฎระเบียบและบทลงโทษในการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนและมีการแจ้งวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ ในส่วนของบุคลากรทางการกีฬาที่ทำหน้าที่ในการจัดการแข่งขันหรือทำหน้าที่อำนวยความสะดวกต้องผ่านการอบรมของแต่ละประเภทชนิดกีฬาที่มีการแข่งขันมีใบอนุญาตเป็นผู้ตัดสิน ซึ่งสอดคล้องกับ อภิชัย ธีระรัตน์สกุล (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการแบดมินตันสู่การเป็นแบดมินตันอาชีพอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ซึ่งพบว่าการจัดการทุนมนุษย์ คือการจัดการและพัฒนาด้านทุนมนุษย์ เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน ผู้จัดการทีม กรรมการผู้ตัดสิน และต้องผ่านการฝึกอบรมในสายงานที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับศักยภาพของปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (วรวิทย์ สุวัฒน์ ณ เขมรรัฐ และคณะ, 2557) ได้กล่าวไว้ว่าบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีคุณภาพ มีความเชี่ยวชาญด้านกีฬาเฉพาะด้าน รูปแบบการจัดการแข่งขันกีฬาและนักแข่งขันสามารถดึงดูดใจให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดบุรีรัมย์ การดำเนินการจัดการแข่งขันในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์หรือวันหยุดสุดสัปดาห์ เป็นช่วงเวลาที่ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้จัดการแข่งขันกีฬาได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่สำรวจสนามก่อนการจัดการแข่งขันพร้อมตรวจเช็คสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อมใช้งาน ประกอบด้วย จุดที่นั่งพักคอย ห้องสุขา ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย โทรศัพท์ สาธารณะ ระบบความปลอดภัย เส้นทางหนีไฟ ระบบสัญญาณเตือนเหตุฉุกเฉิน กล้องวงจรปิด ลิฟท์สำหรับผู้พิการ เครื่องกระตุ้นหัวใจ เมดิคอลเซ็นเตอร์ รถไฟฟ้าสำรอง เครื่องปั่นไฟ วิทยุสื่อสาร รถสุขาเคลื่อนที่ซึ่งจัดไว้ตลอดเส้นทางการแข่งขัน พร้อมจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ อาสาสมัครรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาในการจัดการแข่งขัน มีความสอดคล้องกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับศักยภาพการท่องเที่ยว (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Facilities) มีการจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำสาธารณะ สถานที่จอดรถ ในแหล่งท่องเที่ยวมีเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ห้ามเตือน ที่เข้าใจง่ายและชัดเจน มีร้านอาหารเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึกไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการเดินทางมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศการแข่งขันกีฬาและเข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬาซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Maier and Weber, 1993: 33-43) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive Sport Tourists) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใดแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าชมกิจกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่และมีความสำคัญ ตลอดจนสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาอันทรงคุณค่า รวมไปถึงนักกีฬาผู้ฝึกสอนและบุคลากรสำคัญทางการกีฬา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมชมกิจกรรมกีฬาที่มีจำนวนมาก นักท่องเที่ยวจะใช้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทาง 2-7 วัน และค้นหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับภัทรา เวชสุวรรณ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจังหวัดชลบุรี สำหรับนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่น ซี กลุ่มประเทศยุโรปและกลุ่มประเทศอเมริกา พบว่า การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว คือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อนหย่อนใจกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เดินทางมาชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและชมการแข่งขันกีฬา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่พักที่พักราคาที่เป็นโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเลือกที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล โดยเลือกที่พักที่เดินทางสะดวกซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยจิตใจ นักท่องเที่ยว วรวิทย์ สุวัฒน์ ณ เขมรรัฐ และคณะ (2557) ซึ่งกล่าวไว้ว่าความสะดวกในการเข้าถึงมีความสะดวกสบาย มีความปลอดภัยและรวดเร็ว โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืน และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ ผลการวิจัยพบว่าระดับความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อันดับแรกคือด้านอาหารและเครื่องดื่ม

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ซึ่งมีการจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย และมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่าง

เท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556 : 257) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวประเภทเพื่อความสนใจพิเศษ ที่มุ่งเน้นความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียด พัฒนาการด้านอารมณ์ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มพูนประสบการณ์ ความประทับใจ ความภาคภูมิใจ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเพราะกิจกรรมทางการกีฬา สามารถลดความเครียด ความวิตกกังวล และยังเป็นกิจกรรมที่สามารถพัฒนาได้ทุกเพศ ทุกวัย ในส่วนระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) ซึ่งการอัปเดตข้อมูลตลอดเวลาและการประชาสัมพันธ์ข่าวสารมีระดับความพึงพอใจอยู่ในอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับ (Goeldner and Ritchies, 2012: 9) และ (Middketon and Clarke, 2001: 124-127) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวในเรื่องของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต้องมีความสะดวก รวดเร็วและความสะดวกสบายในการเข้าถึงในส่วนของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) พบว่าความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม กับการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว มาเป็นอันดับแรก ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) และ (วิวัฒน์ชัย บุญยศศักดิ์, 2529, 40-42) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มและการให้บริการของพนักงานต้องเพียงพอต่อการให้บริการ ในส่วนของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยความต่อเนื่องของการจัดการแข่งขันกีฬาอย่างสม่ำเสมอเป็นอันดับแรก และในส่วนของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) โดยมีการให้บริการป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED

4. การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ พบว่า ในภาพรวมลักษณะประชากรศาสตร์ของแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลอาชีพชาวไทย ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่มีความสัมพันธ์กัน และสอดคล้องกับ อมรรรัตน์ พันพโยชน์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในเมืองกีฬา จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่แตกต่างกัน

5. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการวิเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การจัดการด้านกลยุทธ์ (Strategy) ดำเนินการโดยการกำหนดนโยบายในการจัดกิจกรรม ประเมินผลการจัดกิจกรรมและนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการจัดกิจกรรม กำหนดหลักเกณฑ์ในการเข้าชมพร้อมทั้งคู่มือในการเข้าชมการแข่งขันควบคู่กับคู่มือการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ กรรณิการ์ เทพพงษ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน ณ ศูนย์ศึกษาระรรมชาติและท่องเที่ยวเชิงนิเวศเจ็ดคต-โป่งก้อนเส้า จังหวัดสระบุรี พบว่า มีการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และประเมินผลการจัดกิจกรรมและนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป ออกกฎระเบียบ และข้อควรปฏิบัติ ข้อห้ามปฏิบัติให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม กำหนดนโยบายจัดการขยะ จุดทิ้งขยะ จุดคัดแยกขยะ การนำขยะมารีไซเคิล หรือนำมาแปรรูปเป็นสินค้าของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบที่เป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว (ธรรมศักดิ์ โจรนสุนทร, 2542, 43-44) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานต้องพิจารณาถึงการ บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะ ตลอดจนระบบการสื่อสาร โทรคมนาคม นโยบายการควบคุมบำบัดน้ำเสียเพื่อนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ รวมถึงการใช้พลังงาน แสงอาทิตย์ มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับประชาชนในพื้นที่โดยนำสินค้าของท้องถิ่นเข้ามา จำหน่ายในพื้นที่ และประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ต่อยอด สินค้ายกระดับสินค้าของชุมชน แต่ยังคงรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยวต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของ ประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยวต้องยอมรับ ให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน กำหนดนโยบายในการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ลดมลภาวะ ทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ โดยการกำหนดโครงสร้างในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ เพื่อหารูปแบบแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อให้ได้มาตรฐาน แบ่งหน้าที่การดำเนินงานและความรับผิดชอบตามสายงาน สนับสนุนให้บุคลากรของแต่ละหน่วยงาน เข้าร่วมกิจกรรมและให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Erick T. Byrd (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและบทบาทหน้าที่ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการและการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กำหนดโครงสร้างการจ้างงานโดยเน้นจ้างคนไทย วางโครงสร้างการจัดการแข่งขัน ขั้นตอนการแข่งขัน การแบ่งโซนการเข้าชม รวมถึงการวางโครงสร้างการให้บริการ มีการยกระดับการให้บริการของโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายในการจัดสรรงบประมาณในการจัดกิจกรรมมีการวางแผนการใช้จ่ายงบประมาณครอบคลุมทุกกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความสอดคล้องกับ Adhikary (1995) ได้กล่าวถึงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในด้านของระบบการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติงาน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่นๆ ทุกระบบต้องมีการประสานงานกันเพื่อความร่วมมือและความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอนและยังสอดคล้องกับ Peter and Waterman (1982) ที่กล่าวถึงประสิทธิภาพขององค์การในด้านระบบ ซึ่งหมายถึง ระเบียบวิธี กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการขององค์การ โดยที่ระบบจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานการประสานงานภายในองค์การความเกี่ยวข้องเพื่อหมุนระหว่างกลยุทธ์ และโครงสร้างขององค์การ นอกจากนี้มีกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดพื้นที่การแข่งขัน การจัดที่พักสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม การกำหนดเส้นทางรถรับ-ส่ง การประชาสัมพันธ์ การให้บริการรถโดยสารสาธารณะ การจัดระบบการเข้า-ออกของพื้นที่ เพื่อลดความแออัด ลดมลภาวะทางเสียง และทางอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับ The World Commission On Environment And Development (พัชรีนทร์ สิริสุนทร, 2556 : 398-399) ได้ให้แนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ที่สนใจผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งป่าไม้ ดิน และแหล่งน้ำ สามารถช่วยลดมลภาวะทางเสียง และมลภาวะทางอากาศ การจัดระบบการใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงานไฟฟ้า และมีการจัดระบบการประเมินการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขัน และนักท่องเที่ยว

การจัดการด้านสถานที่ (Attractive) มีการจัดเตรียมความพร้อมในการจัดการแข่งขัน โดยเชิญหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่หน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมประชุม เพื่อจัดเตรียมการแข่งขัน กำหนดรูปแบบของกิจกรรม นำข้อมูลจากครั้งที่ผ่านมานำมาแก้ไขและปรับปรุงในครั้งปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ที่ได้มีการกำหนดพื้นที่ของการจัดกิจกรรมให้เกิดความเชื่อมโยงของรูปแบบการแข่งขันกีฬา มีการจัดทำป้ายสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางตามพื้นที่ในแต่ละจุดของพื้นที่จัดการแข่งขัน และตารางของการจัดการแข่งขัน มีการกำหนดโซนที่นั่ง มีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการใช้บริการของผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการห้องสุขา การให้บริการที่ทิ้งขยะ การคัดแยกขยะ มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีเส้นทางหนีไฟ มีระบบสัญญาณเตือนเมื่อเกิดเหตุ นอกจากนี้จัดให้มีที่นั่งพักคอย ห้องน้ำ ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์สาธารณะ รถสุขาเคลื่อนที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Buhalis (2000) ได้กล่าวถึง สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว หากพบปัญหาหรือไม่สามารถใช้งานได้สามารถดำเนินการซ่อมแซมได้อย่างทันท่วงที มีตรวจเช็คระบบบำบัดน้ำ มีการจัดเตรียมหรือทดสอบสถานที่ในการจัดการแข่งขัน มีการจัดการสถานที่เพื่อลดความความเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ

นุชปวีณ์ ลิขิตศรีนัย (2562) ได้กล่าวถึงวิธีการในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบหรือส่งผลกระทบต่อทรัพยากรนั้นๆ หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องมีมาตรการในการฟื้นฟูให้เร็วที่สุด มีการจัดการสถานที่เพื่อความปลอดภัยของสถานที่ จัดให้มีกล้องวงจรปิดในสนามทุกมุมของสนาม มีการจัดลิฟท์สำหรับผู้พิการ จัดให้มีทีมแพทย์ เครื่องกระตุ้นหัวใจ มีรถปั่นไฟฟ้าเคลื่อนที่ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจ อาสาสมัครรักษาความปลอดภัย ทหาร เจ้าหน้าที่จากสาธารณสุข จังหวัดบุรีรัมย์ สำรวจเส้นทางหลักและเส้นทางสำรองที่เป็นสถานที่ในการจัดการแข่งขันหากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินสามารถใช้เส้นทางสำรองที่ได้สำรวจไว้ และมีการฝึกซ้อมเส้นทางก่อนจัดการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ทุกคนมีความเข้าใจระบบการทำงาน เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน เจ้าหน้าที่วิทยุสื่อสารในการให้ข้อมูลและแจ้งข้อมูลตลอดเวลา สอดคล้องกับ David J SHonk (2006) สถานที่จัดการแข่งขัน ต้องมีการคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย เพื่อช่วยลดเวลา ลดระยะทาง และค่าใช้จ่าย สถานที่ที่จัดการแข่งขันมีการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการแข่งขันและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ และเพียงพอต่อการใช้งานของนักแข่ง มีการเตรียมความพร้อมของรถพยาบาล รถสไลด์ เพื่อให้ทันช่วงที่ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ มีเจ้าหน้าที่ประจำสนามที่ทำหน้าที่ในการเก็บกู้ซากชิ้นส่วนของรถ และช่วยเหลือนักแข่ง ซึ่งสอดคล้องกับ นรินทร์ หลิมไพโรจน์ (2554) ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องมีมาตรฐานของสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีการแจ้งวิธีการใช้งานของอุปกรณ์ต่างๆ มีการดำเนินการวางแผนร่วมกันก่อนจัดการแข่งขัน ในการแข่งขันแต่ละรายการต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้าง มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ สถานที่จัดการแข่งขันจัดให้มีเจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันในการใช้อุปกรณ์กีฬา และรับฟังข้อควรปฏิบัติ ข้อห้ามต่างๆ การกำหนดใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นข้อปฏิบัติตามมาตรฐานสากล จัดให้มีการดูแลตรวจสอบซ่อมบำรุง หากเกิดอุบัติเหตุในสนามจัดให้เจ้าหน้าที่ประจำสนามทำหน้าที่ในการเก็บกู้ชิ้นส่วนทันทีเพื่อให้สามารถดำเนินการแข่งขันต่อไปได้ โดยจัดให้มีกล้องตรวจเช็คและตรวจสอบว่ามีชิ้นส่วนอะไรที่ต้องเก็บกู้หรือไม่ ต้องนำออกไปทันทีหากเก็บกู้ไม่หมดอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในรอบต่อไป ได้ และเมื่อจบการแข่งขันเจ้าหน้าที่ดำเนินการซ่อมแซมในส่วนที่เสียหาย ให้สามารถใช้งานได้เต็มรูปแบบพร้อมที่จะทำการแข่งขันในรอบต่อไป

การจัดการด้านบุคลากร (Personel) จัดให้มีการส่งเสริมและสร้างการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่โดยการจัดอบรมการให้บริการแก่เจ้าหน้าที่ เช่น จัดอบรมการให้ข้อมูลการแข่งขัน จัดอบรมการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว อบรมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และอบรมในสาขาวิชาชีพเฉพาะของเจ้าหน้าที่เฉพาะวิชาชีพ รวมถึงอบรมให้กับอาสาสมัครนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 9-10) ได้กล่าวไว้ว่าการที่บุคลากรในท้องถิ่นได้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อจะช่วยยกระดับของบริการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น ประชาชนในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนางานวางแผนผังการทำงาน เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในพื้นที่โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความสามารถเฉพาะด้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม เช่น นวดเพื่อการกีฬา

(Sport Massage) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาคิน คำศรี (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผามวยไทย เมืองกีฬาจังหวัดชลบุรี ซึ่งพบว่า องค์ประกอบรูปแบบธุรกิจที่เหมาะสม คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้จัดการแข่งขัน หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนในพื้นที่ร่วมกันจัดทำหลักสูตร เพื่อเพิ่มทักษะการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เช่น หลักสูตรของอาสาสมัคร ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และหลักสูตรเฉพาะ เช่น การดับเพลิง การสาธารณสุข นอกจากนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ได้แสดงความรู้ความสามารถในการจัดกิจกรรม เช่น การจัดสแตนเชียร์และกองเชียร์ โดยนำวัสดุในพื้นที่มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ออกแบบตามวิถีชีวิตของชุมชน สนับสนุนให้นำวัฒนธรรมพื้นบ้านมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์และเพิ่มทักษะการใช้ภาษาท้องถิ่น และการทำอาหารท้องถิ่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Fennell (1999 : 31) ได้ให้แนวความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่าการท่องเที่ยวต้องกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องเคารพในวัฒนธรรมของท้องถิ่น และกระทบต่อวัฒนธรรมดังกล่าวน้อยที่สุด การท่องเที่ยวต้องยอมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์มากที่สุด นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

การจัดการด้านประชาสัมพันธ์ (Public Relation) กำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ทราบข่าวข้อมูลการจัดการแข่งขัน สนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคีเครือข่ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขันควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และจัดทำเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) ได้กล่าวไว้ว่าการจัดทำสื่อในการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวควรจัดการประชาสัมพันธ์ที่มีภาษาที่หลากหลาย อย่างน้อยภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นอกจากนี้สนับสนุนการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ของการจัดการแข่งขันรวมถึงป้ายรถโดยสารสาธารณะ สถานีขนส่งรถโดยสารสาธารณะ สถานีรถไฟและท่าอากาศยาน ผลักดันและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนแบ่งปันวิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์เพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เรียนรู้และสัมผัส เช่น การนำภาษาท้องถิ่นมาใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์และฝึกพูดภาษาท้องถิ่น เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้วัตถุดิบในพื้นที่ ส่งเสริมการใช้ผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จริงและสัมผัสผ่านทางคู่มือการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (สัคคยศ สังขพันธ์, 2563) ได้กล่าวไว้ว่า ให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจและทักษะในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้เรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกันและยังกล่าวอีกว่าให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับความรู้เกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาและจัดการด้านบริการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ประทับใจ อันจะทำให้ได้มาซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว และยังกล่าวถึงหน่วยงานภาครัฐว่าให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจ



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

เพิ่มเติมเพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันจะก่อให้เกิดสามารถนำความรู้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น มีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของการจัดการแข่งขันในแต่ละปี โดยรูปแบบของการจัดการแข่งขันก็หากำหนดให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ ได้แสดงความคิดเห็นในการสร้างรูปแบบการจัดการแข่งขัน สนับสนุนและส่งเสริมประชาชนในพื้นที่ แสดงออกในการมีส่วนร่วมโดยการแสดงออกทางสัญลักษณ์ สนับสนุนให้มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสนุกและพักผ่อนตามวิถีชีวิตของชุมชน ช่วยกันวางแผน และทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ สอดคล้องกับ วีระศักดิ์ แก้วทรัพย์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษา รูปแบบการจัดกิจกรรมเรือพายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งพบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในการในการดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการนำไปปฏิบัติ และด้านการควบคุม ซึ่งจะทำให้ชุมชนร่วมกันแก้ไขปัญหาและกำหนดทิศทางของชุมชนร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน

การจัดการด้านความยั่งยืน (Sustainable) ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาทุกกิจกรรม ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ มีการกำหนดหน้าที่การทำงานของแต่ละหน่วยงานให้สอดคล้องกับภารกิจหลักของหน่วยงานนั้นๆ มีการเชิญหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายเข้าร่วมประชุมเพื่อปรึกษาหารือวางแผน หรือรูปแบบในการจัดกิจกรรม เพื่อให้ทุกหน่วยงานได้เข้าใจและสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องมีการปรึกษาหารือกับทุกภาคส่วน รวมถึงประชาชนในพื้นที่ให้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม และควรให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการจัดกิจกรรมลักษณะของการดำเนินการเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับประชาชนพื้นที่ให้มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของคนในชุมชน มีการส่งเสริมให้นำวัสดุของชุมชนมาสร้างสรรค์การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และให้ชุมชนได้นำเสนอขายสินค้าของชุมชนและส่งเสริมชุมชนในการออกแบบและต่อยอดสินค้าของชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพและยกระดับสินค้าของชุมชนแต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อความยั่งยืนแห่งวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ สักคยศ สังขพันธ์ (2563) ได้กล่าวถึงการนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนมาออกแบบและต่อยอดเพื่อความยั่งยืนให้กับประชาชนในพื้นที่ รวมถึงการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าของที่ดี และการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน การดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ ควรมีการจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวและในส่วนของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ผู้จัดการแข่งขันควรออกกฎระเบียบและข้อปฏิบัติให้ผู้เข้าร่วมแข่งขันหรือนักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติ เพื่อการบริหารจัดการและการดูแลในทุกๆพื้นที่ของการจัดการแข่งขัน ผู้จัดการแข่งขันกีฬาควรคำนึงถึงการรักษาวัฒนธรรม การนำภาษามาใช้ในการประชาสัมพันธ์หรือใช้ในการสื่อสารหรือการให้ข้อมูล หรือนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชน วิถีชีวิตของคนบุรีรัมย์ ทานอาหารพื้นบ้านโดยใช้



682156326

MSU-IThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

วัตถุประสงค์ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ และฝึกพูดภาษาที่เป็นภาษาท้องถิ่น และยังส่งเสริมให้นำสายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564) ได้กล่าวไว้ว่า ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม ตระหนักต่อมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งที่สำคัญในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่และสนามที่จัดการแข่งขันก็ได้จัดทำคู่มือของสนาม เพื่อให้ศึกษาและเข้าใจการใช้งาน และเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมความเป็นคนบุรีรัมย์ของจังหวัดบุรีรัมย์ การจัดการน้ำในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มีระบบการนำน้ำกลับมาใช้หมุนเวียนมีถึงบำบัดน้ำ ถึงพักน้ำ มีการกรองน้ำ มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ มีการจัดการขยะ การคัดแยกขยะจัดพื้นที่ในการแข่งขันขับซิ่งมอเตอร์ไซค์ ให้กับเยาวชนในพื้นที่เพื่อลดมลภาวะทางเสียงให้กับประชาชนในพื้นที่ การจัดการขนส่งให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ ในการขนส่งผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้เข้าชมการแข่งขันหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการลดการแออัดของรถยนต์ในการเข้ามาในพื้นที่และยังเป็นการลดมลภาวะทางเสียง และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (2549) ได้กล่าวถึงการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อป้องกันปัญหาความแออัด ขยะมูลฝอย ตกค้าง เสียงรบกวน มลภาวะของพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1.2 ผู้จัดการแข่งขันกีฬาสามารถนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

1.3 จากการศึกษาไม่พบข้อมูลการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานหากมีการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานจะสามารถเป็นการเตรียมความพร้อมในการสร้างบุคลากรเพื่อให้มีประสิทธิภาพและสามารถทำงานได้เมื่อหลังจบการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 จังหวัดที่จัดการแข่งขันกีฬาและต้องการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดสามารถนำรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนในจังหวัดนั้นๆ

2.2 จากการศึกษาควรจัดเส้นทางการแข่งขันกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์เชื่อมโยงไปยังจังหวัดใกล้เคียง

2.3 จากการศึกษาในการจัดการแข่งขันควรสร้างเครือข่ายในระดับจังหวัดกับจังหวัดเพื่อกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวและลดการแออัดของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

2.4 จากการศึกษาการแข่งขันบุรีรัมย์มาราธอนเป็นการแข่งขันช่วงกลางคืน อาจเพิ่มการจัดการแข่งขันในช่วงกลางวันเพื่อเพิ่มตัวเลือกในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยว

2.5 จากการศึกษาการจัดการแข่งขันกีฬาในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันในระดับนานาชาติ แต่ท่าอากาศยานบุรีรัมย์ให้บริการเฉพาะสายการบินในประเทศ ซึ่งหากเปิดเป็นท่าอากาศยานนานาชาติอาจเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

2.6 จากการศึกษาควรมีการขยายพื้นที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาไปยังพื้นที่ต่างอำเภอของจังหวัดบุรีรัมย์ อาจจะสร้างความตื่นตัวในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

3.1 นักวิชาการ นักเรียน นิสิต นักศึกษา สามารถนำผลการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์มาเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา

3.2 นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้ที่สนใจ สามารถนำผลการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

4. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

4.1 ควรศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับสุขภาพให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์

4.2 ควรศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน เพื่อนำมาใช้ในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4.3 ควรศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องจากการจัดการแข่งขันเป็นการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติมีนักแข่งขันต่างชาติเข้าร่วมการแข่งขันเป็นจำนวนมาก รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

4.4 ควรศึกษาถึงรูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเมื่อเกิดสถานการณ์ฉุกเฉินในระหว่างการจัดการแข่งขัน เพราะในการจัดการแข่งขันกีฬาทางผู้จัดการแข่งขันได้วางแผนในการจัดการภายในสนามแข่งขันอย่างชัดเจน ควรเพิ่มภายนอกสนามด้วย

4.5 ควรศึกษาถึงการบริหารจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อผู้สูงอายุ เพราะประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุควรมีการบริหารจัดการที่รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย

5. ข้อจำกัด

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ทำให้สามารถทำการศึกษาได้เพียง 3 แห่ง

บรรณานุกรม

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14
682156326

- กมลวรรณ กาญจนกิตติ. (2545). ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564a). จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ รายเดือน ปี 2558-2563P. กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564b). การท่องเที่ยวเชิงกีฬา กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564). กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564b). แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564c). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ 2 ฉบับที่ 1/2564. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564d). สถิติด้านการท่องเที่ยวปี2563. ค้นวันที่ 9 กันยายน 2564 จาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=594
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564e). รูปแบบและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2564). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2564 แหล่งที่มา : http://www.la.ubu.ac.th/thai/Web_Stu/Data/Meditation_Tour/index.html.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2564 แหล่งที่มา : http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf.
- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 18, 10-25.
- กุลพิชญ์ โภโคยอุดม. (2557). The Emergence of Sport Event Tourism Destination in Buriram. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 15(3), 1-8.
- จันทร์จิรา สุขบรรจง. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนามมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- จूरูพร จันทรวงศ์. (2550). ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อบริการ ณ ท่าอากาศยานตราด.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของวัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต:
มหาวิทยาลัยบูรพา
- ฉัตรมงคล จันทราทิพย์. (2552). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดสงขลา.
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์
สิ่งแวดล้อม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชวัลนุช อุทยา. (2564). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2564. จาก
<http://www.touristbehaviour.worldpress.com>
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). รายงานการวิจัย รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำว่าง.
กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ชุดโครงการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน.
- ฐิติพร คูวัฒนสุชาติ. (2544). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้า
ศึกษาเฉพาะ กรณีบริษัท พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด.
ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาสังคม: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐชิตา โรจนประศาสน์, วิภาวรรณ ดินนังวัฒนะ และประเสริฐ ทองหนู้ย. (2558). ความยั่งยืน
ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชายฝั่ง จังหวัดตรัง. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม), 36,
60-73.
- ดวงรัตน์ เรื่องศิลป์โล. (2542). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย :
ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาปากน้ำ. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต. (การบริหารองค์การ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- दनัย เทียนพุ่ม. (2543). การบริหารทรัพยากรบุคคลสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร : ดี เอ็น ที
คอนซัลแตนท์.
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวภาคเกษตร: กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบล
โป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการท่องเที่ยวและบริการ. กรุงเทพฯ :
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ. กรุงเทพฯ:
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานประจำปี 2561. กรุงเทพฯ:
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย.

- ธนัชชา ฤทธิเดช. (2558). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน พิมพ์ครั้งที่ 1. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นปภา พิสิฐมุกดา. (2551). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าบุคคลของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน) และธนาคารวิทีแบงก์ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นลวัชร ขุนลา. (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นฤมล สมิตินันท์. (2527). การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชปวีณ์ ลิขิตศรีนัย. (2562). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพิจิตร. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2562).
- นรินทร์ หลิมไพโรจน์. (2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548b). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด
- ปรางทิพย์ ยุวานนท์. (2561). การศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. วารสารร่วมพฤษภ ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2561 : มหาวิทยาลัยเกริก
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดนและบ้านโตนป่าหน้น อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล. สุทธิปริทัศน์, 27(83), 97-102.
- ประภัสสร มีน้อย. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีรกิตต์ มิตรารัตน์. (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ของผู้รับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช: นนทบุรี.
- เพ็ญญา เฉิดรัมย์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนอีสานล้านนา บ้านใหม่ราษฎร์บำรุง อำเภอดอกคำใต้ จังหวัดพะเยา. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว: มหาวิทยาลัยพะเยา
- มาศศุภา นิมบุญจาซ. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสนหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2548). จิตวิทยาการบริการ (หน่วยที่ 1-7). พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2551). วิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์ดีจำกัด.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณ วังวานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รวินท์ สุวัฒน์ ณ เขมรัฐและคณะ. (2547). รายงานฉบับสมบูรณ์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. สำนักประสานงานการ พัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิวัฒน์ชัย บุญศักดิ์. (2529). ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม.
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วีระศักดิ์ แก้วทรัพย์. (2561). รูปแบบการจัดกิจกรรมเรือพายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และความเข้มแข็งของชุมชน. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา : มหาวิทยาลัยบูรพา
- วันทนี ศรีนวล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์. (ม.บ.ป.). กีฬากับการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก
lib.dtc.ac.th/article/tourism/0031.pdf
- ศิริชัย กาญจนวาสี, สุวิมล ตีรกานันท์, และศิริเดช สุชีวะ. (2543). การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS สำหรับ งานวิจัย : การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2556). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย
- ศิริภรณ์ ภิญโญชูโต. (2549). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยความร่วมมือขององค์กรท้องถิ่นและชุมชนบ้านช่วงบุก ตำบลห้วยไร่ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: ม.ป.พ.
- ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย. (2549) แนวทางการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ปทุมธานี: ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สนธยา คงฤทธิ. (2547). ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมพร คารัมย์. (2560). ฮักบุรีรัมย์. ฉบับที่ 15 ประจำเดือนมีนาคม – เมษายน 2560. พิมพ์ครั้งที่ 1. นิตยสาร ฮักบุรีรัมย์ : เรวัตการพิมพ์
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากหนังสือและนิตยสารต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2564, จาก http://www.thailandtourismcouncil.org/btcot/01_tctnews/popup.php?id=96
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2561a). ข้อมูลจังหวัดบุรีรัมย์, บทสรุปผู้บริหาร. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด : จังหวัดบุรีรัมย์
- สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2561b). แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (ปี 2561-2561) จังหวัดบุรีรัมย์. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด : จังหวัดบุรีรัมย์

- สัคคยศ สังขพันธ์. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวกีฬาตามแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา : มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุกัญญา เจริญศรี. (2552). การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันหลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (Tsunami) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุธิ เสริฐศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโค่น อำเภอมืองจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริหารและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริพร อิมหุ่่น. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาผจญภัย. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา : มหาวิทยาลัยบูรพา
- อรรวรรณ เมฆทัศน์. (2543). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรจนา จันทรประยูร. (2555). ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อมรรัตน์ พันพยัคฆ์. (2564). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวในเมืองกีฬา จังหวัดชลบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ : มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี.
- อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา คณะวิทยาศาสตร์ : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัปสร โพธิ์ทอง. (2559). การพัฒนาคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานกรุงเทพ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยบูรพา
- อัมรินทร์ สุขเกษม. (2562). การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว : มหาวิทยาลัยพะเยา
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Adhikary, M. (1995). Management of ecotourism. Bangkok: Srinakarinwirot University.
- Apple White, P. B. (1965). Organization Behavior. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Balaska, P., & Kouthouris, C. (2014). Promoting Sport Participation in Greece: Issues And Challenges 13(d): 63-84.
- Best, John W. (1977). Research in Education. (3rd ed). Englewod cliffs: N.J.: Prentice-Hall inc.
- Bridges, F, J., & Roquemore, L. L. (2004). Management for athletic/ sport administration: Theory and practice (5th ed.) London: Educational Service for Management.
- Bourdeau, P. (2002). Adventure sports and tourism in the French mountains: dynamics of change and challenges for sustainable development. In: Current Issues in Tourism, 5(1), pp 22-32.
- Cambridge University. (1995). Cambridge International Dictionary of English. London: Computaprint.
- Cascante, B. & Luloff. (2010). Marie Goging Deutsch; Heritage tourism and identity in German. Texas. Ph.d., Haw.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika. 16. 297-334.
- Corbin, J., and Strauss, A. (2008). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Danaher, j. Peter and Vanesa Haddrell. (1996). “A comparison of Question Scales used for measuring Customer Satisfaction”. International Journal of Service Industry Management. MCB University, 7 : 4-26.
- Davis, Keith. (1967). Human Relations at Work. New York: McGraw-Hill.
- Erick T. Byrd. (2006). Stakeholders in Sustainable Tourism and their Roles: Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development. Tourism Reveies 62 (2). 6-13
- Fennell, David A. (1999). Ecotourism and introduction. Londin : Routledge.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. Sport Management Review, 1(1), 45-76

- Gibson, Heather J., Cynthia Willming, and Andrew Holdnak. (2003). "Small – Scale Event Sport tourism: fan as tourists". *Journal of Tourism Management*, 24, 181-190.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-Scale Event Sport Tourism: A Case Study in Sustainable Tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170.
- Glass, Gene, V., and Hopkins, Kenneth D. (1984). *Statistical Methods in Education and Psychology*. (2nd ed). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Goeldner, R. C., & Ritchie, B. J. (2012). *Tourism principles, philosophies* (20th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Good, Carter V. and Kappa, Phi Delta. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling Locals' Support. *Annals of Tourism Research* 33(3) : 603-623.
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London: Belhaven Oress.
- Hall, C. M. (1992b). Adventure, sport and health tourism. In W. B. & C. M. Hall (Eds.), *Specail Interest Tourism* (pp. 141-158). London: Belhaven Press.
- Hinch, T., & Higham, J. (2004). *Sport tourism development*. New York: Multilingual Matters.
- Hinch, T., & Higham, J. (2005). Sport Tpurism and authenticity. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 245-258.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. *New York*, 63.
- Institute of Ecotourism. (2002). *Strategic Assessment of the Impact on the Environment and Tourism*. Bangkok: Institute of Ecotourism Srinakarinwirot University.
- Josee and Ruyter. (1999). Customer loyalty in high and low involvement service settings: The moderating impact of positive emotions (Online). <http://arno.uninaas.nl/show.cgi?fid=3237>, September 26, 2021.

- Leiper, N. (1990). Tourism attraction systems. *Annals of Tourism Research*. 17(3), 367-384
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30, 607-610.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: The Millennium edition*. *Marketing Management*, 23(6), 188-193.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management*. 9th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Kostas, A.; & Kyriaki, K. (2014). Marketing Sport Event Tourism: Sport Tourist Behaviors and Destination Provisions. *Sport Marketing Quarterly*. 23 (September): 125-126.
- Kunin, T. (1955). The construction of a new type of attitude measure 1. *Personnel psychology*, 8(1), 65-77.
- Maddox R. Neil. (1985). "Measuring Satisfaction with Tourism 1996". *Journal of Travel research*. Dalhousie University, 25: 2-5.
- Maier J., & Weber, W. (1993). *Sport tourism in local and regional planning (vol.2): Tourism Recreation Research*.
- Masteralexis, L. P., Barr, C. A., & Hums, M. A. (2005). *Principles and practice of sport management (2nd ed.)*. London: Jones and Barlett.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (2002). *Tourism: Principles, practices, philosophies (9th ed.)*. New York: John Wiley & Sons.
- McCormick, R. A. (1965). Notes on moral theology. *Theological Studies*, 26(4), 596.
- Morse, N. C. (1955). *Satisfaction in the white collar job*. Michigan: University of Michigan Press.
- Mullins, L. J. (1985). *Management and Organizational Behavior*. London: Pitman Company.
- Nicosia, F. M., & Mayer, R. N. (1976). Toward a sociology of consumption. *Journal of consumer research*, 3(2), 65-75.
- Organization of Eastern Carivvean States (OECS). (2012). *Sustainable Tourism*. Retrieved on 1 October 2021 from <https://www.oecs.org/en/>
- Page, S. J. (2009). *Tourism management (3rd ed.)*. New york: Elsevier.

- Pilt, B. (1999). Sports tourism and niche markets: Identification and analysis of the growing lesbian and gay sports tourism industry. *Journal of Vacation Marketing*, January, 5, 31-50.
- Robinson, T., & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: Revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 221-233.
- Ross, Stephen D. (2001) *Hospitality Leisure and tourism management*. Potchefstroom: Leisure Consultants and publications.
- Schmoll, G. A. (1977). 'Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity?' (E. Kelly ed.). *Domestic and International Tourism: Institute of Certificated Travel Agents*.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : Dowden Hutchison & Ross.
- Shonk, D. J. (2006). *Perceptions of service quality, Satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event*. (The Degree Doctor of Philosophy in the Graduate Schook), Ohio State University: Ohio State University.
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics.
- Swarbrooke, John. (1999). *Consumer Behavior in Tourism*. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Turco, D. M., Riley, R., Swart, K. R., (2002). *Sport Tourism Management: Fitness information Technology*.
- Weed, M., & Bull, C. (1997). Influences on sport tourism relations in Britain: The effects of government policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5-12.
- Weed, M. E. and Bull, C. (2004). *Sport Tourism: Participants, Policy and Providers*. Oxford: Elsevier. Westbrook, A. Robert. "A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction". *Journal of Marketing*, University of Arisona, 44:68.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioural Science*. London: Litton Educational.

- World Tourism Organization. (2001). Sustainable Development of Ecotourism
A Compilation of Good Practices. World Tourism Organization
- Yu, C.-C. (2010). Factors that influence international fans'intention to travel to the
united states for sport tourism. *Journal of sport and rourism*, 15, 111-137.
- Yüksel, A., & Yüksel, F. (2001). The expectancy-disconfirmation paradigm: a
critique. *Journal of hospitality & tourism research*, 25(2), 107-131.



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ภาคผนวก



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์



682156326

MSU :Thesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์



เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

บทสัมภาษณ์นี้ เป็นการสัมภาษณ์เพื่อถามถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปเพื่อประกอบการศึกษา ของ นายพีรณัฐ พัวเจริญ นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์

1. ชื่อและนามสกุลของผู้ให้การสัมภาษณ์.....
2. หน่วยงาน.....
3. ตำแหน่ง.....
4. วัน-เดือน-ปี ที่ให้ข้อมูล.....

ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์

1. ด้านความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Attraction)
 - 1.1 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬาสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพียงพอหรือไม่ และมีแผนในการเพิ่มหรือลดการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวหรือไม่ หากมีท่านวางแผนไว้อย่างไร
 - 1.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สถานที่พักผ่อน ห้องน้ำ อย่างไร
 - 1.3 หากมีการจัดการแข่งขันกีฬา (Sport Event) หรือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านคิดว่าสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา สามารถจัดการแข่งขันกีฬาได้กี่ชนิดมีอะไรบ้าง
 - 1.4 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มีการวางแผนผังและแบ่งสัดส่วนเป็นรูปแบบใด
 - 1.5 ท่านคิดว่าสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาควรเป็นอย่างไร
2. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment)
 - 2.1 สถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬามีอุปกรณ์กีฬาหรือเครื่องเล่นเพียงพอหรือไม่ และสามารถนำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างไร
 - 2.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีอุปกรณ์กีฬาหรือเครื่องเล่นอะไรบ้าง เพียงพอหรือไม่

- 2.3 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในการใช้อุปกรณ์กีฬาอย่างไร
- 2.4 อุปกรณ์กีฬาและเครื่องเล่นกีฬามีการตรวจสอบและซ่อมบำรุง ดูแลรักษาอย่างไร เพื่อสะดวกและพร้อมต่อการใช้งาน
3. ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel)
- 3.1 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกีฬาด้านใดบ้าง เพียงพอหรือไม่
- 3.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพียงพอหรือไม่
- 3.3 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬาจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในจุดใดบ้าง เพียงพอหรือไม่
- 3.4 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีบุคลากรที่มีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศจำนวนกี่คน และมีความเชี่ยวชาญในภาษาใดบ้าง
- 3.5 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Event จำนวนกี่ท่าน และเคยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอะไรบ้าง
4. ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive)
- 4.1 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างไร
- 4.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการวางแผนการดำเนินการกับเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชนในพื้นที่ อย่างไร (การวางแผน การดำเนินงาน การจัดการ การประเมินและการทดสอบ)
- 4.3 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบใดบ้าง และในแต่ละรูปแบบของการจัดกิจกรรม มีอะไรเป็นสื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว
- 4.4 ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรจัดในวันธรรมดาหรือวันหยุดสุดสัปดาห์
- 4.5 ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร
- 4.6 ท่านคิดว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาควรเป็นอย่างไรที่สามารถร่วมกันอนุรักษ์ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่
5. ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)
- 5.1 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดเตรียมระบบความปลอดภัยอย่างไร (เส้นทางหนีไฟ, เหตุฉุกเฉิน, เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย)
- 5.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง เช่น จุดนั่งพัก ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น
- 5.3 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และช่องทางการติดต่อสื่อสารอย่างไร (ป้าย สัญลักษณ์ต่างๆ, ตารางแสดงการแข่งขัน)



6. ด้านสถานที่ที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience)

6.1 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีระบบการขนส่งทาง (รถโดยสารสาธารณะ, แท็กซี่, วินมอเตอร์ไซด์) เพียงพอหรือไม่

6.2 สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดการกิจกรรมอะไรบ้างที่ให้นักในชุมชนมีส่วนร่วม

6.3 การจัดการกิจกรรมส่งเสริมและผลเสียต่อแผนงานหรือการจัดการอย่างไร (ชุมชน, สิ่งแวดล้อม

6.4 มีนโยบายใดบ้าง ที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

7. สุดท้ายนี้ ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือข้อเสนอนะ เกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างไรบ้าง



682156326

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ชุดที่.....



MAHARAKHAM
UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์ โดยข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลนี้ไว้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณท่านที่กรอกแบบสอบถามนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี () 2. 20- 29 ปี () 3. 30- 39 ปี
() 4. 40- 49 ปี () 5. 50- 59 ปี () 6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า () 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า
() 3. อนุปริญญาปวส. หรือเทียบเท่า () 4. ปริญญาตรี
() 5. ปริญญาโท () 6. ปริญญาเอก



4. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ
 () 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 () 5. ธุรกิจส่วนตัว () 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท () 2. 10,001 - 20,000 บาท
 () 3. 20,001 -30,000 บาท () 4. 30,001-40,000 บาท
 () 5. 40,001 -50,000 บาท () 6. 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์
 คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด

6. ก่อนหน้านี้ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ หรือไม่

- () 1. เคย () 2. ไม่เคย

7. วัตถุประสงค์ของการเดินทาง คือข้อใด

- () 1. เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา
 () 2. เข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา
 () 3. ต้องการสัมผัสบรรยากาศของสถานที่แข่งขันกีฬา
 () 4. อื่นๆ ระบุ.....

8. ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวท่านใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางกี่วัน

- () 1. 1 วัน หรือน้อยกว่า () 2. 2 - 7 วัน
 () 3. 8 - 14 วัน () 4. 15 วันขึ้นไป

9. ในการเดินทางแต่ละครั้งท่านเดินทางกับใคร

- () 1. คนเดียว () 2. ครอบครัว () 3. เพื่อน
 () 4. เพื่อนร่วมงาน () 5. คนรัก () 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยวิธีใด

- () 1. รถโดยสารประจำทาง () 2. รถยนต์ส่วนตัว () 3. รถเช่า (Car For Rent)
 () 4. เครื่องบินโดยสาร () 5. รถไฟ () 6. ตามที่บริษัทนำเที่ยวมีบริการ
 () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....



682156326

11. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---------------------------------------|--|
| () 1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว | () 2. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว |
| () 3. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว | () 4. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก |
| () 5. ตัดสินใจจากการแนะนำ หรือชักชวน | () 6. เคยเดินทางมาแล้วและประทับใจ |
| () 7. ชมการแข่งขันกีฬา | () 8. โปรโมชันทางการท่องเที่ยว |
| () 9. เสริมสร้างสุขภาพที่ดี | () 10. พักผ่อนคลายเครียดจากการทำงาน |
12. ท่านชอบป้ายสัญลักษณ์ที่แสดงภายในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาที่มีลักษณะอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| () 1. ตัวอักษรใหญ่ | () 2. ข้อความสื่อความหมายตรงประเด็น |
| () 3. ตั้งอยู่ในที่ที่เห็นได้ชัดเจน | () 4. มีการติดตั้งป้ายสม่ำเสมอ |
| () 5. ข้อความอ่านเข้าใจง่าย | () 6. มีภาษาท้องถิ่นและสากล |
| () 7. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
13. สิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้างที่ท่านต้องการใช้บริการระหว่างอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| () 1. จุดที่นั่งพักคอย | () 2. จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่มือถือ |
| () 3. จุดบริการตู้เอทีเอ็ม | () 4. จุดบริการอินเทอร์เน็ต ไวไฟ |
| () 5. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
14. ท่านเลือกเข้าห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยคำนึงถึงอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| () 1. ความสะอาด ถูกสุขลักษณะ | () 2. ลักษณะโปร่ง ระบายอากาศดี |
| () 3. สุขภัณฑ์ที่พร้อมใช้งาน | () 4. ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ หรือ คนพิการ |
| () 5. พนักงานทำความสะอาดให้บริการอยู่ใน | () 6. คำแนะนำการใช้งาน |
| () 7. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
15. ท่านเลือกใช้บริการที่พักประเภทใด
- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| () 1. โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล | () 2. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน |
| () 3. ที่พักของหน่วยงานราชการ | () 4. โฮมสเตย์ |
| () 5. อื่นๆ ระบุ..... | |
16. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | | |
|-------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| () 1. ความปลอดภัย | () 2. การเดินทางสะดวก | () 3. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว |
| () 4. การจัดตกแต่งสถานที่พัก | () 5. ราคาที่เหมาะสม | () 6. โปรโมชัน |
| () 7. มีห้องออกกำลังกาย | () 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |



17. จำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งจำนวนกี่คืน
- () 1. 1 คืน () 2. 2 คืน () 3. 3 คืน
- () 4. 4 คืน () 5. 5 คืน () 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....คืน
18. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านศึกษาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์
- () 1. หนังสือพิมพ์ () 2. โทรทัศน์
- () 3. อินเทอร์เน็ต () 4. แอปพลิเคชันบนมือถือ
- () 5. วิทยู () 6. โซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ค, ไลน์, ทวิตเตอร์)
- () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....
19. ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านมีค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุด
- () 1. ค่าเดินทาง () 2. ค่าที่พัก () 3. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
- () 4. ค่าของที่ระลึก () 5. ค่าบัตรเข้าชม () 6. ค่าสมัครเข้าแข่งขัน
- () 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....
20. ช่วงวันใด ที่ส่งผลให้ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด
- () 1. วันธรรมดา () 2. วันเสาร์-วันอาทิตย์ () 3. วันหยุดเทศกาล
- () 4. วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน () 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....
21. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ท่านกำหนดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อคนก็บาท
- () 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท () 2. 3,001 – 6,000 บาท
- () 3. 6,001 – 9,000 บาท () 4. 9,001 บาทขึ้นไป
22. หากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ท่านจะอย่างไร
- () 1. ยกเลิกการเดินทาง () 2. เลื่อนการเดินทาง () 3. เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง
- () 4. ขึ้นอยู่กับผู้จัด () 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....





ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด

ข้อ	ปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)						
23.	การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและ สนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย					
24.	การต้อนรับของเจ้าหน้าที่					
25.	ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม					
26.	การดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว					
27.	ความสุภาพในการให้บริการ					
28.	การให้บริการโดยเรียงลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง					
29.	พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจช่วยเหลืออย่างเสมอภาค					
30.	มีพนักงานทำความสะอาดอยู่ทุกจุดของแหล่งท่องเที่ยว					
31.	มีกิจกรรมที่รองรับทุกเพศทุกวัย					
32.	มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่างเท่า เทียมกัน					
33.	ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม					
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)						
34.	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ					
35.	พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา					
36.	การเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน					
37.	ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิง กีฬา					
38.	ความสะดวกในการเข้าถึงห้องปฐมพยาบาล					
39.	ตารางข้อมูลการแข่งขันอัปเดตตลอดเวลา					
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)						
40.	ความเพียงพอของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุด เดียว					



682156326

MSU iThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อ	ปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
41.	ความเพียงพอของพนักงานให้บริการ					
42.	ความเพียงพอของห้องสุขา ถูกสุขลักษณะ					
43.	ความเพียงพอของป้ายสัญลักษณ์					
44.	ความเพียงพอของอุปกรณ์กีฬา					
45.	ความเพียงพอของที่นั่งชม					
46.	ความเพียงพอของที่จอดรถ					
47.	ความเพียงพอต่อการจัดเก็บขยะ ถังขยะ					
48.	ความเพียงพอของโทรศัพท์สาธารณะ					
49.	ความเพียงพอของไฟส่องสว่าง					
50.	ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม					
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)						
51.	การให้บริการข้อมูลของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ					
52.	ขั้นตอนของการให้บริการมีความต่อเนื่อง					
53.	บรรยากาศของขั้นตอนการแข่งขันหรือสนามกีฬา					
54.	อุปกรณ์กีฬาครอบคลุมต่อการออกกำลังกาย					
55.	การไหลเวียนของการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว					
56.	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง					
57.	มีการจัดการแข่งขันกีฬาอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)						
58.	การให้บริการข้อมูลทั่วไป ข้อห้าม ข้อปฏิบัติล่วงหน้า ก่อนการเดินทางท่องเที่ยว					
59.	การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้ข้อมูลข่าวสาร					
60.	ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED					
61.	ระบบการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคมสะดวกสบาย/ สัญญาณ ที่อำนวยความสะดวกในการจับจ่าย					
62.	เอกลักษณ์ของสถานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตชุมชน					



682156326

ข้อ	ปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
63.	การผสมผสานระหว่างกิจกรรมการแข่งขันกับชุมชนในพื้นที่					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ท่านคิดว่าการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรเพิ่มเติมอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

จากการที่ท่านใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านคิดว่าการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมแล้วควรปรับปรุงอย่างไร หรือด้านใด

.....

.....

.....

.....

* ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ *



ภาคผนวก ข แบบสนทนากลุ่ม



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



แบบสนทนากลุ่ม

แบบสนทนากลุ่มนี้ เป็นการสนทนาเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นตามหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) ซึ่งเป็นเกณฑ์เวอร์ชัน 2.0 (v2.0) โดยประยุกต์ใช้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2030 ทั้ง 17 ข้อ (17 SDGs) โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน ด้านที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้

ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน มี 3 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 กรอบและโครงสร้างการจัดการ มี 3 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 ความรับผิดชอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีหน่วยงาน ส่วนงาน กลุ่ม หรือคณะกรรมการ ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะรับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานเพื่อสร้าง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

1.2 คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความ รับผิดชอบ การกำกับดูแล และความสามารถใน การลงมือปฏิบัติงาน เพื่อจัดการประเด็นด้าน สังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม

1.3 ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องได้รับงบประมาณที่เพียงพอ และมี ความสามารถในการทำงานกับหน่วยงาน หลากหลายรูปแบบได้

1.4 คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอในการ ทำงาน (รวมถึงจะต้องมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านการท่องเที่ยว) และปฏิบัติงานตามหลักการ ความยั่งยืน และความโปร่งใส

กิจกรรมที่ 2 ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและแผนปฏิบัติการ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดทำและใช้แผน ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวระยะยาว และมีแผนปฏิบัติการที่เหมาะสม โดยการจัดทำ แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการจะต้องดำเนินการผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และอยู่บนหลักการของความยั่งยืน รวมถึง จะต้องเปิดเผยให้สาธารณะชนรับทราบ



682156326

2.2 แผนยุทธศาสตร์ควรจะมีการระบุและการประเมินสินทรัพย์ด้านการท่องเที่ยวและ พิจารณาถึงประเด็นและความเสี่ยงด้านสังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

2.3 แผนยุทธศาสตร์ควรจะต้องเกี่ยวข้องกับมีอิทธิพล ต่อนโยบายและการทำงานในการพัฒนาความ ยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในภาพกว้างด้วย

กิจกรรมที่ 3 การติดตามและการรายงาน

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการสร้างระบบในการ ติดตามดูแล และตอบสนองประเด็นในเชิงเศรษฐกิจ-สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงตอบสนองต่อผลกระทบต่างๆ อันเกิดการ จากท่องเที่ยว

3.2 การดำเนินงานและผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ควรจะมีการกำกับดูแล ประเมิน และรายงานต่อ สาธารณะให้ทราบอยู่เสมอ ทั้งนี้ระบบการติดตาม จะต้องได้รับการทบทวนและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

เกณฑ์ที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การมีส่วนร่วมและการใช้มาตรฐานความยั่งยืนของผู้ประกอบการ

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการให้ข้อมูลกับ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องประเด็นด้านความยั่งยืนอยู่เสมอ รวมถึงส่งเสริมและ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นดำเนิน กิจการให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวควรจะสนับสนุนการนำเอา มาตรฐานความยั่งยืนมาใช้ โดยเฉพาะการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการนำมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Recognized มาใช้ และเข้าสู่ระบบการ รับรองมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Accredited ใน กรณีที่ผู้ประกอบการนั้นมีขีดความสามารถทำได้

1.3 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการเผยแพร่รายชื่อ ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน

กิจกรรมที่ 2 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของผู้อยู่อาศัย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการเปิดโอกาสและสนับสนุน ให้สาธารณะชนมีส่วนในการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

2.2 ความปรารถนา ข้อกังวล และความพึงพอใจ ชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรจะได้รับ การ ติดตามดูแล และรายงานให้สาธารณะทราบ พร้อมกับมีการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนอง ประเด็นนั้นๆ ของชุมชนท้องถิ่นอยู่เสมอ



682156326

2.3 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบที่จะเสริมสร้าง ความเข้าใจให้แก่คนในท้องถิ่นเกี่ยวกับโอกาส และความท้าทายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างขีดความสามารถของชุมชนในการ ตอบสนองต่อ โอกาสและความท้าทายนั้นๆ

กิจกรรมที่ 3 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบการติดตามดูแล และรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อ สาธารณะชนในเรื่องของคุณภาพและความ ยั่งยืนของประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว และ มีการ ตอบสนองหากจำเป็น

3.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลประเด็นด้าน ความยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับแนะนำ บทบาทของนักท่องเที่ยวที่สามารถมีส่วนกับ ความยั่งยืนของแหล่งเที่ยวนั้นได้อย่างไร

กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล

4.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการให้ข้อมูล ของแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวควรจะถูกจัดตรงตามที่กล่าวไว้จริง ไม่ว่าจะในเรื่อง ของผลิตภัณฑ์ การบริการและความยั่งยืน

4.2 ข้อความทางการตลาดและการสื่อสารอื่นๆ ควรจะสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งเที่ยวนั้น สะท้อนถึงการมุ่งไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงการ ปฏิบัติต่อคนในท้องถิ่น ต่อวัฒนธรรม และ ธรรมชาติด้วยความเคารพ

เกณฑ์ที่ 3 การจัดการแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การจัดการปริมาณนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบในการจัดการนักท่องเที่ยว โดยระบบนั้นควรจะมีการทบทวน ปรับปรุงอยู่เสมอ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินการติดตามดูแลและจัดการปริมาณของนักท่องเที่ยวและ ปริมาณของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการลด หรือเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวและปริมาณ ของ กิจกรรมการท่องเที่ยวหากมีความจำเป็น ตามความเหมาะสมของช่วงเวลาและสถานที่ ทั้งนี้ ควรจะศึกษา ความสมดุลระหว่างความ ต้องการของเศรษฐกิจ ชุมชน มรดกทาง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่อยู่ใน ท้องถิ่นด้วย

กิจกรรมที่ 2 กฎระเบียบในการวางแผนและการควบคุมการพัฒนา

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีแนวทาง กฎระเบียบ และ/หรือ นโยบาย การวางแผน ที่ควบคุมที่ตั้ง และลักษณะของการพัฒนา โดยมีการ ประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม- วัฒนธรรม และบูรณาการการใช้ ที่ดิน การออกแบบ การก่อสร้าง และการรื้อ ถอน อย่างยั่งยืน



2.2 กฎระเบียบควรจะนำไปใช้กับการ ดำเนินงาน รวมถึงการให้เช่าสิ่งหาทรัพย์สิน และ สัมปทานเพื่อการท่องเที่ยว แนวทาง กฎระเบียบและนโยบายต้องถูกสร้างขึ้นผ่านการมีส่วนร่วมของ ประชาชนและมีการสื่อสารและ บังคับใช้อย่างกว้างขวาง

กิจกรรมที่ 3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรระบุนโยบายความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของ สภาพ ภูมิอากาศ

3.2 กลยุทธ์การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศมีไว้เพื่อเป็นแนวทาง เพื่อการติดตั้ง การออกแบบ การพัฒนา และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

3.3 ข้อมูลการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของ สภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง และสภาพ ในอนาคตจะต้องมีการเผยแพร่สู่ผู้อยู่ อาศัย ภาคธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 4 การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการลดความเสี่ยง การจัดการ วิกฤตการณ์ และแผนรับมือเหตุฉุกเฉินที่ เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4.2 มีการสื่อสารข้อมูล/รายละเอียดที่สำคัญ ให้แก่ ผู้อยู่อาศัย นักท่องเที่ยว และสถาน ประกอบการ ต่างๆ

4.3 มีแผน/ขั้นตอนการรับมือ และทรัพยากรเพื่อ ดำเนินการตามแผนและมีการปรับปรุงเป็น ประจำ

งานที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ มี 2 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การนำผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาสู่ชุมชน มี 3 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การวัดผลของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการการท่องเที่ยว

1.1 มีการติดตามดูแลผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และรายงานให้สาธารณะทราบ

1.2 มีการใช้มาตรการผลสำเร็จที่เหมาะสม เช่น ระดับจำนวนของนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยว การจ้างงาน การลงทุน และ หลักฐานอื่นๆ ที่แสดงถึงการกระจายตัวของ ผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจ

กิจกรรมที่ 2 งานที่ดีและโอกาสทางอาชีพ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมและสนับสนุน โอกาสในการทำงานและการฝึกอบรมด้านการ ท่องเที่ยว



2.2 ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมุ่งมั่นที่จะให้ โอกาสที่เท่าเทียมกันสำหรับการจ้างงานคนในท้องถิ่น ให้การฝึกอบรมและความก้าวหน้าใน การทำงาน ให้สภาพแวดล้อมการทำงานที่ ปลอดภัยและมั่นคง และให้ค่าครองชีพที่ เหมาะสมแก่ทุกคน

กิจกรรมที่ 3 การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบสนับสนุนให้รายได้ จากการท่องเที่ยวหมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยการสนับสนุน ผู้ประกอบการท้องถิ่น ห่วงโซ่อุปทาน และการลงทุนอย่างยั่งยืน

3.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการสนับสนุนการพัฒนาและ การซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยั่งยืนบนฐานของหลักการการค้าที่เป็นธรรม และสะท้อนถึง เอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของ พื้นที่นั้น ซึ่งอาจจะครอบคลุมถึง อาหาร เครื่องดื่ม ศิลปะพื้นบ้าน หัตถกรรม การแสดง สินค้า การเกษตร และอื่นๆ

เกณฑ์ที่ 2 ผลกระทบต่อชุมชนและสวัสดิภาพของชุมชน มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การสนับสนุนชุมชน

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบที่เปิดโอกาสและ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และสาธารณชน สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและจัด กิจกรรมริเริ่มด้านความยั่งยืน อย่างมีความ รับผิดชอบ

กิจกรรมที่ 2 การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์ โดยมีขอบและการเลือกปฏิบัติ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามมาตรฐานด้าน สิทธิมนุษยชนในระดับนานาชาติ

2.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีกฎหมาย ข้อปฏิบัติ และ แนวทางในการปฏิบัติในการป้องกัน และรายงานถึงปัญหาด้านการค้ามนุษย์ การใช้ แรงงานเยี่ยงทาส และการค้าทาส และการ ค้าประเวณี หรือการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิ ชอบในรูปแบบอื่น การเลือกปฏิบัติและการ รังแก บุคคลใดๆ โดยเฉพาะ เด็ก วัยรุ่น ผู้หญิง กลุ่มเพศทางเลือก และชนกลุ่มน้อยอื่นๆ

2.3 กฎหมายและการข้อปฏิบัติจะต้องมีการ สื่อสารแก่สาธารณะและมีการบังคับใช้

กิจกรรมที่ 3 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิทางกฎหมาย

3.1 มีการจัดทำเอกสารและบังคับใช้กฎหมายและ ข้อบังคับเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิ ในการครอบครอง

3.2 กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องเคารพสิทธิ ชุมชนและชนพื้นเมือง และจะต้องมีการรับฟัง ความคิดเห็นจากสาธารณะด้วย

3.3 หากต้องมีการย้ายที่อยู่อาศัย ห้ามมิให้มีการ ดำเนินการโดยไม่แจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้า และจะต้องมีการชดเชยอย่างเป็นธรรม และ ตรงไปตรงมา



3.4 กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องปกป้อง สิทธิทางกฎหมาย และสิทธิในการเข้าถึง ทรัพยากรที่สำคัญ

กิจกรรมที่ 4 สวัสดิภาพและความปลอดภัย

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบเพื่อเฝ้าสังเกตการณ์ ป้องกัน และตอบสนองต่อประเด็นด้าน อาชญากรรม ความปลอดภัย และอันตรายต่อ สุขภาพ โดยต้องจัดการให้เหมาะสมกับความ ต้องการของ ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้คนในพื้นที่ และมีการรายงานต่อสาธารณชน

กิจกรรมที่ 5 การเข้าถึงการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล

5.1 สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และ การบริการ จะต้องเข้าถึงได้โดยคนทั้งมวล ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ทั้งในเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งคนทั้งมวลนั้นรวมถึงคนพิการ และ คนที่มีความต้องการความช่วยเหลือหรือเข้าถึงเป็นพิเศษ

5.2 ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่สามารถเข้าถึงได้ในทันที จะต้องมีการออกแบบและการแก้ไขปัญหาโดยคำนึงถึงความ กลมกลืนของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงควรจัดให้ มีที่ พักสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ในราคาที่สมเหตุสมผล

5.3 มีการให้ข้อมูลด้านการเข้าถึงของสถานที่ ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ ต่างๆ

เนที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม มี 2 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การปกป้องทรัพย์สินทางวัฒนธรรม

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีนโยบายและระบบเพื่อ ประเมินคุณค่า พื้นฟู และสงวนรักษาทรัพย์สิน ทาง วัฒนธรรมที่รวมถึงมรดกที่เป็นสิ่งปลูกสร้าง และภูมิทัศน์เชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมที่ 2 วัตถุทางวัฒนธรรม

2.1 แหล่งท่องเที่ยวมีกฎหมายที่เหมาะสมในการ ควบคุมการแลกเปลี่ยน การค้า การจัดแสดง หรือการให้ วัตถุทางประวัติศาสตร์และ โบราณคดี โดยมีการบังคับใช้จริง และมีการให้ ข้อมูลแก่ สาธารณชน รวมถึงการให้ข้อมูลแก่ ธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวด้วย

กิจกรรมที่ 3 มรดกที่จับต้องไม่ได้

3.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการสนับสนุนการยกย่อง และการปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้อง ไม่ได้ ซึ่งรวมถึง ประเพณีท้องถิ่น ศิลปะ เพลง ภาษา อาหาร และอัตลักษณ์และลักษณะเฉพาะของ ท้องถิ่นในมิติอื่นๆ



3.2 การนำเสนอ/แสดง การจำลอง และการสื่อ ความหมายของวัฒนธรรมและประเพณีที่ยังคง
 อยู่ นั้น จะต้องมี ความละเอียดอ่อน และให้ความ เคารพ และจะต้องให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับ
 ประโยชน์ ในขณะเดียวกันจะต้องมอบ ประสบการณ์ที่จริงแท้แก่นักท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ 4 การเข้าถึงวิถีปกติ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการติดตาม ปกป้อง และหาก ความจำเป็น ให้ดำเนินการฟื้นฟู หรือสร้าง
 การ เข้าถึงเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมได้ อีกครั้ง
 กิจกรรมที่ 5 ทรัพย์สินทางปัญญา

5.1 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการสร้างการมีส่วนร่วม ร่วมในการปกป้องและรักษาสิทธิในทรัพย์สิน
 ทางปัญญาของชุมชนและบุคคล

เกณฑ์ที่ 2 การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

1.1 แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบจัดการ นักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่ง ท่องเที่ยว
 ทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึง คุณลักษณะของพื้นที่ ชีตความสามารถในการ รองรับ และความอ่อนไหว
 เปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อน ตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบ
 เชิงลบที่ อาจเกิดขึ้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ
 เปราะบาง รวมถึงการเข้าชมการจัดแสดงทาง วัฒนธรรม โดยแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ
 ท่องเที่ยว และมีคู่มือก่อนถึง เวลาการเข้าชม

กิจกรรมที่ 2 การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว

2.1 มีการจัดเตรียมเนื้อหาการสื่อความหมายที่ ถูกต้องเพื่อให้ความรู้ในแง่มุมที่มีความสำคัญแก่นัก
 นักท่องเที่ยว ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิง ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

2.2 ข้อมูลที่ใช้สื่อความหมายมีความเหมาะสมใน เชิงวัฒนธรรม และจัดทำโดยการมีส่วนร่วมของ
 คนในชุมชน และสามารถสื่อสารด้วยภาษาที่ เหมาะสมชัดเจนทั้งกับนักท่องเที่ยวและกับผู้คน ในพื้นที่

ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มี 3 เกณฑ์

เกณฑ์ที่ 1 การอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มี 4 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 การปกป้องสิ่งแวดล้อมที่มีความเปราะบาง



682156326

1.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบเพื่อเฝ้าสังเกตการณ์ ประเมินและตอบสนองต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การสงวนรักษาระบบนิเวศ ถิ่นที่อยู่ และพันธุ์พืชหรือสัตว์ รวมถึงต้องป้องกัน การเริ่มต้นและการแพร่กระจายของสายพันธุ์ พืชหรือสัตว์ต่างถิ่น

กิจกรรมที่ 2 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบจัดการนักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยคำนึงถึง คุณลักษณะของพื้นที่ ชัดความสามารถในการรองรับและความอ่อนไหวเปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น

2.2 แหล่งท่องเที่ยวควรมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมจุดท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง โดยแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมีคฤหะศก ทั้งก่อน และ ณ เวลาเข้าชม

กิจกรรมที่ 3 การมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งมีชีวิตในป่า

3.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติ ตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายของชาติ และกฎหมายระหว่างประเทศ และมาตรฐานการมี ปฏิสัมพันธ์ดำเนินกิจกรรมกับสิ่งมีชีวิตในป่า

3.2 กิจกรรมที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่อย่างอิสระ จะต้องไม่มีการคุกคามและต้องมีการจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบไม่พึง ประสงค์ต่อสัตว์เหล่านั้น โดยคำนึงถึงการ ดำรงชีวิตและพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตในป่า

กิจกรรมที่ 4 การแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบจาก พืชหรือสัตว์และสวัสดิภาพสัตว์

4.1 แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบที่ทำให้มีการปฏิบัติ ตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายระดับประเทศ และกฎหมายระหว่างประเทศ รวมถึงมาตรฐาน ต่างๆ เพื่อรับรองว่าสัตว์จะมีสวัสดิภาพที่ดี และ มีการอนุรักษ์สายพันธุ์พืชและสัตว์ (สัตว์, พืช, และสิ่งมีชีวิตทั้งหมด) ซึ่งรวมถึงการเลี้ยงหรือ การจับ การซื้อขาย แลกเปลี่ยน การแสดง และการขายสิ่งมีชีวิตจากป่าและสินค้าที่ผลิตจาก พันธุ์พืชและสัตว์

4.2 ต้องไม่มีการได้มา การขยายพันธุ์ และการ กักขัง สัตว์ป่าชนิดใดๆ เว้นแต่ได้รับอนุญาต อย่างถูกต้อง รวมถึงอยู่ในการดูแลของบุคลากร ที่มีความพร้อม และอยู่ภายใต้การดำเนินการ ตามข้อกำหนดที่เหมาะสม

4.3 การจัดที่อยู่อาศัย การดูแล และการจัดการทั้ง สัตว์ป่าและสัตว์เลี้ยงทั้งหมดนั้น จะต้องให้เป็นไปตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์สูงสุด

เกณฑ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากร มี 3 กิจกรรม



กิจกรรมที่ 1 การอนุรักษ์พลังงาน

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่จะลดการใช้ พลังงาน ปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้ พลังงาน รวมถึงเพิ่มการใช้พลังงานทดแทน

1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการส่งเสริมให้ภาค ธุรกิจตรวจวัด ติดตามดูแล และลดการใช้ พลังงาน และมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อ สาธารณชน

กิจกรรมที่ 2 การจัดการน้ำ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวควรส่งเสริมให้ธุรกิจต่างๆ มี การตรวจวัด ติดตามดูแล และจัดการการใช้ น้ำ รวมถึงมีการรายงานต่อสาธารณชน

2.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการประเมินความเสี่ยง ด้านน้ำในแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำเป็น เอกสารเป็นลายลักษณ์อักษร

2.3 ในกรณีมีความเสี่ยงเรื่องน้ำสูง เป้าหมายของ การจัดการน้ำจะต้องกำหนดและกำกับภาค ธุรกิจเพื่อให้การใช้ น้ำของภาคท่องเที่ยวไม่ ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับความต้องการน้ำของ ชุมชนและ ระบบนิเวศในท้องถิ่น

กิจกรรมที่ 3 คุณภาพน้ำ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวมีการตรวจสอบคุณภาพน้ำดื่ม น้ำเพื่อนันทนาการ และทางนิเวศวิทยา โดย ใช้ มาตรฐานคุณภาพน้ำ

3.2 แหล่งท่องเที่ยวมีการรายงานผลต่อ สาธารณชน และมีระบบที่สามารถตอบสนองต่อ ปัญหา เกี่ยวกับคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นอย่าง ทันที

เกณฑ์ที่ 3 การจัดการของเสียและการปลดปล่อยมลพิษ มี 5 กิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 น้ำเสีย

1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและ มีการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวในเรื่อง ของ การตั้ง การดูแลรักษา และการทดสอบการ ระบายจากบ่อเกรอะ และจากระบบบำบัดน้ำเสีย

1.2 แหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความมั่นใจว่าน้ำเสีย เหล่านั้นจะได้รับการบำบัดและนำกลับมาใช้ หรือถูกปล่อยทิ้งอย่างปลอดภัยโดยไม่มี ผลกระทบเชิงลบกับคนและสิ่งแวดล้อมใน ท้องถิ่น

กิจกรรมที่ 2 ขยะมูลฝอย

2.1 แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการตรวจวัด และ รายงานปริมาณขยะที่เกิดขึ้น และมีการ ตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณขยะ



2.2 ขยะมูลฝอยได้รับการจัดการอย่างถูกต้องและ มีการลดการฝังกลบขยะด้วยการจัดให้มีระบบ คัดแยกและจัดเก็บขยะแบบแยกประเภทและมี ระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถแยก ขยะได้ อย่างมีประสิทธิภาพตามชนิดของขยะ

2.3 แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจ หลีกเลี่ยงการสร้างขยะ และให้มีการลดจำนวน ขยะ นำขยะกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิลขยะ ซึ่ง รวมถึงขยะที่เป็นเศษอาหารด้วย

2.4 มีการดำเนินการเพื่อกำจัดหรือลดการใช้วัสดุที่ ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้งโดยเฉพาะพลาสติก

2.5 ขยะที่เหลืออยู่ที่ไม่ได้นำมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล ต้องได้รับการกำจัดอย่างปลอดภัยและยั่งยืน

กิจกรรมที่ 3 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรเทาการเปลี่ยนแปลงของสภาพ ภูมิอากาศ

3.1 แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงดำเนินการและ รายงานผลตามนโยบายและการปฏิบัติงานใน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

3.2 ควรมีการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจต่างๆ มีการ ตรวจวัด ติดตามดูแล ลด หรือปล่อยก๊าซเรือน กระจกให้น้อยที่สุด จากทุกมิติของการดำเนิน ธุรกิจ (รวมถึงจากซัพพลายเออร์และผู้ให้บริการ ด้วย) และ มีการรายงานต่อสาธารณชน

3.3 ควรมีการสนับสนุนให้มีการชดเชย (offset) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ยังไม่สามารถลดได้

กิจกรรมที่ 4 การขนส่งที่มีผลกระทบต่อ

4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีเป้าหมายในการลดการปล่อย มลพิษจากการขนส่งในการเดินทางมายัง แหล่ง ท่องเที่ยว และภายในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 มีการเพิ่มการนำพาหนะและการขนส่ง สาธารณะที่ยั่งยืน และปล่อยมลพิษต่ำมาใช้งาน รวมถึงการเดินทางแบบใช้แรงตัวเอง (Active travel)

4.3 เช่นการเดินทางและปั่นจักรยาน) เพื่อให้ ภาคการท่องเที่ยวลดการปลดปล่อยมลพิษทาง อากาศ ลดความคับคั่งของการจราจร และลด การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ

กิจกรรมที่ 5 มลภาวะทางแสงและเสียง

5.1 แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับ ในการลดมลภาวะทางแสงและเสียง

5.2 แหล่งท่องเที่ยวมีส่งเสริมให้ภาคธุรกิจต่างๆ ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับนั้น

ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

1. ชื่อและนามสกุลของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม.....

2. หน่วยงาน.....



- 3. ตำแหน่ง.....
- 4. วัน-เดือน-ปี ที่ให้ข้อมูล.....



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ภาคผนวก ค หนังสือรับรองจริยธรรม



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

เลขที่การรับรอง : 044-030/2565

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Model Of Sustainable Sport Tourism Management In Buriram Province.

ผู้วิจัย : นายพีรณัฐ พัวเจริญ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ : คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

สถานที่ทำการวิจัย : จังหวัดบุรีรัมย์

ประเภทการพิจารณาแบบ : แบบเร่งรัด

วันที่รับรอง : 7 กุมภาพันธ์ 2565

วันหมดอายุ : 6 กุมภาพันธ์ 2566

ข้อเสนอการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคามแล้ว และอนุมัติในด้านจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องข้างต้นได้ บนพื้นฐานของโครงการงานวิจัยที่คณะกรรมการฯ ได้รับและพิจารณา เมื่อเสร็จสิ้นโครงการแล้วให้ผู้วิจัยส่งแบบฟอร์มการปิดโครงการและรายงานผลการดำเนินงานมายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม หรือ หากมีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในโครงการวิจัย ผู้วิจัยจักต้องยื่นขอรับการพิจารณาใหม่

.....*ภกร์*.....*สรุภจิตร*.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกสัชกรหญิงรัตรี สว่างจิตร)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ภาคผนวก ต ผลการตรวจสอบเครื่องมือ



682156326

MSU iThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

แบบสัมภาษณ์



สรุปผลการประเมินตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC)

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

บทสัมภาษณ์นี้ เป็นการสัมภาษณ์เพื่อถามถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปเพื่อประกอบการศึกษา ของ นายพีรณธร พัวเจริญ นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำชี้แจง ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความหมาย ดังนี้

- √ = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
0 = ไม่แน่ว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
× = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

ข้อที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้การสัมภาษณ์					
1	ชื่อและนามสกุลของผู้ให้การสัมภาษณ์.....	√	√	√	ใช้ได้
2	หน่วยงาน.....	√	√	√	ใช้ได้
3	ตำแหน่ง.....	√	√	√	ใช้ได้
4	วัน-เดือน-ปี ที่ให้ข้อมูล.....	√	√	√	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนของจังหวัดบุรีรัมย์					
1.ด้านความพร้อมของสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Attraction)					
1.1	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬาสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพียงพอหรือไม่ และมี	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	แผนในการเพิ่มหรือลดการรองรับจำนวน นักท่องเที่ยวหรือไม่ หากมีท่านวางแผนไว้ อย่างไร				
1.2	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดการด้านสิ่ง อำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยว เชิงกีฬา เช่น สถานที่พักคอย ห้องน้ำ อย่งไร	√	√	√	ใช้ได้
1.3	หากมีการจัดการแข่งขันกีฬา (Sport Event) หรือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านคิดว่าสถานที่ จัดการแข่งขันกีฬา สามารถจัดการแข่งขันกีฬา ได้กี่ชนิดมีอะไรบ้าง	√	√	√	ใช้ได้
1.4	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มีการวางแผนผังและ แบ่งสัดส่วนเป็นรูปแบบใด	√	√	√	ใช้ได้
1.5	ท่านคิดว่าสถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬาคควร เป็นอย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
2. ด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา (Sport Equipment)					
2.1	สถานที่ในการจัดการแข่งขันกีฬามีอุปกรณ์กีฬา หรือเครื่องเล่นเพียงพอหรือไม่ และสามารถ นำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
2.2	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีอุปกรณ์กีฬาหรือ เครื่องเล่นอะไรบ้าง เพียงพอหรือไม่	√	√	√	ใช้ได้
2.3	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการให้ข้อมูลแก่ นักท่องเที่ยวในการใช้อุปกรณ์กีฬาอย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
2.4	อุปกรณ์กีฬาและเครื่องเล่นกีฬามีการตรวจสอบ และซ่อมบำรุง ดูแลรักษาอย่างไร เพื่อสะดวก และพร้อมต่อการใช้งาน	√	√	√	ใช้ได้
3. ด้านความพร้อมของบุคลากรทางการกีฬา (Sports Personnel)					
3.1	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีบุคลากรที่มีความ เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกีฬาด้านใดบ้าง เพียงพอ หรือไม่	√	√	√	ใช้ได้



ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัมกิมมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
3.2	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามือบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพียงพอหรือไม่	√	√	√	ใช้ได้
3.3	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬาจัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกในจุดใดบ้าง เพียงพอหรือไม่	√	√	√	ใช้ได้
3.4	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามือบุคลากรที่มีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศจำนวนกี่คน และมีความเชี่ยวชาญในภาษาใดบ้าง	√	√	√	ใช้ได้
3.5	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามือบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Event จำนวนกี่ท่าน และเคยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอะไรบ้าง	√	√	√	ใช้ได้
4. ด้านความพร้อมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความดึงดูดใจ (Attractive)					
4.1	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
4.2	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการวางแผนการดำเนินการกับเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชนในพื้นที่ อย่างไร (การวางแผน การดำเนินงาน การจัดการ การประเมินและการทดสอบ)	√	√	√	ใช้ได้
4.3	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบใดบ้าง และในแต่ละรูปแบบของการจัดกิจกรรม มีอะไรเป็นสื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
4.4	ท่านคิดว่าการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรจัดในวันธรรมดาหรือวันหยุดสุดสัปดาห์	√	√	√	ใช้ได้
4.5	ท่านคิดว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นหรือไม่ อย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
4.6	ท่านคิดว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมการแข่งขัน	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	กีฬาควรเป็นอย่างไรที่สามารถร่วมกันอนุรักษ์ไม่ ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมกับทรัพยากรการ ท่องเที่ยวในพื้นที่				
5. ด้านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)					
5.1	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดเตรียมระบบ ความปลอดภัยอย่างไร (เส้นทางหนีไฟ, เหตุ ฉุกเฉิน, เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย)	√	√	√	ใช้ได้
5.2	สถานที่จัดการแข่งขันมีสิ่งอำนวยความสะดวก อะไหล่บ้าง เช่น จุดนั่งพัก ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น	√	√	√	ใช้ได้
5.3	สถานที่จัดการแข่งขันมีการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์และช่องทางการติดต่อสื่อสาร อย่างไร (ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ, ตารางแสดงการ แข่งขัน)	√	√	√	ใช้ได้
6. ด้านสถานที่ที่มีความง่ายความสะดวกในการเข้าถึง (Convenience)					
6.1	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีระบบการขนส่งทาง (รถโดยสารสาธารณะ, แท็กซี่, วินมอเตอร์ไซด์) เพียงพอหรือไม่	√	√	√	ใช้ได้
6.2	สถานที่จัดการแข่งขันกีฬามีการจัดการกิจกรรม อะไหล่บ้างที่ให้นักในชุมชนมีส่วนร่วม	√	√	√	ใช้ได้
6.3	การจัดกิจกรรมส่งเสริมและผลเสียต่อแผนงาน หรือการจัดการอย่างไร (ชุมชน, สิ่งแวดล้อม)	√	√	√	ใช้ได้
6.4	มีนโยบายใดบ้าง ที่ได้รับการส่งเสริมจาก หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ที่เกี่ยวข้อง	√	√	√	ใช้ได้
7	สุดท้ายนี้ ท่านมีข้อเสนอแนะ หรือข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว เชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ อย่งไร บ้าง	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

หมายเหตุ การสัมภาษณ์อาจมีการบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวในการสัมภาษณ์และการบันทึกเสียงในขณะที่กำลังทำการสัมภาษณ์ ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้การสัมภาษณ์

สรุป

ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ สามารถใช้ได้ทุกข้อ และได้ค่า IOC = 1

ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อคำถาม ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปเป็นข้อคำถามได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อคำถามใหม่



682156326

แบบสอบถาม

ชุดที่.....



สรุปผลการประเมินตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์
(Index of Item Objective Congruence : IOC)

แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

คำชี้แจง ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อข้อคำถามในแบบสอบถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความหมาย ดังนี้

- √ = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
× = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

ซึ่งมีผลการพิจารณาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์

นายพีรภัทร พัวเจริญ นิสิตระดับ

ปริญญาเอก

หลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กัณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด					
1.	เพศ				ใช้ได้
	1. ชาย	✓	✓	✓	
	2. หญิง	✓	✓	✓	ใช้ได้
2.	อายุ				ใช้ได้
	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 19 ปี	✓	✓	✓	
	2. 20– 29 ปี	✓	✓	✓	ใช้ได้
	3. 30– 39 ปี	✓	✓	✓	ใช้ได้
	4. 40– 49 ปี	✓	✓	✓	ใช้ได้
	5. 50– 59 ปี	✓	✓	✓	ใช้ได้
	6. 60 ปีขึ้นไป	✓	✓	✓	ใช้ได้
3.	ระดับการศึกษา				ใช้ได้
	1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือน้อยกว่า	✓	✓	✓	
	2. มัธยมศึกษาตอนปลาย,ปวช.หรือเทียบเท่า	✓	✓	✓	ใช้ได้
	3. อนุปริญญาปวส. หรือเทียบเท่า	✓	✓	✓	ใช้ได้
	4. ปริญญาตรี	✓	✓	✓	ใช้ได้
	5. ปริญญาโท	✓	✓	✓	ใช้ได้
	6. ปริญญาเอก	✓	✓	✓	ใช้ได้
4.	อาชีพ				ใช้ได้
	1. นักเรียน/นักศึกษา	✓	✓	✓	
	2. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	✓	✓	✓	ใช้ได้
	3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	✓	✓	✓	ใช้ได้
	4. พนักงานบริษัทเอกชน	✓	✓	✓	ใช้ได้
	5. ธุรกิจส่วนตัว	✓	✓	✓	ใช้ได้
	6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....	✓	✓	✓	ใช้ได้
5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				ใช้ได้
	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	✓	✓	✓	
	2. 10,001 - 20,000 บาท	✓	✓	✓	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กัณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
	3. 20,001 -30,000 บาท	√	√	√	ใช้ได้
	4. 30,001-40,000 บาท	√	√	√	ใช้ได้
	5. 40,001 -50,000 บาท	√	√	√	ใช้ได้
	6. 50,001 บาทขึ้นไป	√	√	√	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์					
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด					
7.	ก่อนหน้านี้ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่จังหวัดบุรีรัมย์ หรือไม่				
	1. เคย	√	√	√	ใช้ได้
	2. ไม่เคย	√	√	√	ใช้ได้
8.	วัตถุประสงค์ของการเดินทาง คือข้อใด				
	1. เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
	2. เข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
	3. ต้องการสัมผัสบรรยากาศของ สถานที่แข่งขันกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
	4. อื่นๆ ระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
9.	ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวท่านใช้เวลา ในการวางแผนการเดินทางกี่วัน				
	1. 1 วัน หรือน้อยกว่า	√	√	√	ใช้ได้
	2. 2 – 7 วัน	√	√	√	ใช้ได้
	3. 8 – 14 วัน	√	√	√	ใช้ได้
	4. 15 วันขึ้นไป	√	√	√	ใช้ได้
10.	ในการเดินทางแต่ละครั้งท่านเดินทางกับ ใคร				
	1. คนเดียว	√	√	√	ใช้ได้
	2. ครอบครัว	√	√	√	ใช้ได้
	3. เพื่อน	√	√	√	ใช้ได้
	4. เพื่อนร่วมงาน	√	√	√	ใช้ได้
	5. คนรัก	√	√	√	ใช้ได้
	6. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
11.	ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ จังหวัดบุรีรัมย์ด้วยวิธีใด				ใช้ได้
	1. รถโดยสารประจำทาง	√	√	√	
	2. รถยนต์ส่วนตัว	√	√	√	
	3. รถเช่า (Car For Rent)	√	√	√	
	4. เครื่องบินโดยสาร	√	√	√	
	5. รถไฟ	√	√	√	
	6. ตามที่บริษัทนำเที่ยวมีบริการ	√	√	√	
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√		
12.	ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	√	√	√	ใช้ได้
	1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว				
	2. ความมีชื่อเสียงของแหล่ง ท่องเที่ยว	√	√	√	
	3. ความปลอดภัยของแหล่ง ท่องเที่ยว	√	√	√	
	4. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	√	√	√	
	5. ตัดสินใจจากการแนะนำ หรือ ชักชวน	√	√	√	
	6. เคยเดินทางมาแล้วและประทับใจ	√	√	√	
	7. ชมการแข่งขันกีฬา	√	√	√	
	8. โปรโมชันทางการท่องเที่ยว	√	√	√	
	9. เสริมสร้างสุขภาพที่ดี	√	√	√	
10. พักผ่อนคลายเครียดจากการ ทำงาน	√	√	√		
13.	ท่านชอบป้ายสัญลักษณ์ที่แสดงภายใน สถานที่จัดการแข่งขันกีฬาที่มีลักษณะ อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				ใช้ได้
	1. ตัวอักษรใหญ่	√	√	√	



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
	2. ข้อความสื่อความหมายตรง ประเด็น	√	√	√	ใช้ได้
	3. ตั้งอยู่ในที่ที่เห็นได้ชัดเจน	√	√	√	ใช้ได้
	4. มีการติดตั้งป้ายสม่ำเสมอ	√	√	√	ใช้ได้
	5. ข้อความอ่านเข้าใจง่าย	√	√	√	ใช้ได้
	6. มีภาษาท้องถิ่นและสากล	√	√	√	ใช้ได้
	7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
14.	สิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้างที่ท่าน ต้องการใช้บริการระหว่างอยู่ภายใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
	1. จุดที่นั่งพักคอย				
	2. จุดบริการชาร์ตแบตเตอรี่ โทรศัพท์มือถือ	√	√	√	ใช้ได้
	3. จุดบริการตู้เอทีเอ็ม	√	√	√	ใช้ได้
	4. จุดบริการอินเทอร์เน็ต ไวไฟ	√	√	√	ใช้ได้
	5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
15.	ท่านเลือกเข้าห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยว เชิงกีฬาโดยคำนึงถึงอะไร (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	√	√	√	ใช้ได้
	1. ความสะอาด ถูกสุขลักษณะ				
	2. ลักษณะโปร่ง ระบายอากาศดี	√	√	√	ใช้ได้
	3. สุขภัณฑ์ที่พร้อมใช้งาน	√	√	√	ใช้ได้
	4. ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ หรือ คน พิการ	√	√	√	ใช้ได้
	5. พนักงานทำความสะอาด ให้บริการอยู่ภายใน	√	√	√	ใช้ได้
	6. คำนะนำการใช้งาน	√	√	√	ใช้ได้
	7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
16.	ท่านเลือกใช้บริการที่พักประเภทใด				
	1. โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล	√	√	√	ใช้ได้
	2. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
	3. ที่พักของหน่วยงานราชการ	√	√	√	ใช้ได้
	4. โฮมสเตย์	√	√	√	ใช้ได้
	5. อื่นๆ ระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
17.	เหตุผลใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
	1. ความปลอดภัย	√	√	√	ใช้ได้
	2. การเดินทางสะดวก	√	√	√	ใช้ได้
	3. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
	4. การจัดตกแต่งสถานที่พัก	√	√	√	ใช้ได้
	5. ราคาที่เหมาะสม	√	√	√	ใช้ได้
	6. โปรโมชัน	√	√	√	ใช้ได้
	7. มีห้องออกกำลังกาย	√	√	√	ใช้ได้
	8. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
18.	จำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งจำนวนกี่คืน				
	1. 1 คืน	√	√	√	ใช้ได้
	2. 2 คืน	√	√	√	ใช้ได้
	3. 3 คืน	√	√	√	ใช้ได้
	4. 4 คืน	√	√	√	ใช้ได้
	5. 5 คืน	√	√	√	ใช้ได้
	6. อื่นๆ โปรดระบุ.....คืน	√	√	√	ใช้ได้
19.	แหล่งข้อมูลใดที่ท่านศึกษาถึงกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์				
	1. หนังสือพิมพ์	√	√	√	ใช้ได้
	2. โทรทัศน์	√	√	√	ใช้ได้
	3. อินเทอร์เน็ต	√	√	√	ใช้ได้
	4. แอปพลิเคชันบนมือถือ	√	√	√	ใช้ได้
	5. วิทยู	√	√	√	ใช้ได้
	6. โซเชียลมีเดีย (เฟสบุ๊ก, ไลน์, ทวิตเตอร์)	√	√	√	ใช้ได้
	7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
20.	ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านมี				



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
	ค่าใช้จ่ายรายการใดมากที่สุด				
	1.ค่าเดินทาง	√	√	√	ใช้ได้
	2.ค่าที่พัก	√	√	√	ใช้ได้
	3.ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	√	√	√	ใช้ได้
	4.ค่าของที่ระลึก	√	√	√	ใช้ได้
	5.ค่าบัตรเข้าชม	√	√	√	ใช้ได้
	6.ค่าสมัครเข้าแข่งขัน	เพิ่มเติมตามคำแนะนำของกรรมการ ดร.โอชัญญา บัวธรรม			
	7.อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
21.	ช่วงวันหยุด ที่ส่งผลให้ท่านตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด				
	1.วันธรรมดา	√	√	√	ใช้ได้
	2.วันเสาร์-วันอาทิตย์	√	√	√	ใช้ได้
	3.วันหยุดเทศกาล	√	√	√	ใช้ได้
	4.วันลาพักผ่อน ลาพักร้อน	√	√	√	ใช้ได้
	5.อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้
22.	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ท่านกำหนด ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อคนกั บาท	√	√	√	ใช้ได้
	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาท				
	2. 3,001 – 6,000 บาท	√	√	√	ใช้ได้
	3. 6,001 – 9,000 บาท	√	√	√	ใช้ได้
	4. 9,001 บาทขึ้นไป	√	√	√	ใช้ได้
23.	หากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของ เชื้อไวรัสเหมือนกับเชื้อไวรัสโควิด-19 ท่านจะอย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
	1.ยกเลิกการเดินทาง				
	2.เลื่อนการเดินทาง	√	√	√	ใช้ได้
	3.เปลี่ยนสถานที่ในการเดินทาง	√	√	√	ใช้ได้
	4.ขึ้นอยู่กับผู้จัด	√	√	√	ใช้ได้
	5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กัณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์					
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมายถูก ✓ ลงในวงเล็บ () หน้าข้อที่สอดคล้องกับตัวท่านมากที่สุด					
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)					
24.	การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวและสนามกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มวัย	√	√	√	ใช้ได้
25.	การต้อนรับของเจ้าหน้าที่	√	√	√	ใช้ได้
26.	ราคาบัตรเข้าชมมีความเหมาะสม	√	√	√	ใช้ได้
27.	การดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
28.	ความสุภาพในการให้บริการ	√	√	√	ใช้ได้
29.	การให้บริการโดยเรียงลำดับการให้บริการ ก่อน-หลัง	√	√	√	ใช้ได้
30.	พนักงานเอาใจใส่และเต็มใจช่วยเหลืออย่างเสมอภาค	√	√	√	ใช้ได้
31.	ทุกพื้นที่ในสถานที่ท่องเที่ยวมีพนักงานทำความสะอาด	√	√	√	ใช้ได้
32.	มีกิจกรรมที่รองรับทุกเพศทุกวัย	√	√	√	ใช้ได้
33.	มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน	√	√	√	ใช้ได้
34.	ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสม	√	√	√	ใช้ได้
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)					
35.	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ	√	√	√	ใช้ได้
36.	พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา	√	√	√	ใช้ได้
37.	การเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	√	√	√	ใช้ได้
38.	ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
39.	ความสะดวกในการเข้าถึงห้องปฐมพยาบาล	√	√	√	ใช้ได้
40.	ตารางข้อมูลการแข่งขันอัปเดต	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กัณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัยญา บัวธรรม	
	ตลอดเวลา				
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)					
41.	ความเพียงพอของการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว	√	√	√	ใช้ได้
42.	ความเพียงพอของพนักงานให้บริการ	√	√	√	ใช้ได้
43.	ความเพียงพอของห้องสุขา ถูกสุขลักษณะ	√	√	√	ใช้ได้
44.	ความเพียงพอของป้ายสัญลักษณ์	√	√	√	ใช้ได้
45.	ความเพียงพอของอุปกรณ์กีฬา	√	√	√	ใช้ได้
46.	ความเพียงพอของที่นั่งชม	√	√	√	ใช้ได้
47.	ความเพียงพอของที่จอดรถ	√	√	√	ใช้ได้
48.	ความเพียงพอต่อการจัดเก็บขยะ ถังขยะ	√	√	√	ใช้ได้
49.	ความเพียงพอของโทรศัพท์สาธารณะ	√	√	√	ใช้ได้
50.	ความเพียงพอของไฟส่องสว่าง	√	√	√	ใช้ได้
	ความเพียงพอของร้านอาหารและเครื่องดื่ม	เพิ่มตามคำแนะนำของ ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย			
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)					
51.	การให้บริการข้อมูลของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	√	√	√	ใช้ได้
52.	ขั้นตอนของการให้บริการมีความต่อเนื่อง	√	√	√	ใช้ได้
53.	บรรยากาศของขั้นตอนการแข่งขันหรือสนามกีฬา	√	√	√	ใช้ได้
54.	อุปกรณ์กีฬาครอบคลุมต่อการออกกำลังกาย	√	√	√	ใช้ได้
55.	การไหลเวียนของการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
56.	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทิวทัศน์ อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง	√	√	√	ใช้ได้
	มีการจัดการแข่งขันกีฬาย่างสม่ำเสมอ	เพิ่มตามคำแนะนำของ ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย			
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)					
57.	การให้บริการข้อมูลทั่วไป ข้อห้าม ข้อ	×	√	√	0.33

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร.กัณทิมาลัย จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร.นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร.โอชัญญา บัวธรรม	
	ปฏิบัติล่วงหน้าก่อนการเดินทาง ท่องเที่ยว				
58.	การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้ ข้อมูลข่าวสาร	√	√	√	ใช้ได้
59.	ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ทันสมัย เช่น จอ LED	√	√	√	ใช้ได้
60.	ระบบการติดต่อสื่อสารโทรคมนาคม สะดวกสบาย/สัญญาณ ที่อำนวยความสะดวก สะดวกในการจับจ่าย	√	√	√	ใช้ได้
61.	เอกลักษณ์ของสถานที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ชุมชน	×	√	√	0.33
62.	การผสมผสานระหว่างกิจกรรมการ แข่งขันกับชุมชนในพื้นที่	×	√	√	0.33
ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์					
1.	ท่านคิดว่าการให้บริการของสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
2.	ท่านคิดว่าสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาควร เพิ่มเติมอะไรบ้าง	√	√	√	ใช้ได้
3.	จากการที่ท่านใช้บริการสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่านคิดว่าการให้บริการของสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมแล้วควร ปรับปรุงอย่างไร หรือด้านใด	√	√	√	ใช้ได้

* ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครับ*



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

สรุป

ข้อคำถามในแบบสอบถามได้ค่า IOC = 0.96

โดยมีข้อ 57, 61, 62 ที่ได้ค่า IOC = 0.33 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด รบกวนอาจารย์พิจารณา
ครับ

ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการ
พิจารณาข้อคำถาม ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไป
เป็นข้อคำถามได้ แต่ถ้าข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อคำถามใหม่

หมายเหตุ เมื่อพิจารณา ตามข้อ 57, 61, 62 พบว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องกัน ผนวกกับ
กรรมการ 2 ใน 3 แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม ยังคงข้อคำถามเดิมไว้ในการเก็บข้อมูลกับ
ผู้ตอบแบบสอบถาม



682156326

แบบสนทนากลุ่ม



สรุปผลการประเมินตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC)

แบบสนทนากลุ่ม

แบบสนทนากลุ่มนี้ เป็นการสนทนาเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืนจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นตามหลักเกณฑ์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC) ซึ่งเป็นเกณฑ์เวอร์ชัน 2.0 (v2.0) โดยประยุกต์ใช้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2030 ทั้ง 17 ข้อ (17 SDGs) โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน ด้านที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้

คำชี้แจง ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อข้อคำถามในแบบสนทนากลุ่ม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความหมาย ดังนี้

- ✓ = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
- 0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- × = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

ข้อที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
ด้านที่ 1 การจัดการความยั่งยืน มี 3 เกณฑ์					
เกณฑ์ที่ 1 กรอบและโครงสร้างการจัดการ มี 3 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 ความรับผิดชอบด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวมีหน่วยงาน ส่วนงาน กลุ่ม หรือ คณะกรรมการ ที่มีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะรับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานเพื่อสร้าง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน	✓	✓	✓	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
1.2	คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การกำกับดูแลและความสามารถในการลงมือปฏิบัติงาน เพื่อจัดการประเด็นด้าน สังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	√	√	√	ใช้ได้
1.3	ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องได้รับงบประมาณที่เพียงพอ และมี ความสามารถในการทำงานกับหน่วยงาน หลากหลายรูปแบบได้	√	√	√	ใช้ได้
1.4	คณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีบุคลากรที่เพียงพอในการ ทำงาน (รวมถึงจะต้องมีผู้มีส่วนได้เสียในด้านการดำเนินงาน) และปฏิบัติตามหลักการ ความยั่งยืน และความโปร่งใส	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 ยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและแผนปฏิบัติการ					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการจัดทำและใช้แผนยุทธศาสตร์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวระยะยาว และมีแผนปฏิบัติการที่เหมาะสม โดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการจะต้องดำเนินการผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และอยู่บนหลักการของความยั่งยืน รวมถึงจะต้องเปิดเผยให้สาธารณะชนรับทราบ	√	√	√	ใช้ได้
2.2	แผนยุทธศาสตร์ควรจะมีการระบุและการประเมินสินทรัพย์ด้านการท่องเที่ยวและพิจารณาถึงประเด็นและความเสี่ยงด้านสังคม-เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	√	√	√	ใช้ได้
2.3	แผนยุทธศาสตร์ควรจะต้องเกี่ยวข้องกับและมีอิทธิพลต่อนโยบายและการทำงานในการพัฒนาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในภาพกว้างด้วย	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การติดตามและการรายงาน					



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
3.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการสร้างระบบในการติดตามดูแล และตอบสนองประเด็นในเชิงเศรษฐกิจ-สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงตอบสนองต่อผลกระทบต่างๆ อันเกิดการจากท่องเที่ยว	✓	✓	✓	ใช้ได้
3.2	การดำเนินงานและผลลัพธ์จากการดำเนินงาน ควรจะมีการกำกับดูแล ประเมิน และรายงานต่อสาธารณะให้ทราบอยู่เสมอ ทั้งนี้ระบบการติดตาม จะต้องได้รับการทบทวนและปรับปรุงให้ทันสมัย อยู่เสมอ	✓	✓	✓	ใช้ได้
เกณฑ์ที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มี 4 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การมีส่วนร่วมและการใช้มาตรฐานความยั่งยืนของผู้ประกอบการ					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเรื่องประเด็นด้านความยั่งยืนอยู่เสมอ รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นดำเนินกิจการให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น	✓	✓	✓	ใช้ได้
1.2	แหล่งท่องเที่ยวควรจะสนับสนุนการนำเอามาตรฐานความยั่งยืนมาใช้ โดยเฉพาะการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการนำมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Recognized มาใช้ และเข้าสู่ระบบการรับรองมาตรฐานที่ผ่าน GSTC-I Accredited ในกรณีที่ผู้ประกอบการนั้นมีขีดความสามารถทำได้	✓	✓	✓	ใช้ได้
1.3	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการเผยแพร่รายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานความยั่งยืน	✓	✓	✓	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของผู้อยู่อาศัย					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวมีการเปิดโอกาสและสนับสนุนให้สาธารณะชนมีส่วนในการวางแผนและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน	✓	✓	✓	ใช้ได้
2.2	ความปรารถนา ข้อกังวล และความพึงพอใจ	✓	✓	✓	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรจะได้รับ การติดตามดูแล และรายงานให้สาธารณะทราบ พร้อมกับมีการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนอง ประเด็นนั้นๆ ของชุมชนท้องถิ่นอยู่เสมอ				
2.3	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบที่จะเสริมสร้าง ความเข้าใจให้แก่คนในท้องถิ่นเกี่ยวกับโอกาส และความท้าทายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างขีดความสามารถของชุมชนในการ ตอบสนองต่อโอกาสและความท้าทายนั้นๆ	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การมีส่วนร่วมและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบการติดตามดูแล และรายงานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อ สาธารณะชนในเรื่องของคุณภาพและความ ยั่งยืนของประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว และ มีการตอบสนองหากจำเป็น	√	√	√	ใช้ได้
3.2	แหล่งท่องเที่ยวมีการให้ข้อมูลประเด็นด้าน ความยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับแนะนำ บทบาทของนักท่องเที่ยวว่าสามารถมีส่วนกับ ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการให้ข้อมูล					
4.1	การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการให้ข้อมูล ของ แหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวควรจะถูกตั้ง ตรงตามที่กล่าวไว้จริง ไม่ว่าจะในเรื่อง ของ ผลิตภัณฑ์ การบริการและความยั่งยืน	√	√	√	ใช้ได้
4.2	ข้อความทางการตลาดและการสื่อสารอื่นๆ ควร จะสะท้อนถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนั้น สะท้อนถึงการมุ่งไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงการ ปฏิบัติต่อคนในท้องถิ่น ต่อวัฒนธรรม และ	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ธรรมชาติด้วยความเคารพ				
เกณฑ์ที่ 3 การจัดการแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง มี 4 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การจัดการปริมาณนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบในการจัดการนักท่องเที่ยว โดยระบบนั้นควรจะมีการทบทวนปรับปรุงอยู่เสมอ	√	√	√	ใช้ได้
1.2	แหล่งท่องเที่ยวมีการดำเนินการติดตามดูแลและจัดการปริมาณของนักท่องเที่ยวและ ปริมาณของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการลด หรือเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวและปริมาณ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวหากมีความจำเป็น ตามความเหมาะสมของช่วงเวลาและสถานที่ ทั้งนี้ ควรจะศึกษาความสมดุลระหว่างความ ต้องการของเศรษฐกิจ ชุมชน มรดกทาง วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่อยู่ในท้องถิ่นด้วย	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 กฎระเบียบในการวางแผนและการควบคุมการพัฒนา					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวควรมีแนวทาง กฎระเบียบ และ/หรือ นโยบาย การวางแผน ที่ควบคุมที่ตั้ง และลักษณะของการพัฒนา โดยมีการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม-วัฒนธรรม และบูรณาการการใช้ที่ดิน การออกแบบ การก่อสร้าง และการรื้อถอน อย่างยั่งยืน	√	√	√	ใช้ได้
2.2	กฎระเบียบควรจะนำไปใช้กับการ ดำเนินงาน รวมถึงการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ และสัมปทานเพื่อการท่องเที่ยว แนวทาง กฎระเบียบและนโยบายต้องถูกสร้างขึ้นผ่านการมีส่วนร่วมของประชาชนและมีการสื่อสารและ บังคับใช้อย่างกว้างขวาง	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ					



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
3.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะระบุความเสี่ยงและโอกาสที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ	√	√	√	ใช้ได้
3.2	กลยุทธ์การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีไว้เพื่อเป็นแนวทาง เพื่อการติดตั้งการออกแบบ การพัฒนา และการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
3.3	ข้อมูลการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง และสภาพในอนาคตจะต้องมีการเผยแพร่สู่ผู้ใช้อาศัย ภาคธุรกิจ และนักท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 การจัดการความเสี่ยงและวิกฤตการณ์					
4.1	แหล่งท่องเที่ยวมีการลดความเสี่ยง การจัดการวิกฤตการณ์ และแผนรับมือเหตุฉุกเฉินที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น	√	√	√	ใช้ได้
4.2	มีการสื่อสารข้อมูล/รายละเอียดที่สำคัญ ให้แก่ผู้ใช้อาศัย นักท่องเที่ยว และสถานประกอบการต่างๆ	√	√	√	ใช้ได้
4.3	มีแผน/ขั้นตอนการรับมือ และทรัพยากรเพื่อดำเนินการตามแผนและมีการปรับปรุงเป็นประจำ	√	√	√	ใช้ได้
ด้านที่ 2 ความยั่งยืนด้านสังคม-เศรษฐกิจ มี 2 เกณฑ์					
เกณฑ์ที่ 1 การนำผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาสู่ชุมชน มี 3 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การวัดผลของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการการท่องเที่ยว					
1.1	มีการติดตามดูแลผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม และรายงานให้สาธารณะทราบ	√	√	√	ใช้ได้
1.2	มีการใช้มาตรการวัดผลสำเร็จที่เหมาะสม เช่น ระดับจำนวนของนักท่องเที่ยว การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การจ้างงาน การลงทุน และ	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	หลักฐานอื่นๆ ที่แสดงถึงการกระจายตัวของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ				
กิจกรรมที่ 2 งานที่ดีและโอกาสทางอาชีพ					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวที่มีการส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสในการทำงานและการฝึกอบรมด้านการทำงานท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
2.2	ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวมุ่งมั่นที่จะให้โอกาสที่เท่าเทียมกันสำหรับการจ้างงานคนในท้องถิ่น ให้การฝึกอบรมและความก้าวหน้าในการทำงาน ให้สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมั่นคง และให้ค่าครองชีพที่เหมาะสมแก่ทุกคน	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นและการค้าที่เป็นธรรม					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบสนับสนุนให้รายได้ จากการท่องเที่ยวหมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น ห่วงโซ่อุปทาน และการลงทุนอย่างยั่งยืน	√	√	√	ใช้ได้
3.2	แหล่งท่องเที่ยวมีการสนับสนุนการพัฒนาและการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ยั่งยืนบนฐานของหลักการการค้าที่เป็นธรรม และสะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ซึ่งอาจจะครอบคลุมถึง อาหาร เครื่องดื่ม ศิลปะพื้นบ้าน หัตถกรรม การแสดง สินค้า การเกษตร และอื่นๆ	√	√	√	ใช้ได้
เกณฑ์ที่ 2 ผลกระทบต่อชุมชนและสวัสดิภาพของชุมชน มี 5 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การสนับสนุนชุมชน					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และสาธารณชน สร้างประโยชน์แก่ชุมชนและจัดกิจกรรมริเริ่มด้านความยั่งยืน อย่างมีความ	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	รับผิดชอบ				
กิจกรรมที่ 2 การป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์ โดยมีขอบและการเลือกปฏิบัติ					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามมาตรฐานด้านสิทธิมนุษยชนในระดับนานาชาติ	√	√	√	ใช้ได้
2.2	แหล่งท่องเที่ยวต้องมีกฎหมาย ข้อปฏิบัติ และแนวทางในการปฏิบัติในการป้องกัน และรายงานถึงปัญหาด้านการค้ามนุษย์ การใช้แรงงานเยี่ยงทาส และการค้าทาส และการค้าประเวณี หรือการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบในรูปแบบอื่น การเลือกปฏิบัติและการรังแก บุคคลใดๆ โดยเฉพาะเด็ก วัยรุ่น ผู้หญิง กลุ่มเพศทางเลือก และชนกลุ่มน้อยอื่นๆ	√	√	√	ใช้ได้
2.3	กฎหมายและการข้อปฏิบัติจะต้องมีการ สื่อสารแก่สาธารณะและมีการบังคับใช้	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิทางกฎหมาย					
3.1	มีการจัดทำเอกสารและบังคับใช้กฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและสิทธิในการครอบครอง	√	√	√	ใช้ได้
3.2	กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องเคารพสิทธิชุมชนและชนพื้นเมือง และจะต้องมีการรับฟังความคิดเห็นจากสาธารณะด้วย	√	√	√	ใช้ได้
3.3	หากต้องมีการย้ายที่อยู่อาศัย ห้ามมิให้มีการดำเนินการโดยไม่แจ้งข้อมูลให้ทราบล่วงหน้า และจะต้องมีการชดเชยอย่างเป็นธรรม และตรงไปตรงมา	√	√	√	ใช้ได้
3.4	กฎหมายและข้อบังคับเหล่านั้นต้องปกป้อง สิทธิทางกฎหมาย และสิทธิในการเข้าถึง ทรัพยากรที่สำคัญ	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 สวัสดิภาพและความปลอดภัย					
4.1	แหล่งท่องเที่ยวมีระบบเพื่อเฝ้าสังเกตการณ์	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ป้องกัน และตอบสนองต่อประเด็นด้าน อาชญากรรม ความปลอดภัย และอันตรายต่อ สุขภาพ โดยต้องจัดการให้เหมาะสมกับความ ต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้คนในพื้นที่ และมีการรายงานต่อสาธารณชน				
กิจกรรมที่ 5 การเข้าถึงการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล					
5.1	สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และ การบริการ จะต้องเข้าถึงได้โดยคนทั้งมวล ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ทั้งในเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งคนทั้งมวลนั้นรวมถึงคนพิการ และคนที่มีความต้องการความช่วยเหลือหรือ เข้าถึงเป็นพิเศษ	√	√	√	ใช้ได้
5.2	ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่สามารถเข้าถึงได้ในทันที จะต้องมีการ ออกแบบและการแก้ไขปัญหาโดยคำนึงถึงความ กลมกลืนของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงควรจัดให้ มีที่พักสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการความ ช่วยเหลือเป็นพิเศษ ในราคาที่สมเหตุสมผล	√	√	√	ใช้ได้
5.3	มีการให้ข้อมูลด้านการเข้าถึงของสถานที่ ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ ต่างๆ	√	√	√	ใช้ได้
ด้านที่ 3 ความยั่งยืนด้านวัฒนธรรม มี 2 เกณฑ์					
เกณฑ์ที่ 1 การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม มี 5 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การปกป้องทรัพย์สินทางวัฒนธรรม					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวมีนโยบายและระบบเพื่อ ประเมินคุณค่า ฟื้นฟู และสงวนรักษาทรัพย์สิน ทางวัฒนธรรมที่รวมถึงมรดกที่เป็นสิ่งปลูกสร้าง และภูมิทัศน์เชิงวัฒนธรรม	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 วัตถุทางวัฒนธรรม					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวมีกฎหมายที่เหมาะสมในการ	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ควบคุมการแลกเปลี่ยน การค้า การจัดแสดง หรือการให้ วัตถุทางประวัติศาสตร์และ โบราณคดี โดยมีการบังคับใช้จริง และมีการให้ ข้อมูลแก่สาธารณชน รวมถึงการให้ข้อมูลแก่ ธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวด้วย				
กิจกรรมที่ 3 มรดกที่จับต้องไม่ได้					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวที่มีการสนับสนุนการยกย่อง และ การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้อง ไม่ได้ ซึ่งรวมถึง ประเพณีท้องถิ่น ศิลปะ เพลง ภาษา อาหาร และอัตลักษณ์และลักษณะเฉพาะของ ท้องถิ่นในมิติอื่นๆ	√	√	√	ใช้ได้
3.2	การนำเสนอ/แสดง การจำลอง และการสื่อ ความหมายของวัฒนธรรมและประเพณีที่ยังคง อยู่ นั้น จะต้องมีความละเอียดอ่อน และให้ความ เคารพ และจะต้องให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์ ในขณะที่เดียวกันจะต้องมอบ ประสบการณ์ที่จริงแท้แก่นักท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 การเข้าถึงวิถีปกติ					
4.1	แหล่งท่องเที่ยวมีการติดตาม ปกป้อง และหาก ความจำเป็น ให้ดำเนินการฟื้นฟู หรือสร้างการ เข้าถึงเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมได้ อีกครั้ง	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 5 ทรัพย์สินทางปัญญา					
5.1	แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการสร้างการมีส่วน ร่วมในการปกป้องและรักษาสิทธิในทรัพย์สิน ทางปัญญาของชุมชนและบุคคล	√	√	√	ใช้ได้
เกณฑ์ที่ 2 การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบจัดการ นักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่ง	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึง คุณลักษณะของพื้นที่ ชีตความสามารถในการ รองรับ และความอ่อนไหวเปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อน ตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบเชิงลบที่ อาจเกิดขึ้น				
1.2	แหล่งท่องเที่ยวมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับ นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความ เปราะบาง รวมถึงการเข้าชมการจัดแสดงทาง วัฒนธรรม โดยแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ก่อนถึง เวลาการเข้าชม	✓	✓	✓	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว					
2.1	มีการจัดเตรียมเนื้อหาการสื่อความหมายที่ ถูกต้องเพื่อให้ความรู้ในแง่มุมที่มีความสำคัญแก่ นักท่องเที่ยว ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิง ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น	✓	✓	✓	ใช้ได้
2.2	ข้อมูลที่ใช้สื่อความหมายมีความเหมาะสมใน เชิงวัฒนธรรม และจัดทำโดยการมีส่วนร่วมของ คนในชุมชน และสามารถสื่อสารด้วยภาษาที่ เหมาะสมชัดเจนทั้งกับนักท่องเที่ยวและกับผู้คน ในพื้นที่	✓	✓	✓	ใช้ได้
ด้านที่ 4 ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มี 3 เกณฑ์					
เกณฑ์ที่ 1 การอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มี 4 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การปกป้องสิ่งแวดล้อมที่มีความเปราะบาง					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบเพื่อเฝ้า สังเกตการณ์ ประเมินและตอบสนองต่อ ผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การสงวนรักษา ระบบนิเวศ ถิ่นที่อยู่ และพันธุ์พืชหรือสัตว์ รวมถึงต้องป้องกัน การเริ่มต้นและการ	✓	✓	0	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	แพร่กระจายของสายพันธุ์ พืชหรือสัตว์ต่างถิ่น				
กิจกรรมที่ 2 การจัดการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะมีระบบจัดการนักท่องเที่ยวทั้งภายในและโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยคำนึงถึงคุณลักษณะของพื้นที่ ชีตความสามารถในการรองรับและความอ่อนไหวเปราะบางของพื้นที่ และจะต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยว และลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น	√	√	√	ใช้ได้
2.2	แหล่งท่องเที่ยวควรมีคู่มือการปฏิบัติตนสำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมจุดท่องเที่ยวที่มีความเปราะบาง โดยแจกจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการท่องเที่ยว และมัคคุเทศก์ ทั้งก่อนและ ณ เวลาเข้าชม	√	√	0	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งมีชีวิตในป่า					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายของชาติ และกฎหมายระหว่างประเทศ และมาตรฐานการมีปฏิสัมพันธ์ดำเนินกิจกรรมกับสิ่งมีชีวิตในป่า	√	√	√	ใช้ได้
3.2	กิจกรรมที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่อย่างอิสระ จะต้องไม่มีการคุกคามและต้องมีการจัดการเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบไม่พึงประสงค์ต่อสัตว์เหล่านั้น โดยคำนึงถึงการดำรงชีวิตและพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตในป่า	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 การแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบจาก พืชหรือสัตว์และสวัสดิภาพสัตว์					
4.1	แหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบที่ทำให้มีการปฏิบัติ ตามกฎหมายท้องถิ่น กฎหมายระดับประเทศ และกฎหมายระหว่างประเทศ รวมถึงมาตรฐานต่างๆ เพื่อรับรองว่าสัตว์จะมีสวัสดิภาพที่ดี และ	√	√	√	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 62011060004 thesis / recv: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	มีการอนุรักษ์สายพันธุ์พืชและสัตว์ (สัตว์, พืช, และสิ่งมีชีวิตทั้งหมด) ซึ่งรวมถึงการเลี้ยงหรือการจับ การซื้อขายแลกเปลี่ยน การแสดง และการขายสิ่งมีชีวิตจากป่าและสินค้าที่ผลิตจากพันธุ์พืชและสัตว์				
4.2	ต้องไม่มีการได้มา การขยายพันธุ์ และการกักขัง สัตว์ป่าชนิดใดๆ เว้นแต่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง รวมถึงอยู่ในการดูแลของบุคลากรที่มีความพร้อม และอยู่ภายใต้การดำเนินการตามข้อกำหนดที่เหมาะสม	✓	✓	0	ใช้ได้
4.3	การจัดที่อยู่อาศัย การดูแล และการจัดการทั้งสัตว์ป่าและสัตว์เลี้ยงทั้งหมดนั้น จะต้องให้เป็นไปตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์สูงสุด	✓	✓	0	ใช้ได้
เกณฑ์ที่ 2 การจัดการทรัพยากร มี 3 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 การอนุรักษ์พลังงาน					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่จะลดการใช้พลังงาน ปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน รวมถึงเพิ่มการใช้พลังงานทดแทน	✓	✓	✓	ใช้ได้
1.2	แหล่งท่องเที่ยวมีระบบในการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจตรวจวัด ติดตามดูแล และลดการใช้พลังงาน และมีการรายงานผลการดำเนินงานต่อสาธารณชน	✓	✓	✓	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 การจัดการน้ำ					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวควรจะส่งเสริมให้ธุรกิจต่างๆ มีการตรวจวัด ติดตามดูแล และจัดการการใช้น้ำ รวมถึงมีการรายงานต่อสาธารณชน	✓	✓	✓	ใช้ได้
2.2	แหล่งท่องเที่ยวต้องมีการประเมินความเสี่ยงด้านน้ำในแหล่งท่องเที่ยว และจัดทำเป็นเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษร	✓	✓	✓	ใช้ได้
2.3	ในกรณีมีความเสี่ยงเรื่องน้ำสูง เป้าหมายของ	✓	✓	✓	ใช้ได้



682156326

MSU eThesis 6201106004 thesis / rev: 25052566 19:59:55 / seq: 14

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	การจัดการน้ำจะต้องกำหนดและกำกับภาคธุรกิจเพื่อให้การใช้น้ำของภาคท่องเที่ยวไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งกับความต้องการน้ำของชุมชนและระบบนิเวศในท้องถิ่น				
กิจกรรมที่ 3 คุณภาพน้ำ					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวที่มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำดื่ม น้ำเพื่อนันทนาการ และทางนิเวศวิทยา โดยใช้มาตรฐานคุณภาพน้ำ	√	√	√	ใช้ได้
3.2	แหล่งท่องเที่ยวที่มีการรายงานผลต่อ สาธารณชน และมีระบบที่สามารถตอบสนองต่อ ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพน้ำที่เกิดขึ้นอย่าง ทันทีทันที	√	√	√	ใช้ได้
เกณฑ์ที่ 3 การจัดการของเสียและการปลดปล่อยมลพิษ มี 5 กิจกรรม					
กิจกรรมที่ 1 น้ำเสีย					
1.1	แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและ มีการปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวในเรื่องของการตั้ง การดูแลรักษา และการทดสอบการระบายจากบ่อเกรอะ และจากระบบบำบัดน้ำเสีย	√	√	√	ใช้ได้
1.2	แหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความมั่นใจว่าน้ำเสียเหล่านั้นจะได้รับการบำบัดและนำกลับมาใช้หรือถูกปล่อยทิ้งอย่างปลอดภัยโดยไม่มีผลกระทบต่อเชิงลบกับคนและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 2 ขยะมูลฝอย					
2.1	แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการตรวจวัด และ รายงานปริมาณขยะที่เกิดขึ้น และมีการตั้งเป้าหมายในการลดปริมาณขยะ	√	√	√	ใช้ได้
2.2	ขยะมูลฝอยได้รับการจัดการอย่างถูกต้องและ มีการลดการฝังกลบขยะด้วยการจัดให้มีระบบ คัดแยกและจัดเก็บขยะแบบแยกประเภทและมีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถแยก	√	√	√	ใช้ได้

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพตามชนิดของขยะ				
2.3	แหล่งท่องเที่ยวมีการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจ หลีกเลี่ยงการสร้างขยะ และให้มีการลดจำนวน ขยะ นำขยะกลับมาใช้ใหม่ และรีไซเคิลขยะ ซึ่ง รวมถึงขยะที่เป็นเศษอาหารด้วย	√	√	√	ใช้ได้
2.4	มีการดำเนินการเพื่อกำจัดหรือลดการใช้วัสดุที่ ใช้เพียงครั้งเดียวแล้วทิ้งโดยเฉพาะพลาสติก	√	√	√	ใช้ได้
2.5	ขยะที่เหลืออยู่ที่ไม่ได้นำมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิล ต้องได้รับการกำจัดอย่างปลอดภัยและยั่งยืน	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 3 การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและบรรเทาการเปลี่ยนแปลงของสภาพ ภูมิอากาศ					
3.1	แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการลดการ ปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงดำเนินการและ รายงานผลตามนโยบายและการปฏิบัติงานใน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	√	√	√	ใช้ได้
3.2	ควรมีการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจต่างๆ มีการ ตรวจวัด ติดตามดูแล ลด หรือปล่อยก๊าซเรือน กระจกให้น้อยที่สุด จากทุกมิติของการดำเนิน ธุรกิจ (รวมถึงจากซัพพลายเออร์และผู้ให้บริการ ด้วย) และมีการรายงานต่อสาธารณชน	√	√	√	ใช้ได้
3.3	ควรมีการสนับสนุนให้มีการชดเชย (offset) การ ปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ยังไม่สามารถลดได้	√	√	√	ใช้ได้
กิจกรรมที่ 4 การขนส่งที่มีผลกระทบต่อ					
4.1	แหล่งท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายในการลดการปล่อย มลพิษจากการขนส่งในการเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว และภายในแหล่งท่องเที่ยว	√	√	√	ใช้ได้
4.2	มีการเพิ่มการนำพาหนะและการขนส่ง สาธารณะที่ยั่งยืน และปล่อยมลพิษต่ำมาใช้งาน รวมถึงการเดินทางแบบใช้แรงตัวเอง (Active travel	√	√	√	ใช้ได้
4.3	เช่นการเดินทางและปั่นจักรยาน) เพื่อให้ ภาคการ ท่องเที่ยวลดการปลดปล่อยมลพิษทาง อากาศ	√	√	√	ใช้ได้



682156326

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			หมายเหตุ
		ผศ.ดร. กัญทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	ผศ.ดร. นันทนา ลาภวิเศษชัย	ดร. โอชญญา บัวธรรม	
	ลดความคับคั่งของการจราจร และลด การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ				
กิจกรรมที่ 5 มลภาวะทางแสงและเสียง					
5.1	แหล่งท่องเที่ยวมีแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับในการลดมลภาวะทางแสงและเสียง	√	√	√	ใช้ได้
5.2	แหล่งท่องเที่ยวมีส่งเสริมให้ภาคธุรกิจต่างๆ ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับนั้น	√	√	√	ใช้ได้
ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม					
1	ชื่อและนามสกุลของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม.....	√	√	√	ใช้ได้
2	หน่วยงาน.....	√	√	√	ใช้ได้
3	ตำแหน่ง.....	√	√	√	ใช้ได้
4	วัน-เดือน-ปี ที่ให้ข้อมูล.....	√	√	√	ใช้ได้

หมายเหตุ :

- ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ประกอบการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความยั่งยืน จังหวัดบุรีรัมย์ ของ นายพีรณธร พัวเจริญ นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- การสนทนากลุ่มอาจมีการบันทึกภาพนิ่ง, ภาพเคลื่อนไหวและการบันทึกเสียงในขณะที่กำลังทำการสนทนาขึ้นอยู่ด้วยความสมัครใจของผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

สรุป

ข้อความคำถามในแบบสนทนากลุ่ม สามารถใช้ได้ทุกข้อ และได้ค่า IOC = 0.97

ด้วยเทคนิค IOC (Item-Objective congruence index) โดยให้เกณฑ์ในการพิจารณาข้อความคำถาม ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

ถ้าข้อความคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แปลว่ามีค่าความเที่ยงตรง สามารถนำไปเป็นข้อความคำถามได้ แต่ถ้าข้อความคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงข้อความคำถามใหม่

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายพีรันทร์ พัวเจริญ
วันเกิด	วันที่ 9 เดือนมกราคม พ.ศ.2528
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลภูมิพล บางเขน กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 214/24 หมู่ 2 บ้านอยู่เย็น ตำบลนอกเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ รหัสไปรษณีย์ 32000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์ (กองการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม) ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2545 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาการขาย วิทยาลัยเทคนิคปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี พ.ศ.2550 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ) สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2551 ประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู (ป.บัณฑิต) สาขาวิชาชีพครู วิทยาลัยนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2555 ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัด นครราชสีมา พ.ศ.2561 ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (กจ.ม.) สาขาวิชาการจัดการการ ท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพมหานคร พ.ศ.2566 ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการจัดการการ ท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

