



## การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก Sport Tourism in Eastern Economic Corridor

### ARTICLE INFO

*Article history:*

**Received** 15 March 2019

**Revised** 31 May 2019

**Accepted** 4 June 2019

**Available Online** 4 March 2020

ภัทราวดี เสารอง<sup>1\*</sup>

Pattarawadee Saorong<sup>1\*</sup>

### ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study and explore sports tourism resources and sports tourism situation in Rayong province and 2) Presenting a value creation model by sports tourism for Rayong province. Collect data from literature review. Quantitative data obtained from 400 tourists by accidental sampling by using a questionnaires. Qualitative data based on in-depth interviews with 5 experts by random sampling by using an interview forms. Assessing the suitability and feasibility of the model by group discussions from experts in economics, tourism and sport, 7 persons.

The result revealed that 1) Sports tourism resources and situations in Rayong province, found that Rayong province is well equipped to manage sports tourism at a good level in all 7 aspects, 2) The model of creating value added by sports tourism for tourism development in Rayong province consists of policies, development plans and sports tourism situations of the province. Management and marketing processes with success factors: (1) Choosing the right sport type, (2) Joint venture with the private sector, (3) Building awareness and participation of local people and 4) Making travel and sports calendars to have consistency. The findings from this research Rayong province can be considered to be implemented in order to form practices to create benefits for sports tourism development Bring more revenue and economic value.

**KEYWORDS:** SPORT TOURISM / EASTERN ECONOMIC CORRIDOR

<sup>1</sup> ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา-การจัดการกีฬา) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย  
Doctor of Philosophy (Sport Science - Sport Management) Faculty of Sport Science Kasetsart University, Thailand.

\* Corresponding author; *E-mail address:* honey\_fifa@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง และ 2) เสนอรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ และข้อมูลเชิงปริมาณได้จากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบ โดยการสนทนากลุ่มจากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ด้านการจัดการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 7 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง พบว่า จังหวัดระยองมีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับดี ทั้ง 7 ด้าน 2) รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ประกอบด้วย นโยบายแผนพัฒนาและสถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัด กระบวนการบริหารจัดการและการตลาด โดยมีปัจจัยความสำเร็จ คือ (1) การเลือกชนิดกีฬาที่เหมาะสม (2) การร่วมทุนกับภาคเอกชน (3) สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น และ (4) การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและการกีฬาให้มีความสอดคล้องกัน ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ จังหวัดระยองสามารถนำไปพิจารณาดำเนินการเพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างเป็นรูปแบบ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำมาซึ่งรายได้และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นต่อไป

**คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงกีฬา / เขตระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### บทนำ

ในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมาเศรษฐกิจและการส่งออกสินค้าของประเทศไทยตกต่ำอย่างต่อเนื่องและยาวนาน อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน อาทิ ภาวะหดตัวของเศรษฐกิจโลก ภาวะเงินเฟ้อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ปัญหาสังคมและการเมือง การส่งออกสินค้าซึ่งเคยเป็นเครื่องยนต์หลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยที่หดตัวมาอย่างต่อเนื่องนั้น แม้เศรษฐกิจโลกจะฟื้นตัวดีขึ้นแต่กลับไม่ทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวสูงได้เช่นในอดีต การใช้จำภาครัฐมีข้อจำกัดอยู่บ้างเนื่องจากอยู่ในช่วงของการปฏิรูปเศรษฐกิจและการลดนโยบายประชานิยมลง โดยปัจจุบันมีเพียงการส่งออกบริการ ซึ่งได้แก่ ภาคการท่องเที่ยวที่ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ที่แม้จะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 17 ของ GDP แต่กลับทำหน้าที่เป็นเครื่องยนต์สำคัญที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยให้ระลอกตัวต่อไปได้ (วินัยสา สุริยาธานินทร์, 2558)

การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่เข้ามามีบทบาท มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราจากทั้งในและต่างประเทศ เกิดการสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่น ๆ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้นซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย ซึ่งจากผลการศึกษาขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization หรือ UNWTO) ที่วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลจากบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว (Tourism Satellite Account: TSA) ชี้ว่าในช่วงกว่าสองทศวรรษที่ผ่านมาภาคบริการท่องเที่ยวของไทยได้สร้างมูลค่า



เพิ่มให้แก่เศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่องทั้งผลทางตรงและผลทางอ้อม ดังนี้ (เสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพลพรพัฒน์ไพศาลกุล, 2558)

1) ผลทางตรง (Direct Contribution) ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย และรายจ่ายของภาครัฐที่ใช้สนับสนุนภาคการท่องเที่ยวโดยตรง ในช่วงปี 1993–2014 พบว่าภาคบริการท่องเที่ยวได้สร้างมูลค่าเพิ่มแก่การเติบโตของเศรษฐกิจไทยคิดเป็นสัดส่วนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 7 ของ GDP

2) ผลทางอ้อม (Indirect Contribution) จากภาคบริการท่องเที่ยวที่ส่งผลเชื่อมโยงไปยังสาขาการผลิตอื่น ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยผ่านการสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบต่าง ๆ จากธุรกิจภาคท่องเที่ยว เฉลี่ยประมาณร้อยละ 9 ของ GDP ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ประเด็นที่น่าสนใจ คือ “ขนาดของผลทางอ้อมมีมากกว่าผลทางตรง” และ

3) ในช่วงกว่าปีที่ผ่านมาผลประโยชน์จากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่เปลี่ยนแปลงมากนักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16 โดยเฉพาะ ผลทางตรงที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงนักสอดคล้องกับตัวเลขค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2013 ที่อยู่ประมาณ 146 ดอลลาร์สหรัฐ/คน/วัน ซึ่งต่ำกว่าหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกันสะท้อนถึงโอกาสที่ไทยจะสามารถยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้อีก นอกจากนี้ ภาคบริการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งการจ้างงานสำคัญขนาดใหญ่ โดยปี 2014 มีแรงงานทำงานในภาคนี้ อยู่ถึง 6 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14 ของการจ้างงานทั้งหมดโดยมีสัดส่วนสูงสุดเทียบกับภาคบริการอื่น ๆ และยิ่งสูงกว่าการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานเพียงประมาณร้อยละ 13.6 โดยเป็นรองเพียงภาคการเกษตรกรรมเท่านั้นที่มีการจ้างงาน ร้อยละ 38

กีฬาเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างไร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555) กล่าวถึงบทบาทของของการกีฬาในการสนับสนุนการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ การกีฬามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้านโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและสังคม กีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประชากรของประเทศให้เกิดศักยภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อุตสาหกรรมของการกีฬามีการขยายตัวไปอย่างก้าวกระโดดก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจมากมายมหาศาล ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารที่ทันสมัย การประชาสัมพันธ์ทำได้อย่างรวดเร็ว ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางกีฬาได้ง่ายและฉับไวขึ้น ก่อให้เกิดเป็นกระแสความนิยมซึ่งเริ่มมาจากการพัฒนาในวงการกีฬาของประเทศที่ได้ปรับเปลี่ยนนโยบายและการบริหารงานให้มีความเป็นสากลมากขึ้น การจัดแข่งขันกีฬาหลาย ๆ ประเภทจึงถูกยกระดับให้มีมาตรฐานขึ้นจนเป็นช่วงเวลาที่ก้าวไปสู่ความเป็นกีฬาอาชีพ การนำการกีฬามาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ใช้ความสำเร็จด้านการกีฬาสร้างความโดดเด่นของชาติ สร้างความรัก ความเป็นหนึ่งเดียวผ่านกลไกด้านการกีฬา เห็นได้จากการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬา กิจกรรมนันทนาการ และการจัดมหกรรมกีฬาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ทั้งระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับภายในประเทศ การแข่งขันกีฬาระดับโลก ได้แก่ การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลก หรือการแข่งขันระดับภูมิภาค ได้แก่ เอเชียเกมส์ หรือ ซีเกมส์ เป็นต้น เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เข้ามาใช้จ่ายเงินในประเทศ โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมกีฬาโลกสามารถสร้างรายได้รวมอยู่ที่ 5–6 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องประมาณ 3.8% ต่อปี ซึ่งสร้างผลทวีคูณทางเศรษฐกิจในอัตรา 2.3 สำหรับอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยนั้น ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโต 4.6% รัฐบาลจึงเร่งผลักดันแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560–2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้ในท้องถิ่นจากการจัดกิจกรรมกีฬา เป็นการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมกีฬา การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Sports Tourism) ให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจัดตั้งเมืองกีฬา (Sports City) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลาง (Hub) ด้านกีฬาในระดับภูมิภาคอาเซียน (ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

การกีฬาในแง่ของการท่องเที่ยวนอกจากจะมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศแล้ว หลายประเทศยังใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเทศตนเองให้เป็นที่รู้จักและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาชาวโลก ด้วยการจัดมหกรรมกีฬาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโอลิมปิก ฟุตบอลโลก หรือรายการชิงแชมป์ต่าง ๆ และไม่ว่าจะเป็นมหกรรมกีฬาในระดับสโมสรระดับชาติหรือระดับนานาชาติก็ตามนั้น ต่างก็มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศทั้งสิ้น และไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกีฬาจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพียงฝ่ายเดียว แต่ประเทศและเมืองต่าง ๆ ยังได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย นอกจากนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในประเทศแล้ว การท่องเที่ยวเชิงกีฬายังชักนำนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนชาวต่างชาติสู่การแข่งขันกีฬาต่าง ๆ และชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ (Fourie and Spronk, 2011)

จากนโยบายหลักของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ.2555-2559 มีการแบ่งเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกีฬาไว้ถึง 3 กลุ่มคลัสเตอร์ อันได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (ภาคเหนือตอนบน) กลุ่ม Royal Coast (ภาคใต้ตอนบน) และกลุ่ม Active Beach (ภาคตะวันออก) โดยที่กลุ่มการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) หนึ่งในสามกลุ่มเขตพัฒนาการท่องเที่ยวจากนโยบายภาครัฐ อันได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2556 โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 151,826 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะสามารถสร้างรายได้เกินกว่าเป้าหมายในปี พ.ศ.2558 (กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จึงเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากมีศักยภาพและความพร้อมหลายด้านที่เหมาะสมสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุด

จังหวัดระยอง นอกจากจะเป็นจังหวัดหนึ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) แล้ว ยังถูกยกให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (อีสเทิร์นซีบอร์ด) หรือเรียกว่าเป็น ระเบียงเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ที่รองรับการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาลทำให้ระยองเป็นจังหวัดที่มีโอกาสดีกว่าจังหวัดอื่น ๆ ในกลุ่มเดียวกันที่จะสามารถพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานระยอง เปิดเผยว่า จังหวัดระยองมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และ ททท. มีแผนชูศักยภาพของจังหวัดระยองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เน้นชูการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมุ่งเป้าไปที่นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพ กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มวัยเกษียณ (สำนักข่าวไทย, 2557)

จากเหตุผลดังที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับแนวโน้มและศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาด เฉพาะกลุ่ม (Niche) มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจด้านการกีฬา การออกกำลังกาย และการผจญภัย ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการเข้าไปทำการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก โดยเฉพาะจังหวัดระยองในฐานะเป็นจังหวัดที่รัฐบาลได้วางเป้าหมายส่งเสริมและพัฒนาเป็นระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ (EEC) ที่มีโอกาสสูงในการถูกพัฒนาส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควบคู่ไปกับด้านเศรษฐกิจของประเทศ

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง
2. เพื่อเสนอรูปแบบรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

## วิธีดำเนินการวิจัย

### การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง และสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง

1.2 นักกีฬาและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ นักกีฬาและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬานิตยชนิดหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่ว่าจะเข้าร่วมในลักษณะที่เป็นผู้เล่นหรือผู้ชมก็ตาม ตั้งแต่ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม ปี 2560 โดยกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมกีฬา (อีเวนต์) ใหญ่ของจังหวัด ได้แก่

1.2.1 อีซูซู โรโบแมน ไตรกีฬา 2017 วันที่ 4 มิถุนายน 2560 ณ ศูนย์กีฬาเรือพาย อ่างเก็บน้ำคลองบางไผ่ บ้านฉาง ระยอง

1.2.2 การแข่งขันไคท์บอร์ดชิงแชมป์ประเทศไทย ครั้งที่ 7 ประจำปี 2560 (7<sup>TH</sup> Rayong Kite boarding Thailand Championships) ระหว่างวันที่ 5-6 สิงหาคม 2560 ณ สโมสรเซิร์ฟคลับระยอง บริเวณชายหาดสวนสน จังหวัดระยอง

1.2.3 PTTGC ระยองมาราธอน 2017 วันที่ 26 พฤศจิกายน 2560 ณ ศูนย์พืชรักบี้สัตว์น้ำบ้านเพ ระยอง

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง ผู้อำนวยการการกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง และนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง จำนวนทั้งสิ้น 5 คน ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดด้านการท่องเที่ยวและมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ซึ่งจะได้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

2.2 นักกีฬาและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักกีฬาและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬานิตยชนิดหนึ่งในจังหวัดระยอง ไม่ว่าจะเข้าร่วมในลักษณะที่เป็นผู้เล่นหรือผู้ชมก็ตาม ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม ปี 2560 จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจะได้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data)

### ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์เอกสาร ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง กำหนดกรอบแนวคิด และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างเครื่องมือวิจัย อันได้แก่ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนรับผิดชอบโดยตรงด้านการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

#### ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยตนเองพร้อมทีมงานที่ได้มีการวางแผน ประชุมเตรียมความพร้อมในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลมาเป็นอย่างดี โดยการให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดระยอง ได้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง โดยตรงทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งนี้ได้มีการติดต่อนัดหมายวัน เวลา สถานที่ การเข้าสัมภาษณ์ และได้ส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้ที่จะมีสัมภาษณ์ล่วงหน้า โดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-dept Interview)

3. นำข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กระบวนการทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

4. นำข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีการจัดการ 4M's ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดกีฬา Marketing Mix 8P's (สันติภาพ เตชะวนิช, 2553) ทฤษฎี Tourism Destination and Tourism Product (Dickman, 1996) และ ทฤษฎี Tourist Supply Chain (Piboonrungraj and Disney, 2009) เพื่อให้ได้ร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้

5. ขั้นตอนในการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง โดยใช้การวิพากษ์จากผู้ที่มีประสบการณ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิเหล่านี้เป็นตัวแทนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการ ได้แก่ นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์และอุตสาหกรรม นักวิชาการด้านการจัดการกีฬา ผู้บริหารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้บริหารจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการจัดมหกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

6. นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้ทรงคุณวุฒิไปปรับปรุงแก้ไขร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

7. เขียนสรุปเพื่อนำเสนอรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

### ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มาจากแบบสอบถามโดยใช้กระบวนการทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) จากนั้นแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายเชิงพรรณนา (Descriptive Method)

2. นำข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีการจัดการ 4M ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดกีฬา Marketing Mix 8P (สันติภาพ เตชะวนิช, 2553) ทฤษฎี Tourism Destination and Tourism Product (Dickman, 1996) และ ทฤษฎี Tourist Supply Chain (Piboonrungraj and Disney, 2009) เพื่อให้ได้ร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยองที่มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้

3. สร้างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

4. ขั้นตอนในการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง โดยใช้การวิพากษ์จากผู้ที่มีประสบการณ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ



ด้านการจัดการกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เหล่านี้เป็นตัวแทนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการ ได้แก่ นักวิชาการ ด้านเศรษฐศาสตร์และอุตสาหกรรม นักวิชาการด้านการจัดการกีฬา ผู้บริหารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้บริหารจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านการจัด มหกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

5. นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้ทรงคุณวุฒิ ไปปรับปรุงแก้ไข ร่างรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ของจังหวัดระยอง

6. เขียนสรุปเพื่อนำเสนอรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสถานการณ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยองและเพื่อพัฒนารูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
3. ข้อวิจารณ์

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูล เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 54.62 เป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 45.38 และกลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 เป็นเพศหญิง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพบริษัทเอกชน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.50 รองลงมา มีรายได้ 120,001-150,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศไทย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่นี้ 2-3 ครั้งต่อปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมา มีความถี่ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย 2-3 ครั้งต่อปี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา มีความถี่ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาครั้งละ 2-3 วัน จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา ใช้เวลาครั้งละ 1 วัน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมา ใช้จ่ายครั้งละ 60,001-90,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในลักษณะเดินทางท่องเที่ยวกับญาติและครอบครัว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมา เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัว (รถยนต์, รถจักรยานยนต์, รถจักรยาน) ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ใช้รถเช่า (รถยนต์, รถจักรยานยนต์, รถจักรยาน) จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า หมู่เกาะเสม็ด มากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมาคือ หมู่เกาะมัน-แหลมแม่พิมพ์ ปากน้ำประแส จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทว่ายน้ำ/ดำน้ำ/กีฬาทางน้ำ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา คือ การวิ่งชมเมือง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลาย ความเครียดในสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ ต้องการออกกำลังกาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่และท้าทาย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 รองลงมา คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายในพื้นที่ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการอยู่เที่ยวนานขึ้นอีกว่า มีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา คือ ต้องการสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยไปสัมผัส จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆที่หลากหลาย สำคัญมากเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักได้มาตรฐานและหลากหลาย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ จากข้อคำถามทั้งหมด 7 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.84$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 4.02$ )

3.2 ด้านความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.88$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานการบริการที่ดี เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 4.03$ )

3.3 ด้านความสะดวกในการเดินทาง พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.02$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การมีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายทาง อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 4.06$ )

3.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆพบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.91$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การมีที่จอดรถอย่างเพียงพอและปลอดภัย อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.98$ )

3.5 ด้านที่พัก พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ที่พักมีความหลากหลายด้านราคาเพื่อความเหมาะสมในการเลือกใช้บริการ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.89$ )

3.6 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆพบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่ผสมผสานการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.87$ )

3.7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.80$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.87$ )

3.8 ด้านความปลอดภัย พบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีบุคลากรประจำศูนย์พยาบาลและอุปกรณ์การช่วยชีวิตในแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.84$ )

#### ส่วนที่ 4 ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4.1 ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.75$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.95$ )

4.2 ด้านความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการแหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.64$ )

4.3 ด้านความสะดวกในการเดินทาง พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายทาง อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.72$ )

4.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีการจัดเก็บขยะ ระบบกำจัดขยะ และบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสม อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.76$ )

4.5 ด้านที่พัก พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการให้มีพื้นที่สำหรับการกางเต็นท์พักผ่อนที่ปลอดภัยอย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.75$ )

4.6 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.83$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ต้องการมีกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่น่าสนใจหมุนเวียนสลับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องและต้องการให้มีกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่ผสมผสานการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.88$ )

4.7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีบริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในรอบปี และต้องการให้สามารถเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางโซเชียลมีเดียได้อย่างละเอียด อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 3.84$ )

4.8 ด้านความปลอดภัย พบว่า ระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการให้มีบริการอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ เช่น เสื้อชูชีพ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{x} = 4.06$ )

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นด้านประสบ การณ์การเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในภาพรวม นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ได้รับประสบการณ์ที่ดี ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่จังหวัดระยอง มีความประทับใจ และพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่มีประเด็นเรื่องเกี่ยวกับห้องน้ำสาธารณะที่ต้องการให้ปรับปรุงดูแลความสะอาดและความปลอดภัย และประเด็นเกี่ยวกับสัญญาณโทรศัพท์ในบางพื้นที่เป็นจุดอับสัญญาณ

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ความคิดเห็นที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง ในภาพรวมได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีความเจริญอยู่ในระดับสูง เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออก มีการเติบโตในภาคอุตสาหกรรมและการลงทุนขนาดใหญ่อย่างชัดเจน การที่รัฐบาลได้วางเป้าหมายและยกระดับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมให้เป็นพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) นั้น ส่งผลดีต่อจังหวัดเพราะได้รับอานิสงส์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว สามารถเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ได้ทั้งในและต่างประเทศ การบริการด้านสถานที่การจัดประชุมระดับนานาชาติที่ทำให้ผู้คนหลังไหลเข้ามามากมาย จึงส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดด้วย อีกทั้งแผนงานด้านกีฬาและกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ได้นำมาเป็นจุดขายเป็นตัวเสริมเพื่อชูการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เพิ่มขึ้น เห็นได้จากทั้งส่วนงานของภาครัฐและเอกชนที่ได้ผลผลิตเปลี่ยนเวียนเข้ามาจัดกิจกรรมในพื้นที่ของจังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมการวิ่งและการปั่นจักรยานที่มีอีเวนต์เยอะขึ้นอย่างชัดเจนและกระจายตัวไปยังชุมชนมากขึ้นด้วย

ด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลายระดับ ตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างเช่น เกาะเสม็ด และหมู่เกาะมัน ที่จัดเป็น Unseen ของนักดำน้ำทั่วโลก ทางจังหวัดเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นที่มาของรายได้ของคนพื้นเพของจังหวัดระยอง ทางจังหวัดจึงได้จัดระเบียบและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำสาธารณะ จุดบริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ของจังหวัดยังมีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางจังหวัดเน้นเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยสนับสนุนให้หน่วยงานนำกิจกรรมต่าง ๆ เข้าไปจัดในพื้นที่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนแหล่งชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดให้สามารถบริหารจัดการตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยดึงเอาวิถีชุมชนดั้งเดิมเป็น จุดขายบวกกับกิจกรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ พร้อมทั้งการบริการสินค้าชุมชนโอท็อป (OTOP) ที่มีคุณภาพ

ด้านนโยบาย/การวางแผนดำเนินงาน เป็นไปตามปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี ซึ่งกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดระยอง โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหมุนเวียนต่อเนื่องกันในทุกๆเดือน โดยปกติได้มีการประชุมความร่วมมือกันในทุก ๆ 3 เดือน (ไตรมาส) เป็นประจำอยู่แล้ว แผนการดำเนินงานจึงไม่ซ้ำซ้อนกันมากนัก และมีความพยายามในการจัดเวทีให้สอดคล้องกับปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปีที่มีอยู่เดิม เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย และให้นักท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวให้อยู่ต่อนานขึ้น หรือต้องวางแผนกลับมาท่องเที่ยวใหม่ในช่วงที่มีการจัดงาน มีความร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดมีส่วนช่วยในการพัฒนาระบบการขาย งานส่งเสริมการขาย โดยจัดให้มีการแสดงสินค้า เช่น การเรียนรู้วิถีชุมชน การจัดงานนิทรรศการทางการค้าชุมชน การหาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน

แนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า หน่วยงานทุกภาคส่วนต้องสรรหากิจกรรมกีฬาและนันทนาการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชุมชน และดำเนินการจัดงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดโดยอาศัยบุคลากรและความร่วมมือในชุมชนต่าง ๆ เพื่อเป็นการลดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากร แต่ให้ปรับเปลี่ยนเป็นการสร้างรายได้ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ให้สิทธิ์ออกร้านสินค้าชุมชนภายในงาน การให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ให้แต่ละชุมชนนำกีฬาและกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เข้าไปจัดภายในพื้นที่อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นตัวเสริมและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่นั้น ๆ หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันไปในแต่ละอำเภอโดยมีการส่งต่อกิจกรรมกันให้มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยวประจำปีของจังหวัด ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างยั่งยืน และเพื่อเปิดโอกาสในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของชุมชนนั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จัก โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้สนับสนุนดูแล นอกจากนี้การนำกีฬาและกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เข้ามาจัดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นจำเป็นต้องหาจุดเด่นหลาย ๆ อย่างในหลาย ๆ พื้นที่มาผนวกรวมกัน เช่น ด้านความสวยงามของพื้นที่ ด้านสินค้าชุมชน ด้านวิถีชีวิตชุมชน ด้านอาหาร เป็นต้น โดยเชื่อว่าหากจัดกิจกรรมในลักษณะดังกล่าวนี้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีจะสามารถสร้างรายได้ให้การท่องเที่ยวของจังหวัดให้เพิ่มขึ้นได้

### 3. ข้อวิจารณ์

จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แสดงให้เห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมต่างๆในพื้นที่ซึ่งบางคนอาจเคยมาก่อนหน้านี้แล้ว เป็นการใช้เวลาในช่วงวันหยุดหรือช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากหน้าที่การงานเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนฝูง ครอบครัว โดยปัจจัยในข้อนี้เกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความอยาก และความต้องการภายในตัวของนักท่องเที่ยวเอง ซึ่ง ฉลอง พิมลสมพงศ์ (2531, อ้างถึง นรินทร์ หลิมไพโรจน์, 2554) ได้กล่าวไว้ว่า การมีเงินและมีเวลาในการท่องเที่ยวแค่เพียงอย่างเดียว นั้นไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ หากนักท่องเที่ยวไม่มีความตั้งใจที่จะไปยังสถานที่หรือจุดหมายนั้น ๆ การที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการท่องเที่ยวไม่เหมือนกันนี้อาจถูกกระตุ้นจากสิ่งต่าง ๆ สิ่งเหล่านั้นอาจทำให้ความตั้งใจในการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวนั้น มีอยู่ 4 ประการด้วยกัน ได้แก่ ตัวกระตุ้นด้านกายภาพ ตัวกระตุ้นด้านวัฒนธรรม ตัวกระตุ้นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และตัวกระตุ้นด้านฐานะและชื่อเสียง ในการนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวในเชิงของการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) ตัวกระตุ้นด้านกายภาพ
- 2) ตัวกระตุ้นด้านวัฒนธรรม
- 3) ตัวกระตุ้นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- 4) ตัวกระตุ้นด้านฐานะและชื่อเสียง

การที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมนั้น แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการจัดงานตั้งแต่ระดับนโยบายลงมาถึงระดับปฏิบัติ มีความร่วมมือ เกื้อหนุนประสานงานกัน มีการวางแผนการจัดงานอย่างเป็นระบบขั้นตอน ทำให้เกิดความพร้อมในทุก ๆ ด้านขึ้นได้ จึงสามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง เป็นระเบียบ มีความใส่ใจ และต้องมีความรู้ในหลักการบริหารจัดการที่ดีด้วย ซึ่งหลักในการบริหารจัดการโดยทั่วไปนั้นควรต้องคำนึงถึงใน 4 ประเด็นหลัก (4M's) ได้แก่

- 1) ด้านบุคลากร (Man) สามารถสร้างความสุข สร้างรอยยิ้ม และการบริการที่ดี
- 2) ด้านงบประมาณ (Money) ต้องสามารถบริหารการใช้งบประมาณได้อย่างคุ้มค่า คุ้มประโยชน์
- 3) ด้านทรัพยากร (Material) การใช้กิจกรรมกีฬาเข้าไปผนวกกับธรรมชาติอันสวยงามที่มีอยู่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ยิ่งทำให้เกิดความน่าสนใจ มีแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่
- 4) ด้านการจัดการ (Management) ต้องมีการบริหารจัดการกิจกรรมกีฬาในแต่ละอย่างให้เป็นอย่างดี เนื่องจากกิจกรรมเหล่านั้นมีลักษณะที่เป็นมวลชน (Mass) คือ รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่จะเข้ามาทำกิจกรรมหากไม่มีแผนการจัดงานที่ดีแล้วนั้น อาจก่อให้เกิดความวุ่นวายและไม่เป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายเงินเพื่อมารับบริการในงานดังกล่าวได้

## สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัยเป็นการทำวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากภาครัฐและเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระยอง ผู้อำนวยการการกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดระยอง ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง และนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง จำนวนทั้งสิ้น 5 คน และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ได้จากการให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตอบแบบสอบถาม โดยเข้าเก็บข้อมูลตั้งแต่ช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม ปี 2560 จากกิจกรรมกีฬา (อีเวนต์) ใหญ่ของจังหวัด ได้แก่ อีซูซู โรโบแมน ไตรกีฬา 2017 การแข่งขันโค้ท์บอร์ดซิงแชมป์ประเทศไทย ครั้งที่ 7 ประจำปี 2560 และ PTTGC ระยองมาราธอน 2017 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย โดยการตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 2 ข้อ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานในบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาท และเดินทางมาจากประเทศไทย

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

- 2.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่จังหวัดระยอง 2-3 ครั้งต่อปี เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย 2-3 ครั้งต่อปี ใช้เวลาการท่องเที่ยวเชิงกีฬารั้งละ 2-3 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้งน้อยกว่า 30,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับญาติและครอบครัว โดยใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ชอบมากที่สุด คือ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทว่ายน้ำ/ดำน้ำ/กีฬาทางน้ำ โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดในสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ โดยส่วนใหญ่คิดว่าสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่และท้าทาย และให้เหตุผลในการอยู่ท่องเที่ยวต่อว่า ต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเรียงลำดับจากความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่หลากหลาย สำคัญมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักได้มาตรฐานและหลากหลาย ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมในด้านความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด และมีความพึงพอใจในแต่ละด้าน ดังนี้

3.1 ด้านความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานการบริการที่ดี

3.2 ด้านความสะดวกในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการมีเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายทาง

3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการมีที่จอดรถ อย่างเพียงพอและปลอดภัย

3.4 ด้านที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับที่พักมีความหลากหลายด้านราคา เพื่อความเหมาะสมในการเลือกใช้บริการ

3.5 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการมีกิจกรรม กีฬาและนันทนาการที่ผสมผสานการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

3.6 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดีย ในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ

3.7 ด้านความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับการมีบุคลากรประจำ ศูนย์พยาบาลและอุปกรณ์การช่วยชีวิตในแหล่งท่องเที่ยว

4. ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยรวมในด้านความปลอดภัยมากที่สุด และมีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวใน แต่ละด้าน ดังนี้

4.1 ด้านความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่ต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

4.2 ด้านความสะดวกในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาที่ต้องการให้มีเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลายทาง

4.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่ต้องการให้มีการจัดเก็บขยะ ระบบกำจัดขยะ และบำบัดน้ำเสียที่เหมาะสม

4.4 ด้านที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต้องการให้มีพื้นที่ สำหรับกางเต็นท์พักแรมที่ปลอดภัยอย่างเพียงพอ

4.5 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาที่ต้องการมีมหกรรมกีฬาและนันทนาการที่น่าสนใจหมุนเวียนสลับเปลี่ยนกันอย่างต่อเนื่องและต้องการให้มี กิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่ผสมผสานการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

4.6 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาที่ต้องการให้มีบริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในรอบปีและต้องการให้สามารถ เข้าถึงข้อมูลท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางโซเชียลมีเดียได้อย่างละเอียด

4.7 ด้านความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต้องการให้มีอุปกรณ์ป้องกันต่าง ๆ เช่น เสื้อชูชีพ

5. ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงใช้แบบสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

5.1 ความคิดเห็นที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดระยอง ในภาพรวมได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า

5.1.1 จังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการเติบโตในภาคอุตสาหกรรมและการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น ด้านการคมนาคมขนส่ง

5.1.2 เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ได้ทั้งในและต่างประเทศได้อย่างสะดวกทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ

5.1.3 จังหวัดระยองมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลายระดับตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างเช่น เกาะเสม็ด และหมู่เกาะมัน

5.1.4 จังหวัดมีการจัดระเบียบและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำสาธารณะ จุดบริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ด้านความปลอดภัย

5.1.5 มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทางจังหวัดเน้นเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยสนับสนุนให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกจังหวัด นำกิจกรรมต่างๆเข้าไปจัดในพื้นที่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนแหล่งชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด

5.1.6 สนับสนุนแหล่งชุมชนต่างๆในจังหวัดให้สามารถบริหารจัดการตนเองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยดึงเอาวิถีชุมชนดั้งเดิมเป็นจุดขาย บวกกับกิจกรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ พร้อมทั้งการบริการสินค้าชุมชนโอท็อป (OTOP) ที่มีคุณภาพ

5.1.7 มีการวางนโยบายและวางแผนการดำเนินงาน ให้เป็นไปตามปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปีโดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหมุนเวียนต่อเนื่องกันในทุกๆเดือน และพยายามจัดอีเวนต์กีฬาให้สอดคล้องกับปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปีที่มีอยู่เดิม เพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยและให้นักท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนแผนการท่องเที่ยวให้อยู่ยาวนานขึ้นหรือกลับมาท่องเที่ยวใหม่ในช่วงที่มีการจัดงาน

5.2 ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข ในภาพรวมมีความคิดเห็นที่ว่า

5.2.1 สภาพปัญหาที่กระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมพิษด้านอากาศในเมืองมากกว่าที่อื่น ๆ เนื่องจากเป็น เขตอุตสาหกรรมและการจราจรที่คับคั่งในช่วงเวลาเช้าและเย็น

5.2.2 สภาพปัญหาด้านการท่องเที่ยวในบางพื้นที่การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอาจยังไม่สะดวกนักเนื่องจากไม่มีรถสาธารณะผ่าน จึงอาจทำให้มีทางเลือกในการเดินทางน้อยและมีค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทาง

5.2.3 แนวทางแก้ไขปัญหา มีการพัฒนาเส้นทางใหม่ๆการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การจัดการผู้ให้บริการด้านคมนาคมในจังหวัดให้ครอบคลุมพื้นที่และมีการประสานงานกับเทศบาลท้องถิ่นเพื่อให้สามารถใช้บริการและการบริการอื่น ๆ ได้อย่างเพียงพอ

5.3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนารูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดระยอง ในภาพรวมได้มีความคิดเห็นที่ว่า

5.3.1 หน่วยงานทุกภาคส่วนต้องสรรหากิจกรรมกีฬาและนันทนาการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับวิถีชุมชน และดำเนินการจัดงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดโดยอาศัยบุคลากรและความร่วมมือในชุมชนต่าง ๆ

5.3.2 ให้แต่ละชุมชนนำกีฬาและกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เข้าไปจัดภายในพื้นที่อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นตัวเสริมและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่นั้น ๆ หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันไป

5.3.3 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการงานอีเว้นต์ต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างยั่งยืน และเพื่อเปิดโอกาสในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของชุมชนนั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จัก โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้สนับสนุนดูแล

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อเสนอรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาและที่ได้กล่าวมาทั้งหมดแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำมาสรุปวิเคราะห์เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์ หรือ Demand) และผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (อุปทาน หรือ Supply) ดังนี้ ความต้องการของนักท่องเที่ยว คือ การที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นอยากที่จะไปท่องเที่ยว ณ ที่ใดที่หนึ่งอยากเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่งและมีความสามารถจ่ายค่าบริการต่าง ๆ โดยอาจมีการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวผ่านตัวแทนจำหน่ายหรือซื้อกับผู้ขายโดยตรง

ในที่นี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (อุปทาน หรือ Supply) เป็นหลักเพื่อจะนำไปจัดทำรูปแบบกิจกรรมกีฬาที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังนี้ โดยกิจกรรมหลักในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้มี 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมกีฬา ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง/ข้อมูลการเดินทาง ซึ่งผู้ประกอบการและผู้ให้บริการควรต้องให้ความสำคัญโดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาที่ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ต้องมีความแปลกใหม่ มีความแตกต่าง ต้องตอบสนองความต้องการที่เป็นแบบเฉพาะตัวแก่นักท่องเที่ยว มีความดึงดูดใจ ชูใจ มีการแนะนำบริการที่ดี จนเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น สามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ตื่นเต้น เพลิดเพลิน เกิดจากการคาดเดา สร้างความประทับใจ และสร้างคุณค่าทางจิตใจได้ จนทำให้เกิดการติดตามและมาใช้บริการซ้ำ หรือบอกต่อแก่คนอื่น ๆ ให้มาเข้าร่วมกิจกรรมในโอกาสต่อไป นอกจากนี้โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังมีอีก 4 องค์ประกอบสนับสนุน ได้แก่ การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ระบบโครงสร้างสาธารณะพื้นฐาน อุปกรณ์/เทคโนโลยีการผลิตสิ่งของต่าง ๆ แหล่งน้ำ/แหล่งพลังงาน สิ่งเหล่านี้จะต้องถูกพัฒนาและมีการคัดเลือกรักษาให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่จะถูกจัดขึ้น อีกทั้งยังต้องมีการประเมินผลการใช้ทรัพยากรดังกล่าวนี้ด้วยว่าถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่าคุ้มประโยชน์หรือไม่

ฉะนั้น ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงควรต้องใช้หลักการส่งเสริมการตลาดเข้ามาเป็น ตัวช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่าง ๆ ที่สามารถเน้นการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นมากยิ่งขึ้นหลายส่วนให้ครบรอบด้านเพื่อเชื่อมโยงสู่การทำธุรกิจที่ทันสมัย เน้นการสร้างผลกำไรสูงสุดบนความพอใจของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการใช้หลัก Marketing Mix 8p สำหรับการจัดการกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่ใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังนี้

1. Product กิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่จะถูกนำมาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหลักหรือเป็นกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ นั้น ควรต้องเป็นกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ท้องถิ่น จัดตามฤดูกาลที่เหมาะสมสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. Price ราคาค่าบริการต้องถูกกำหนดอย่างเหมาะสม ดูแล้วสมเหตุสมผลและมีความคุ้มค่ากับกิจกรรมและบริการแก่นักท่องเที่ยว

3. Place สถานที่สำหรับจัดกิจกรรมกีฬาและนันทนาการนั้น ควรต้องคัดเลือกและสรรหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีความสมบูรณ์สวยงาม มีบรรยากาศดี มีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวกและหลากหลายช่องทาง



4. Promotion การจัดโปรโมชั่นในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ทำให้บริการและผู้ประกอบการสามารถจัดแพคเกจการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมกีฬาและกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมกัน

5. People กิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่จะจัดขึ้นนั้น ต้องวิเคราะห์ว่าจัดสำหรับใคร (กลุ่มเป้าหมาย) ตรงกับผลิตภัณฑ์และบริการของผู้จัดหรือความต้องการของผู้สนับสนุนกิจกรรม (สปอนเซอร์) ที่ต้องการสื่อสารไปยังคนกลุ่มนั้น ๆ หรือไม่ มากน้อยเท่าไร และกลุ่มคนเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตหรือไม่ อย่างไร

6. Presentation การนำเสนอข้อมูลหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์และบริการทางการกีฬานั้นต้องมีรายละเอียดที่ชัดเจน สามารถเข้าถึงได้ง่าย จดจำได้ง่าย และควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบถึงความพร้อมของงาน

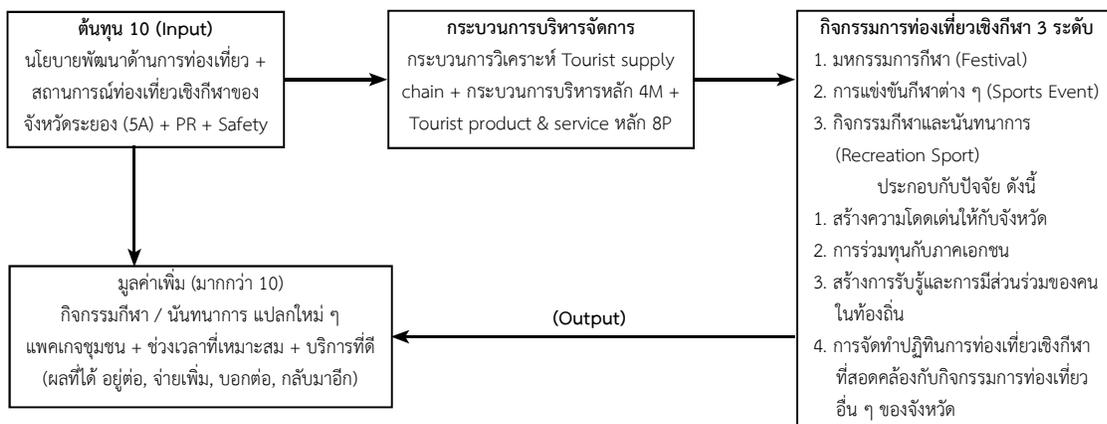
7. Public Responsibility การจัดกิจกรรมกีฬาต้องมีความเป็นธรรม ยึดตามระเบียบกฎหมาย เน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมให้มากที่สุด

8. Process กระบวนการบริหารจัดการกิจกรรมกีฬาต้องทำอย่างเป็นขั้นตอน มีผู้รับผิดชอบในแต่ละฝ่ายที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพข้างต้นทำให้ทราบว่า จังหวัดระยองมีต้นทุนด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา อยู่ในระดับมากทุก ๆ ด้าน) มีความได้เปรียบจังหวัดอื่นที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจากนโยบายเขตพัฒนาอุตสาหกรรม (EEC) ที่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมกับด้านเศรษฐกิจ ทำให้จังหวัดระยองมีศักยภาพสูงในการที่จะพัฒนาให้เป็น Sport Hub ของภาคตะวันออก เป็น Destination ใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคเอเชียได้ ซึ่งแนวทางการพัฒนาจังหวัดระยองให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยแห่งความสำเร็จอยู่ 4 ประการ คือ

1. สร้างความโดดเด่นให้กับจังหวัดจากสโลแกนการท่องเที่ยวจังหวัดที่ว่า “Surprise Rayong” โดยใช้กีฬาที่มีศักยภาพสูงและแปลกใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. การร่วมทุนกับภาคเอกชน จังหวัดต้องมีศักยภาพพอที่จะดึงภาคเอกชนให้มาร่วมทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. สร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นให้เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจด้านการกีฬาและการท่องเที่ยวของจังหวัด
4. การจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัดและกิจกรรมกีฬาให้สอดคล้องกันเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยสามารถสรุปและเสนอเป็นรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง ได้ดังนี้



## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554, 12 กันยายน). *ปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/?s=ปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยว>
- กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). สถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ไตรมาสที่ 1 ปี 2558. *รายงานภาวะเศรษฐกิจกิจท่องเที่ยว Tourism Economic Review*, 2, 12-18. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7534](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7534)
- นรินทร์ หลิมไพโรจน์. (2554). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- วินัสยา สุริยาธานินทร. (2558). *ภาคบริการแรงขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- สำนักข่าวไทย. (2557, 1 กันยายน). *ททท.ชูศักยภาพระยองบูมท่องเที่ยว 58 เชิงสุขภาพ*. สืบค้นจาก [http://www.mcot.net/site/content?id=54046042be047022e28b45a7#.V3tmo\\_mLTrc](http://www.mcot.net/site/content?id=54046042be047022e28b45a7#.V3tmo_mLTrc).
- สำนักงานใหญ่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2561, 16 พฤษภาคม). กทท.ผุดเมืองกีฬา Sports City มุ่งสร้างอุตสาหกรรมกีฬาครบวงจร. *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1282371>
- เสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล. (2558). *บทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ ภาคบริการท่องเที่ยวของไทย: ความสำคัญ ความท้าทาย และความยั่งยืน ตอนที่ 2*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib\\_/Article\\_11\\_11\\_58.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article_11_11_58.pdf).
- Dickman S. (1996). *Tourism: An introductory text* [2<sup>nd</sup> ed]. Sydney: Hodder Education.
- Fourie, J., Siebrits, K., and Sponk, K. (2011). Tourist displacement in two South Africa sport mega events. *Development Southern Africa*, 8(3), 361-365.
- Piboonrunroj, P., and Disney, S. M. (2009). Tourism supply chains: A conceptual framework. *PhD network conference*, 132-149. Nottingham, UK.