

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความกรุณาและด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.อัศวิน จันทระสม ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยดีตลอดระยะเวลาการดำเนินการจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในระหว่างการศึกษา ขอขอบพระคุณ สโมสรสรชลบุรี เอพีซีที่ให้ความร่วมมือในการใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลวิจัย ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และครอบครัวที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มศึกษาจนกระทั่งทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี ที่เป็นแหล่งให้เรียนรู้ชีวิต และสังคมของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระดับปริญญาโท ทั้งนี้เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน คุณค่าและความดีงามอันใดเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขออุทิศแด่ครูอาจารย์ผู้มีพระคุณและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

ภาภัสสร หิรัญ

2562

## บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือน สโมสรชลบุรีเอฟซี
ชื่อ สกุลผู้วิจัย	นางสาวภาภัสสร หิรัญ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา, คณะ	การจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์
ปีที่ส่งวิทยานิพนธ์	2562
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.อัศวิน จันทระสม

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้เครื่องมือในการวิจัยจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) มีค่า IOC (Index of item Objective Congruence) เท่ากับ .94 นำมาทดสอบแบบสอบถาม (try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (test-retest reliability) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบร็ค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .75 ก่อนนำมาเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 จำนวน 400 คน ณ สนามชลบุรี สเตเดียม เพื่อหาค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตามกรอบแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's)

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี ตามกรอบแนวคิดทฤษฎี จาก 5 องค์ประกอบ เมื่อนำมาเรียงตามลำดับ พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกมีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านกิจกรรม (Activities) มีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านการเข้าถึง (Access) มีค่าเฉลี่ย 3.97 ด้านที่พัก (Accommodation) มีค่าเฉลี่ย 3.83 และลำดับน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.70

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรรชลบุรีเอพี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วมในการพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ สำหรับคนที่สนใจในกีฬามากยิ่งขึ้น ควรพัฒนาพื้นที่และปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีเพียงพอต่อการใช้ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, องค์ประกอบการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยการจัดการกีฬาแห่งชาติ

## ABSTRACT

Thesis Title	Sport tourists behavior based on the tourism elements team visited Chonburi
Researcher's name	Ms. Papudsorn Hirun
Degree	Master of Art
Disciplines, Faculty	Sport and Recreation management, Faculty of Liberal Arts
Year	2019
Advisor Committee	Assawin Chanthonsarasom, Ph.D.

The purpose of the research were 1) to study tourist behaviors in sport tourism of the visiting team for Chonburi FC, 2) To study tourist behaviors in sport tourism based on the tourism components of the visiting teams for Chonburi FC, and 3) To present the guidelines to the development of sport tourism according tourist behaviors in sport tourism based on the tourism components of the visiting teams for Chonburi FC.

The study adopted the quantitative research method for observing the tourist behaviors in sport tourism based on the tourism components of the visiting team for Chonburi FC. The research was conducted based on the theoretical framework and methodology of the research was questionnaire with validity of .93 and reliability of .75 from the pilot test. The sample group of this research was 400 sport tourists who attended the match of football Toyota Thai league 2018 competition at Chonburi stadium. The data was analyzed in term of statistic for mean, percentage, and standard deviation. The data was categorized into gender, age, status, occupation, and income and was analyzed based on 5A framework.

The results showed the tourist behaviors in sport tourism based on the tourism components of the visiting teams for Chonburi FC according to the 5 tourism components. When statistically ordering the 5 tourism components, it was found that the tourist behaviors in sport tourism according to the tourism component of attraction received the highest average rate of 4.08, followed by the tourism component of activities with the average rate of 4.10, the tourism component of access with the average rate of 3.97, the tourism component of accommodation with the average rate of 3.83 and the tourism component of amenities with the average rate of 3.70.

Referring to the discussion of the tourist behaviors in sport tourism based on the tourism components of the visiting team for Chonburi FC, the related organization should take part in developing and enhancing the sport tourism in order to encourage the new type of tourism for those who are interested in sport. The areas and facilities should also be improved to sufficiently respond to the needs of the tourists in sport tourism. Public relations should also be frequently arranged.

Keywords: Tourist Behavior, Sport Tourism, Component of Tourism

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากที่ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางแห่งหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย เปรียบเสมือนทุนทางเศรษฐกิจที่ได้กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ทั้งด้านวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น ทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ตามลักษณะภูมิประเทศ จากสถิติตัวเลขนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.79 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) นอกจากนั้นรายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้ประชาชนและเป็นการกระจายเงินสู่ท้องถิ่นได้ทุกภาคส่วน เช่น ผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการในชุมชน เป็นต้น

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก รัฐบาลมีแผนงานการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมาเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอีกแบบที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬาของบุคคลเหล่านี้ ผู้ซึ่งเป็นนักกีฬา ผู้ฝึกสอน ทีมงานสนับสนุน หรือผู้เข้าชม ทำให้เกิดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการจัดแข่งขันกีฬาและสถานที่จัดแข่งขัน ส่งผลทางตรงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เกิดการจับจ่ายใช้สอยผ่านค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สามารถสนับสนุนเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น ส่งผลให้ราคาของสินค้าและบริการ รวมถึงช่วยสร้างงานสำหรับคนในท้องถิ่นได้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งล้วนเป็นผลดีที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากผลกระทบที่ดีทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ผลกระทบที่ดีทางด้านอื่น ๆ เช่น ด้านวัฒนธรรมและสังคม การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนช่วยส่งเสริมความหลากหลายของกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสังคมของแต่ละจุดหมายปลายทาง เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำความเข้าใจวัฒนธรรมและสังคม ส่วนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยเพิ่มปริมาณของสวนสาธารณะและพื้นที่นันทนาการ อีกทั้งจัดให้มีสิ่งจูงใจสำหรับการฟื้นฟูประวัติศาสตร์อาคารและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงควรเตรียมความพร้อมของสถานที่จัดแข่งขัน เช่น เส้นทางคมนาคม ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก แม้กระทั่งสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ในชุมชนก็ได้รับการพัฒนาเช่นกัน

ในปัจจุบัน “การกีฬา” มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมเป็นอย่างมาก กีฬาจัดเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้ประชาชนมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สภาพจิตใจ และสภาวะด้านอารมณ์แจ่มใส รู้จักอดทน เสียสละ มีความรักใคร่สามัคคี รู้จักให้อภัย มีสมาธิในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้รู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ การที่ประชาชนในชาติออกกำลังกายโดยการเล่นกีฬา ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้าน

สติปัญญา กีฬาฟุตบอลเป็นเกมส์กีฬาที่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ไม่มีความซับซ้อน แต่ต้องใช้ความเป็นมืออาชีพในการบริหารและจัดการ การแข่งขันกีฬาฟุตบอลเป็นเกมส์กีฬาที่ได้รับความนิยมจากประชากรของโลกสูงที่สุด เป็นกีฬาเพียงชนิดเดียวที่ทำให้ประชากร 2 ใน 3 ของโลกให้ความสนใจ คลั่งไคล้ และติดตามชมการแข่งขัน ฟุตบอลเป็นกีฬาที่นำมาซึ่งความหวัง เป็นการนำความบันเทิงมาสู่ผู้เล่น และนำความบันเทิงมาสู่ผู้ชม (Blatter. 2550) โดยส่วนใหญ่รายได้ทางการกีฬาจะมาจากการแข่งขันกีฬาแบบลีกอาชีพและการแข่งขันในระดับนานาชาติ และเมื่อขนาดของตลาดของธุรกิจการกีฬาฟุตบอลมีการขยายตัวอันเป็นผลจากที่สโมสรฟุตบอลสามารถประสบความสำเร็จ สามารถสร้างรายได้ของตนเองให้มากขึ้นและดำรงตนอยู่ได้ ดังตัวอย่างในทวีปยุโรปสามารถที่จะพิสูจน์ได้ถึงกระแสความสนใจจากผู้ชมและก่อให้เกิดรายได้จากค่าผู้สนับสนุน (สปอนเซอร์) ประจําการแข่งขัน ค่าผู้สนับสนุน (สปอนเซอร์) ประจําทีมฟุตบอล ค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดโทรทัศน์ ค่าลิขสิทธิ์สินค้า และค่าบัตรผ่านประตู ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จของสโมสรฟุตบอล ปัจจุบันในทวีปเอเชีย ลักษณะของการกีฬาสามารถเป็นกระบวนการในการสร้างรายได้ และระบบการสร้างรายได้ของการกีฬาจะถูกเปลี่ยนแปลงโดยการใช้สื่อและการมีผู้สนับสนุนและการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา

กีฬาฟุตบอลเป็นเกมส์กีฬาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ซึ่งในประเทศไทยเองก็ได้มีการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 แต่ไม่ได้รับความนิยมและการตอบรับจากประชาชนเท่าที่ควร จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2551 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับการกีฬาแห่งประเทศไทยได้จัดตั้งบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด เพื่อบริหารจัดการระบบและกำหนดกฎเกณฑ์การจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพแห่งประเทศไทยขึ้นมาใหม่ทั้งหมด การจัดการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของธุรกิจด้านการกีฬาจึงส่งผลต่อปริมาณผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2558 มีผู้ชมในสนามทั้งหมด 1,870,412 คน ผู้ชมในสนามเฉลี่ยต่อนัด 6,297 คน การเปลี่ยนแปลงในโลกของกีฬาฟุตบอลได้เปลี่ยนจากกีฬาสมัครเล่นเป็นอุตสาหกรรมด้านกีฬาอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจัยที่วัดความสำเร็จคือร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) การแผ่กระจายข่าวสารผ่านสื่อและการชิมชั้วข่าวสารของผู้ชม เป็นต้น ในส่วนของผู้ชมการแข่งขันซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการจัดการแข่งขันฟุตบอลนั้น การวัดถึงพฤติกรรมการเป็นผู้ชมของสโมสรที่เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทย ลีก ยังสามารถเทียบเท่ากับความรู้สึกของการเป็นเจ้าของสโมสรของผู้ชมการแข่งขันผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลที่ดีจะแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมในผลการแข่งขัน ซึ่งมีทั้งในอารมณ์โศกเศร้าเมื่อสโมสรเป็นฝ่ายแพ้และอารมณ์ดีใจเมื่อสโมสรที่เชียร์เป็นฝ่ายชนะ เท่ากับเป็นการเปรียบเทียบได้ว่าผู้ชมชื่นชมในความสำเร็จและเสียใจในความล้มเหลวของสโมสรฟุตบอลที่ตนเองเป็นผู้ชมการแข่งขัน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผู้ชมการแข่งขันฟุตบอล ถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการกีฬาและส่งผลกระทบต่อปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ในปัจจุบันสโมสรฟุตบอลอาจจะตั้งเป้าหมายในการประสบความสำเร็จที่แตกต่างกัน ได้แก่ การประสบความสำเร็จในการแข่งขันภายในประเทศ การประสบความสำเร็จในการแข่งขันในต่างประเทศ การเลื่อนชั้นของสโมสร การซื้อสินค้าของสโมสรของผู้ชมการแข่งขัน ความภักดีของผู้ชมการแข่งขัน การสร้างผลกำไร วิทยาลัยของเจ้าของสโมสร

จากที่กล่าวมาข้างต้นการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเป็นกิจกรรมกีฬาที่ได้รับความนิยมและเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้น มีระบบการจัดแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพที่ตรงตามมาตรฐาน

สากล และมีการจัดตั้งทีมสโมสรฟุตบอล ลงทุนด้วยจำนวนเงินมหาศาลและซื้อขายแลกเปลี่ยนตัวนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงจากต่างชาติ ผนวกกับนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงภายในประเทศและลงทุนสร้างสถานที่จัดแข่งขันหรือสนามฟุตบอลตามมาตรฐานที่หน่วยงานจัดการแข่งขันได้กำหนดไว้ การแข่งขันแต่ละครั้งจึงได้รับความสนใจจากแฟนบอลและประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมาก ปัจจุบันเกิดกระแสนิยมการแข่งขันฟุตบอลขึ้นตามจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ จึงทำให้แต่ละสโมสรฟุตบอลมีการเติบโตที่ก้าวหน้าแบบก้าวกระโดด การแข่งขันฟุตบอลของคนไทยสามารถสร้างรายได้ให้กับแต่ละสโมสรฟุตบอลได้อย่างมากมาย จำนวนผู้เข้าชมเกมการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจำนวนมากนี้ นอกจากช่วยสร้างรายได้ให้แก่สโมสรฟุตบอลแล้วยังส่งผลกระทบต่อเชิงบวกสำหรับชุมชนของสถานที่จัดแข่งขัน สนับสนุนให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจภัตตาคาร และร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจด้านบันเทิง รวมทั้งบริการด้านนันทนาการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดว่าการแข่งขันฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยสามารถส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีได้และช่วยทำให้เศรษฐกิจในจังหวัดชลบุรีและภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มสูงขึ้น แต่การที่จะมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว เราควรจะต้องรู้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซีซึ่งเป็นรากฐานด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามองค้ประกอบการท่องเที่ยว ทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาและจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทีมเยือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทีมเยือนของสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณโดยสูตรของ W.G.cochran. (1953) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จากการคำนวณหาด้วยสูตรจะได้กลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน

#### ตัวแปรที่ศึกษา

##### 1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 เพศ



- 1.1.1 ชาย
- 1.1.2 หญิง
- 1.2 อายุ
  - 1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี
  - 1.2.2 20–29 ปี
  - 1.2.3 30–39 ปี
  - 1.2.4 40–49 ปี
  - 1.2.5 50–59 ปี
  - 1.2.6 มากกว่า 60 ปี
- 1.3 สถานภาพ
  - 1.3.1 โสด
  - 1.3.2 สมรส
  - 1.3.3 อื่น ๆ
- 1.4 อาชีพปัจจุบัน
  - 1.4.1 นักเรียน/นักศึกษา
  - 1.4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  - 1.4.3 ธุรกิจส่วนตัว
  - 1.4.4 รับจ้าง
  - 1.4.5 พนักงานบริษัทเอกชน
  - 1.4.6 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
  - 1.4.7 เกษียณอายุ
  - 1.4.8 อื่น ๆ
- 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
  - 1.5.1 น้อยกว่า 10,000 บาท
  - 1.5.2 10,001–15,000 บาท
  - 1.5.3 15,001–30,000 บาท
  - 1.5.4 30,001–50,000 บาท
  - 1.5.5 มากกว่า 50,000 บาท
- 1.6 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A's)
  - 1.6.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
  - 1.6.2 กิจกรรม (Activities)
  - 1.6.3 การเข้าถึง (Access)
  - 1.6.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
  - 1.6.5 ที่พัก (Accommodation)

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

## นิยามศัพท์เฉพาะ

**พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทางร่างกาย ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว

**พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา** หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อขบวนการตัดสินใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวในสโมสรชลบุรีเอฟซี เพื่อวัตถุประสงค์ในการชมกีฬาหรือชมสถานที่การแข่งขันกีฬา โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

**การท่องเที่ยวเชิงกีฬา** หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในสโมสรชลบุรีเอฟซี เพื่อวัตถุประสงค์ในการชมกีฬาหรือชมสถานที่การแข่งขันกีฬาโดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

**นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีวัตถุประสงค์ในการชมกีฬาหรือชมสถานที่การแข่งขันฟุตบอลในสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

**สโมสรฟุตบอล** หมายถึง สโมสรฟุตบอลที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกของสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ และเข้ามาแข่งขันในรายการการแข่งขันกีฬาฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกซึ่งเป็นการแข่งขันกีฬาฟุตบอลลีกอาชีพซึ่งจัดสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นลีกระดับสูงสุดของระบบลีกกีฬาฟุตบอลไทย มีสโมสรทีมฟุตบอลเข้าร่วมการแข่งขัน 18 สโมสรทีมฟุตบอลในฤดูกาลการแข่งขันพ.ศ. 2561

**ทีมเยือน** หมายถึง ทีมที่เดินทางไปแข่งขันที่สถานที่จัดการแข่งขันของทีมสโมสรชลบุรีเอฟซี

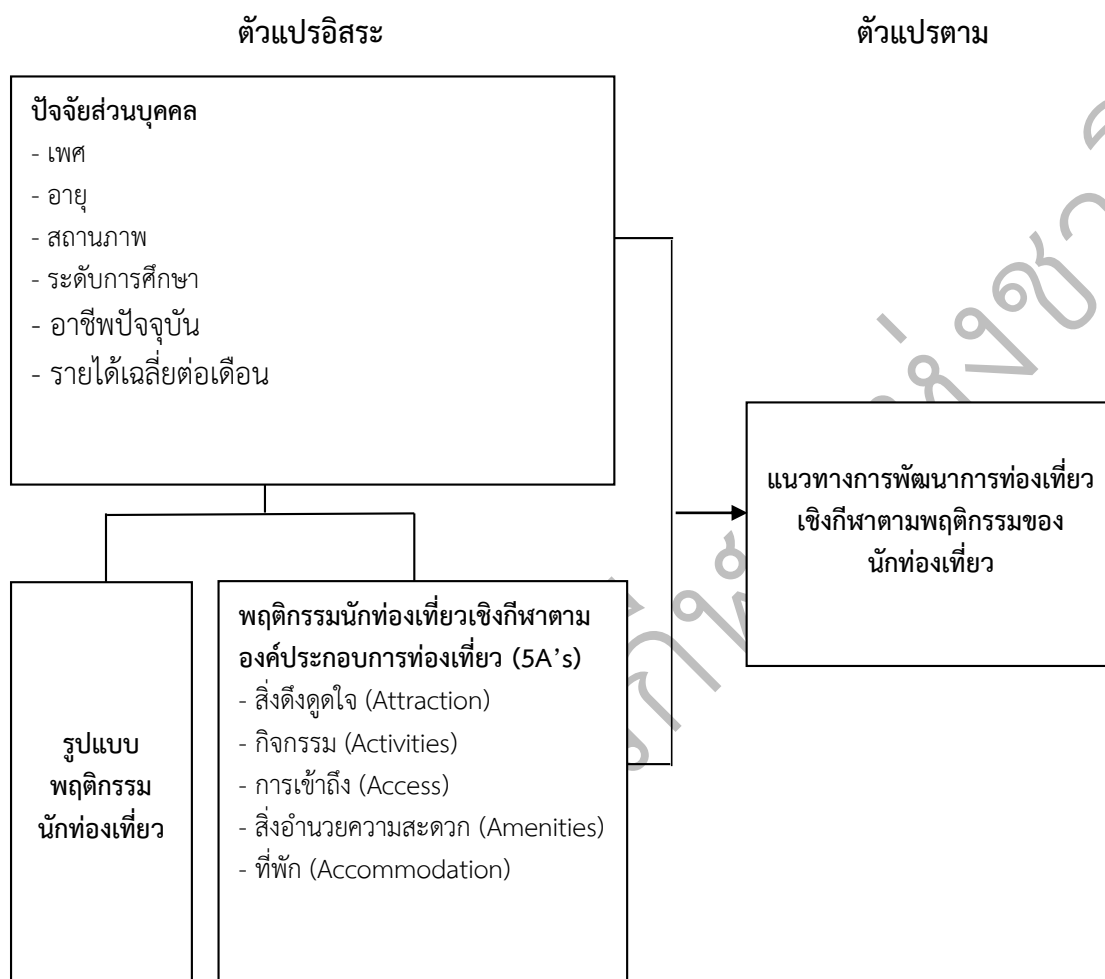
**องค์ประกอบการท่องเที่ยว** หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 5 ประการหรือ 5A's ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ, สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น, สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม, สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์
2. กิจกรรม (Activities) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น
3. การเข้าถึง (Access) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ
5. ที่พัก (Accommodation)

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถรู้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคหรือระดับจังหวัดสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 1. ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว ได้มีการนิยามความหมายเป็นหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ในปี พ.ศ. 2506 ว่า การเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขนี้ คือการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ ด้วยความสมัครใจ คือการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 4 ประการดังนี้

1. การเคลื่อนที่ที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่เหล่านั้น
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วนคือการเดินทางสู่จุดหมายและการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น
3. การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิสำเนาและที่ทำงาน ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรมซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก
4. การเดินทางสู่จุดหมายนั้น เป็นการเดินทางชั่วคราวซึ่งระยะสั้นๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางมิได้เป็นไป เพื่อหลักแหล่งหรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการคือ

- 4.1 เป็นการเดินทางชั่วคราว
- 4.2 เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
- 4.3 ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลัก สากลดังต่อไปนี้ คือ(Goeldner&Ritchir. 2006: 7)

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่าเป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง ขวางเพราะว่ามีได้มีความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน (นิคม จารุมณี. 2544)

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนยังสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นการพำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็น การเยือนชั่วคราว โดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพ หารายได้ องค์การสหประชาชาติ (United Nation) ในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อ พ.ศ.2506 ได้ให้ คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

รัฐชญา มณีเนตร. (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือ การเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อนการประชุมสัมมนา (ธุรกิจ) การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

อาทิตย์ ศิริธร. (2541) กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมทางวิชาการทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการศึกษาวิจัย โดยผู้ที่มาเยือนสามารถใช้การคมนาคมขนส่งทุกรูปแบบ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

David & Martin. (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างนักท่องเที่ยว ธุรกิจต่าง ๆ รัฐบาลของประเทศเจ้าบ้าน และประชาชนท้องถิ่น ในกระบวนการดึงดูดและให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอย่างอบอุ่น

วรรณ วทษาวิช. (2546 อ้างจาก ต้อย ชุมสาย. 2527.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวและการเดินทางไว้ในหนังสือ “ปฐมบทแห่งการท่องเที่ยว” การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว และในเรื่องของการท่องเที่ยว ผู้ดำเนินงานการท่องเที่ยวมักใช้คำว่า การท่องเที่ยวและการเดินทางปนกัน บางที่ใช้คำว่า การท่องเที่ยวให้ความหมายถึงการท่องเที่ยวและการเดินทาง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Tourism Authority of Thailand

ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism และ Tourist ไว้ดังนี้

- |         |         |   |
|---------|---------|---|
| Tourism | หมายถึง | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การท่องเที่ยว</li> <li>2. การเดินทางเพื่อความสราญใจ</li> <li>3. การบริหารธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว</li> </ol>  |
| Tourist | หมายถึง | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. นักเดินทาง</li> <li>2. ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเพื่อไปหาสุขุขารมณ์หรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมานจุดเริ่มต้น</li> <li>3. ท่องเที่ยว (กริยา)</li> </ol> |

นิศา ชัชกุล. (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการ คือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง ด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

## 2. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ปารีฉัตร อัจจะนิล. (2554 อ้างจาก อุษณีย์ ศรีภูมิ. 2544.) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1 ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป

2.2 การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬาการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์

2.3 ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

2.4 อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้

2.5 อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์นี้มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด วันเทศกาลต่าง ๆ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือความต้องการที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางเพื่อพักผ่อนท่องเที่ยวพบสิ่งแปลกใหม่ศึกษาหาความรู้และเยี่ยมเยียน ญาติพี่น้อง

## 3. รูปแบบการท่องเที่ยว

ปารีฉัตร อัจจะนิล. (2554: อ้างจาก องค์การท่องเที่ยวโลก) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ ต่าง ๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจันทรคติที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาลมีความรู้ความประทับใจความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับ นับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism / village tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพมีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดีมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

อนึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)



3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทยรำไทยมวยไทย การช่าง และงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้าง และเป็นความรู้อันเป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของ ชาวบ้านวัฒนธรรมของ ชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาว กะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่น กีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่ เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความ สนุกสนานตื่นเต้นหวาดเสียวผจญภัยมีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษา สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลาย หลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลักเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือการท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่ กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้น ๆ ตามเป้าหมาย หรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทน บริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มาก ตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยวโดยออก ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทางเป็นการ

จัดรายการพักผ่อนตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/ I= incentive/ C=conference / E=exhibition) เป็นการจําหน่ายให้แก่อุ้มนักค้าของผูู้้จัดประชุม มีรายการจําหน่ายก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจําหน่ายท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียวหรือรายการเที่ยวพักผ่อน 2-4 วันโดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2-7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (agro-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

สรุปได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายประเภทเนื่องด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศมีจำนวนมาก เช่น 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาการท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล การท่องเที่ยวแบบประชุม การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

#### 4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ปาริฉัตร อึ้งจะนิล. (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเดินทางและกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมายเป็นการนำทรัพยากรด้านต่าง ๆ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของมวลมนุษย์ซึ่งส่งผลไปสู่การพัฒนาประเทศการท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้ง ระดับประเทศและระดับโลก จะทำการศึกษาวิจัยและเก็บข้อมูล เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

2. การเดินทาง การท่องเที่ยวก็คือการเดินทางไปให้ถึงจุดหมายปลายทางตามทีนักท่องเที่ยวตั้งใจไว้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง คือทางบก ทางน้ำและทางอากาศ การเดินทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพโดยวิธีใดนั้น ๆ จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทั้งสภาพ

ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง และระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมีความปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อยรวมทั้งการประหยัด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถาน โบราณวัตถุศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีลักษณะแตกต่างกับสภาพแวดล้อมในถิ่นที่อยู่ของตนเองจะเป็นแรงดึงดูดใจอันสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น (มหาวิทยาลัยบูรพา. 2547)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากอีกที่หนึ่งไปยังอีกที่เพื่อการพักผ่อน ไม่ใช้การเดินทางไปประกอบธุรกิจ โดยมีรูปแบบของการท่องเที่ยวเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล และอื่น ๆ โดยต้องมีการท่องเที่ยว การเดินทาง และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เช่น แรงกระตุ้นทางด้านกายภาพ แรงกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม แรงกระตุ้นส่วนตัว แรงกระตุ้นด้านสถานภาพและชื่อเสียง ผู้ศึกษาได้นำแนวทางทางการท่องเที่ยวมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียอนส์โมสเชลบุร์เอฟซี

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การกีฬาจัดเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของมวลมนุษยชาติ ที่ประกอบไปด้วยประโยชน์และคุณค่าต่อการดำรงชีวิตอย่างมากมาหลายยุค โดยเฉพะอย่างยิ่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการพัฒนาความเป็นมนุษย์ได้อย่างครบถ้วน ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา (วรวิญท์ สุวัฒน์ เชมรัฐ; และคณะ. 2547) ลักษณะโดดเด่นอีกประการหนึ่งของกีฬาก็คือกีฬาเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ปลูกเร้าสัญชาตญาณของความเป็นมนุษย์ อันได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น การแสวงหาคำตอบของสิ่งที่ทำทหาย การทดสอบและประลองความสามารถ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า กีฬาเป็นวัฒนธรรมที่มนุษย์ประสงค์เข้าร่วมด้วยสัญชาตญาณของความเป็นมนุษย์โดยไม่จำกัดอายุ เพศ และปัจจัยอื่น ๆ (Stephen. 2001)

Gibson. (1998) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นกิจกรรมแสดงออกถึงความสามารถ มีประโยชน์มุ่งให้ผู้เล่นมีความสุขภาพที่แข็งแรง ทั้งทางร่างกาย เสริมสร้างกำลังใจ สร้างการมีส่วนร่วม ประกอบกับเป็นกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความเครียดรวมถึงเป็นการสร้างประสบการณ์ดีๆ ให้กับชีวิต (รชพร จันทร์สว่าง. 2545) โดยมีการเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของตนแต่เป็นการไปเยือนเป็นการชั่วคราว (ไศรยา หอมชื่น. 2551) นอกจากนั้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางที่มิใช่เหตุผลเพื่อการพาณิชย์ แต่มุ่งเข้าร่วมเพื่อกิจกรรมทางการกีฬาทุกรูปแบบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Hall; Standeven; & De Knop. 1992) ทั้งยังเป็นการแสดงออกทางด้านพฤติกรรมของคนผ่านรูปแบบต่าง ๆ ในช่วงวันหยุดพักผ่อนโดยผ่านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เข้าร่วมกิจกรรมกลางแจ้ง นอกพื้นที่ของชุมชนที่ตนพักอาศัย เพื่อเข้าร่วม เพื่อชมหรือ

เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางด้านกีฬา ซึ่งกิจกรรมจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจหลัก (Ruskin; 1987. Gibson; 1998) โดยเป็นการเข้าชมหรือเป็นผู้แข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาในช่วงวันหยุดพักผ่อน (Weed and Bull. 1997) หรือการที่บุคคล และ/หรือ กลุ่มบุคคล ที่มีกีฬาเป็นแรงจูงใจอันดับหนึ่ง ที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการแข่งขันกีฬา (Gammon and Robinson. 1997)

ทั้งนี้ วรรณนา วงษ์วานิช. (2546) ได้มีการแบ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ออกเป็น 2 ประการ ตามจุดประสงค์การเดินทาง ดังนี้ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ ซึ่งการแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้ สถานที่จัดเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

นอกเหนือจากนั้น Weed; & Bull (1998 อ้างถึงใน University of Central Lancashire: 2003) กล่าวว่าร้อยละ 25 ของวันหยุดสั้นนั้น กิจกรรมลำดับต้นๆที่ผู้คนมุ่งให้ความสนใจเข้าร่วมคือการเล่นกีฬาและกว่าร้อยละ 50 ผู้คนมักนิยมเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านกีฬา เช่น การชมการแข่งขันหรือท่องเที่ยวในสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา และอีกร้อยละ 25 ที่เหลือ คนมุ่งทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เป็นไปตามความสนใจของตน นอกเหนือจากนั้น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังก่อให้เกิดเงินทุนและดอกเบียหรือรายได้จากกีฬาที่เป็นการแข่งขันและไม่ใช้การแข่งขัน (ราณี อธิชัยกุล. 2557) ด้วยการกำหนดแนวทางร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการทางด้านกีฬาและทางการท่องเที่ยวและองค์กรภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Tassiopoulos and Haydam. 2007)

Hence. (2002) ได้สรุปคุณลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถสรุปได้ 9 ประเด็น ดังนี้

1. มีความสมบูรณ์ คือการกีฬาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดนักท่องเที่ยว ทั้งการแข่งขันกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ การเล่นกีฬาเพื่อพัฒนาสุขภาพ การเล่นกีฬานันทนาการ หรือการแข่งขันกีฬาเพื่อการอาชีพ เพราะกิจกรรมการแข่งขันกีฬาเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เกิดเป็นวงจรธุรกิจด้านการกีฬา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แล้ว จะมีความต้องการสินค้าและบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของตน

2. มีความละเอียดอ่อน คือการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นมีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือปัจจัยภายนอกเป็นอย่างสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาทางด้านสังคม ทางการเมือง เศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นการท่องเที่ยวโลก

3. มีทิศทาง คือการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น จะต้องเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของตนและรูปแบบของการท่องเที่ยวจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีจุดหมายเฉพาะเจาะจงแล้ว ถึงจะทำการเดินทาง เช่น มีความตั้งใจจะไปแข่งขันกีฬาหรือชมกีฬา ในคู่การแข่งขันนั้น ๆ โดยเฉพาะ

4. มีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นธุรกิจบริการที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ ทั้งจากการชมการแข่งขัน การถ่ายทอดโทรทัศน์ การใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร สถานที่จัดการแข่งขันกีฬา รวมทั้งการจำหน่ายของที่ระลึก ประกอบกับประชากรโลกมีรายได้ที่สูงขึ้น

สัดส่วนความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้น ดังนั้น เมื่อเงินจัดเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการที่นักท่องเที่ยวจะทำการเดินทาง เมื่อเศรษฐกิจเกิดความผันผวนหรือค่าเงินตกต่ำลง ย่อมส่งผลกระทบต่อตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเช่นกัน

5. มีความแปรปรวน คือนักท่องเที่ยวส่วนมากมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศหรือเมืองที่ได้รับสิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขัน ซึ่งส่งผลให้เกิดเงินหมุนเวียนทั้งประเทศ เจ้าภาพและประเทศที่ถ่ายทอดชมการแข่งขันอย่างมหาศาล ทั้งนี้ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิกจะมีการจัดการแข่งขันทุกๆ 4 ปีและในทุกครั้งที่มีการจัดการแข่งขันนั้น จะมีการเปลี่ยนสถานที่การจัดการแข่งขันโดยเป็นการหมุนเวียน ซึ่งทั้งนี้ส่งผลกระทบต่อประเทศผู้ที่ไม่ได้รับสิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันเกิดการสูญเสียรายได้และความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากเกิดการถ่ายทอดท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปรวมตัวกันในประเทศเจ้าภาพการจัดการแข่งขันเป็นหลัก

6. มีฤดูกาล คือการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ฤดูกาลจัดว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากโดยลักษณะส่วนใหญ่แล้วเป็นกิจกรรมกลางแจ้ง ซึ่งทั้งนี้ก็จะเกิดการถ่ายเทในกลุ่มของนักท่องเที่ยวจากซีกโลกหนึ่งไปยังประเทศอีกซีกโลกหนึ่งเป็นส่วนมาก หรือช่วงวันหยุดของแต่ละประเทศ เช่นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในช่วงฤดูหนาวนิยมทำการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมด้านการกีฬา ณ ประเทศเอเชียเป็นส่วนมาก

7. มีการสนับสนุน คือการที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งที่สำคัญคือจะต้องได้รับการสนับสนุนหรือพึ่งพิงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เช่น โรงแรมที่พัก การคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหารภัตตาคาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก ซึ่งประเทศที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น จะต้องมีการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้พร้อมและทำการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

8. มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพราะโลกของการกีฬาและการท่องเที่ยวไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา เป็นกิจกรรมที่ยิ่งใหญ่ของมนุษยชาติที่เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรม สร้างสันติภาพและความเข้าใจระหว่างประชาชนและความเข้าใจระหว่างประเทศ แม้แต่ประเทศที่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ทางการทูต ก็ยังสามารถเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาด้วยกันได้ เช่น การแข่งขันกีฬาระหว่างเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ หรือจีนไทเปกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ในการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ เป็นต้น

9. มีภาพลักษณ์ที่ดี เพราะการกีฬาเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความมั่นคงของเมืองหรือประเทศเจ้าภาพ เป็นการแสดงถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่ของตน รวมถึงมีศักยภาพและความพร้อม เช่น ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 17 ในปี 2014 และจะเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว ครั้งที่ 23 ในปี 2018 ทำให้ประเทศเกาหลีใต้มีความมั่นคงและความเจริญทางด้านเศรษฐกิจโดยใช้การกีฬาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดการลงทุนและสนับสนุนภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในปัจจุบันการแข่งขันกีฬาในประเทศไทยก็เป็นที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชนที่ติดตามชมการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันในสนาม การชมการถ่ายทอดกีฬาผ่านทางโทรทัศน์ หรือการติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนั้นในการจัดการแข่งขันกีฬาที่สำคัญๆ ดังกล่าว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554. อ้างอิงจาก ไทยโพสท์. 2554) จึงได้มีการดำเนินการในการ กำกับดูแลทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เช่น ที่พัก การคมนาคม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึก การแสดงด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อเตรียมรองรับและให้บริการแก่นักกีฬา เจ้าหน้าที่ และผู้ชมกีฬาที่จะเดินทางมาร่วมกิจกรรมทางด้านกีฬา ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดขึ้น เพื่อมุ่งจะพัฒนาทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว เพื่อให้พร้อมรองรับตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวมากยิ่งขึ้น

## ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

ปัจจัย 5A ที่แสดงถึงความต้องการที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

Dickman. (1996) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็น สถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดัง และโดยทั่วไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมี สิ่งดึงดูดใจมากกว่าหนึ่งอย่าง อาทิอุทยานประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า เช่น สถาปัตยกรรมที่น่าสนใจความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ฯลฯ

### 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

1.1 สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural attractions)

1.2 สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) รวมถึงกิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเช่น สวนสนุกและกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention (MICE))

1.3 สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions)

1.4 สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

### 2. กิจกรรม (Activities)

สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ (Dickman, 1996) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สีเสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น

### 3. การเข้าถึง (Access)

สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์เรือ หรือการเดินทางเท้า สภาพของเส้นทางเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด

มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกรัง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลอง ต้องใช้เรือหรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้า สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และคำว่า จ้างแพหรือถูกเป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึง อาจพิจารณาได้จากความสะดวก อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทางและสภาพถนน การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น เทียบบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ สภาพถนนหนทาง นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เช่น การลงเว็บไซต์ เป็นต้น

#### 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณและคุณภาพควบคู่กันไปและถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน ก็จะพิจารณาถึงความสะดวกและความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่งชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกอาจพิจารณา ได้จาก ระบบสาธารณูปโภค/สาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination amenities) เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของบริษัท บริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ อาทิ ร้านตัดผม การบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ร้านเช่ารถ ระบบสาธารณูปโภค ตู้เอทีเอ็ม สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ

#### 5. ที่พัก (Accommodation)

สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมน ฯลฯ

พยอม ธรรมบุตร. (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมการขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พัก ประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่าง ๆ กัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ชานูน่า ศูนย์กลางธุรกิจและสิ่งอำนวยความสะดวก

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประวัติศาสตร์เช่น ปราสาทพนมรุ้ง แสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม การท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities และ Recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึง เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ความงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำ การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

สรุปได้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) คือสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการนำแนวความคิดมาใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งก็หาตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มเยือนส์โมสรชลบุรีเอพี

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงการประพุดหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวการแสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่าง หรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

ชวัลนุช อุทยาน. (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่า การกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยวเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยที่พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

เลวิทท์. (2543) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา จะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้น เร่งเร้าจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะ



เป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ทำให้เกิดและสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง
2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น
3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคมและจิตวิทยา ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน

เนาวรัตน์ พลายน้อย; และคนอื่น ๆ. (2538) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกันมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดของแต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือบุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่มีตั้งใจที่จะท่องเที่ยวย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกลและในเวลาสั้นเท่านั้น แต่ในขณะที่คนที่มีรายได้สูงมีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ เหนือกว่าเป็นต้น

สรชัย พิศาลบุตร; และ นฤมล สมิตินันท์. (2526) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัวและอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนที่การเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากมีประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ

### 1. รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือการแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมการเดินทาง กล่าวคือการแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือนักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวเป็นบุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Cohen. (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลิ้มความจำเริญในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทยเช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหารการพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

## 2. องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการคือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาควรเป็นเวลาที่พักนักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน
5. การตอบสนอง คือการตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทางกิจกรรมการจองที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทยแต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดีย ในเดือนพฤศจิกายน ปี2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

### 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

#### 3.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมากๆ การแสดงออกของนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนซึ่งมีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือกว่า 1 พันล้านคน ผู้ที่สามารถมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ย่อมเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงในสังคม การแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมแตกต่างหรือตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์ซึ่งมีประชากรอยู่ที่ประมาณหกล้านคน เป็นต้น

#### 3.2 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจัยทางเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้การบริการด้านความสะดวกสบายต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ระบบการจองสำรองที่นั่งบนเครื่องบิน การออกบัตรโดยสารของสายการบินต่าง ๆ ซึ่งใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า CRS (Computer Reservation System) ส่งผลถึงความความสะดวกสบาย รวดเร็ว นักท่องเที่ยวย่อมมีความมั่นใจและแสดงถึงความมั่นคงของผู้ให้บริการด้วย

#### 3.3 ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยที่กระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่อนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวโดยมากเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลัก คือการพักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมไม่นิยมที่จะเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางการเมือง เช่น ประเทศอิสราเอล ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากอีกทั้งยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์ ที่นักแสวงบุญนิยมเดินทางไปเยี่ยมชม แต่ก็เกิดปัญหาทางด้านการเมืองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัย ความไม่สะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแสวงบุญ ด้วยเหตุผลที่ว่านักท่องเที่ยวไม่ทราบว่าจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อใด และมีเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมของชาวปาเลสไตน์ตลอดเวลา ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในอิสราเอลมีจำนวนไม่มากนัก

#### 3.4 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor)

เศรษฐกิจนับเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว และบ่งบอกพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดีเช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มักถูกจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ที่เป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศ การแสดงออกด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายจะใช้ไปในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านนันทนาการ ด้านท่องเที่ยว ด้านการซื้อของที่ระลึก จะเลือกใช้บริการอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวระดับสูง เป็นต้น ตรงกันข้ามหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีการแสดงออกของนักท่องเที่ยวย่อมถูกจำกัดศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ครั้งก็จะใช้จ่ายในระดับกลางถึงต่ำ

#### 4. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factor)

ปัจจัยด้านนี้นับว่ามีผลกระทบมากต่อการแสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวถูกปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอด และถ่ายทอดออกมาเป็นทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น ทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมในการเดินทาง การซื้อสินค้า การเดินทางท่องเที่ยวของคนกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งมีผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจะอยู่ในระดับใดและรูปแบบใด

#### 5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง บทบาทของนักท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเที่ยว ซึ่งกระบวนการซื้อของผู้บริโภคมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้น และตอบสนองของพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยเห็นได้ว่าสิ่งกระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลกระทบการท่องเที่ยวทุกประเภท ตลอดจนการให้บริการของธุรกิจสินค้าและบริการเหล่านี้มีการแข่งขันสูง และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ แสวงหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตลอดจนได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ประกอบกับการเรียนรู้แรงจูงใจ ประสบการณ์และทัศนคติของตน การกลั่นกรองข้อมูลซึ่งอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตนโดยการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และโรงแรมที่เลือกสรรแล้วการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนับว่าเป็นการตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้นและกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ต้นและถ้าสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจ จะเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็จะกลายเป็นประสบการณ์ลบและไม่กลับมาท่องเที่ยวอีกแม้ว่าจะมีเส้นทางท่องเที่ยวที่ดีกว่า

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### งานวิจัยในประเทศ

ฉันทน์ชนิด เกตุน้อย; และ โสมฤทัย สุนทรยาธร. (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7P's มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก

ขอโดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือสถานที่ท่องเที่ยวมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวในการเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยว มีความน่าสนใจ ด้านราคา ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว มีป้ายบอกราคาของที่ จำหน่ายอย่างชัดเจน ความเหมาะสมของราคาสินค้าที่จำหน่ายมีสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ ท่องเที่ยวจำหน่าย เช่น พวงกุญแจโปสการ์ดรูปดอกไม้ของแถมเป็นต้น ด้านช่องทางการจำหน่าย เป็นเพราะว่าความสะดวกของช่องทางในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่มีเพียงพอหรือไม่ และสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมาก น้อยแค่ไหนในความคิดของท่าน ด้านการส่งเสริมการตลาดการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อ ต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ หนังสือแนะนำเที่ยว เป็นต้น การแนะนำข้อมูลข่าวสาร เมื่อมี นิทรรศการหรือกิจกรรมที่สำคัญในสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวมีการใช้ภาษาที่หลากหลาย ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพในการให้บริการเจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้าน ภาพลักษณ์ของสถานที่พบว่าความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ต่อการท่องเที่ยว เช่น ไม่ดูรกรุงรัง ไม่มีสิ่งอันตรายในแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีครบ ครัน เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ถึงขยะเป็นต้น และความโดดเด่นของสถานที่ ท่องเที่ยว ด้านการบริการ พบว่า มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ความทันสมัยและความ พร้อมของระบบเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่ใช้เพื่อจัดแสดงในศูนย์ประวัติศาสตร์และความปลอดภัย ของสถานที่ท่องเที่ยว

ขุนทร ธีรวัฒนอมร. (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของ ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ ทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้าน สถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.10$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งผู้ให้บริการต้องการให้สนามกีฬาแห่งชาติจัดพื้นที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำเพียงพอ มีบริการ ร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณสนามกีฬา จัดที่นั่งไว้ให้บริการโดยรอบ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสนามกีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม นอกจากนี้ควรดูแลรักษาความสะอาดทั่ว บริเวณสนามกีฬาอยู่เสมอ มีการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายใน สนามกีฬาและโดยรอบทางเข้า-ออกสนามกีฬาชัดเจนสังเกตได้ง่าย แบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทาง เดินรถอย่างชัดเจน รวมถึงสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่น ๆ ด้วย

ชิตวรา ประดิษฐ์รอด. (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและ ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวปริณทลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความรู้สึก ว่าแหล่งท่องเที่ยวในแถบปริณทลนั้นมีแรงจูงใจที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก ท่องเที่ยวได้ อันได้แก่แรงจูงใจทางกายภาพที่สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีบริการที่หลากหลาย ตรงความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รวมทั้งมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ด้านแรงจูงใจทาง วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ได้ผ่าน

วิถีชีวิตของชุมชน หรือการเรียนรู้ผ่านทางการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ แรงจูงใจระหว่างบุคคล การเดินทางท่องเที่ยวในแถบปริณทลทำให้นักท่องเที่ยวได้พบผู้คนใหม่ ๆ สามารถส่งเสริมให้มีมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่น หรือการส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือความรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจ ด้านสถานภาพและชื่อเสียง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแถบปริณทลนั้น มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนแทบทุกคนต้องเคยเดินทางไปด้วยเหตุที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร จึงทำให้บุคคลรอบตัวของนักท่องเที่ยวมักจะเล่าหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวให้ฟัง หรือการเคยเห็นจากการใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร ด้วยเหตุผลของแรงจูงใจด้านต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นเหตุผลให้ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ณัฐวัฒน์ วิวัฒน์วารมย์. (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสโมสรและการสื่อสารส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนฟุตบอลไทยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าแฟนฟุตบอลไทยให้ความสำคัญกับตัวสโมสรที่ตนเองชื่นชอบ และต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อคนในพื้นที่นั้น ๆ รวมไปถึงการสื่อสารกับแฟนฟุตบอลมีหลากหลายช่องทาง ซึ่งหากสโมสรใดทำได้ดีก็มีโอกาสที่แฟนฟุตบอลจะเข้าไปชมฟุตบอลในสนามเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยด้านการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนฟุตบอลไทยเป็นอันดับที่ 2 สามารถกล่าวได้ว่าแฟนฟุตบอลไทยให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชมยิ่งหากสามารถซื้อบัตรได้อย่างมีประสิทธิภาพยังมีผลต่อการตัดสินใจ รวมไปถึงหากมีการนำเสนอข่าวของสโมสรได้ชัดเจนว่า แข่งที่ใด เวลาใด และ วันใด เนื่องจากการนำเสนอข่าวที่ชัดเจนอาจจะทำให้แฟนฟุตบอลไทยสามารถวางแผนการเข้าชมได้ดี ปัจจัยด้านกายภาพและกระบวนการส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนฟุตบอลไทยเป็นอันดับที่ 3 ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าแฟนฟุตบอลไทยให้ความสำคัญกับเรื่อง การจัดการของสโมสรมีความเป็นมืออาชีพ เช่น การสามารถจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกได้ครบถ้วน มีพื้นที่จอดรถอย่างพอเพียงต่อแฟนบอล อีกทั้งยังมีการจัดการในเรื่องความปลอดภัยอย่างมีมาตรฐาน ซึ่งทำให้แฟนฟุตบอลเกิดความเชื่อมั่นในการเข้าไปชมฟุตบอลในสนาม

วิษระ เชียงกุล; และ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สัดส่วนระหว่างเพศหญิงและเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.0 และร้อยละ 48.0 ตามลำดับมีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนัก ประกอบอายุของผู้เข้าร่วมมีหลากหลายช่วงวัยซึ่งส่วนใหญ่มีอายุอยู่ที่ 24 ปีจัดอยู่ในกลุ่ม Generation-Y (อายุ 15-35 ปี) มีสถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 55.8 สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่างกัน

วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี. (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ จากการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 38 ตัวแปร จากกลุ่มปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7Ps โดยการใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Varimax พบว่าสามารถจัดกลุ่มใหม่ได้เป็น 7 กลุ่มปัจจัยใหม่ และเมื่อนามาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า มีเพียง 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพัก ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้า โดยปัจจัยทั้งหมด สามารถอธิบายความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของได้ 18.7% ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าและคุณภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ AIRBNB มากที่สุด แสดงให้เห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเปรียบเทียบราคากับสิ่งที่จะได้รับเสมอ ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้หรือเลือกจองห้องพักไม่ว่าจะเป็นการเปรียบเทียบกับที่พักแห่งอื่น สภาพห้องและการตกแต่งภายในความเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะเวลาที่เข้าพัก ขนาด ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก ทำเลที่ตั้ง ความสะอาดเรียบร้อยของห้องและความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของเจ้าของห้องซึ่งสามารถดูจากข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการที่ผ่านมาจากหน้าเว็บไซต์ของAIRBNB หรือตามเว็บไซต์หรือกระทู้ต่าง ๆ ดังนั้นการสร้างความแตกต่างของห้องพัก การออกแบบตกแต่งที่สวยงามและคุณภาพของห้องพักที่ดีเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับเจ้าของห้องพักในปัจจุบันในการสร้างแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกพักมากยิ่งขึ้น ปัจจัยด้านความหลากหลายของห้องพักส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของซึ่งประกอบด้วยความหลากหลายของประเภทของห้องพักกับราคาห้องพักที่มีให้เลือกหลากหลาย เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีหลากหลายได้ทุกระดับ ไม่ว่าจะห้องพักราคาถูกจนถึง ห้องพักระดับสูง ซึ่งการมีทางเลือกที่หลากหลายก็จะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพราะว่ามีที่เดียวสามารถหาห้องพักได้ทุกระดับและในแต่ละระดับก็มีห้องให้เลือกใช้บริการที่หลากหลายเช่นกัน ไม่ต้องเสียเวลาไปหาที่อื่น ปัจจัยด้านการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของเป็นอันดับสามซึ่งส่วนประกอบด้วยความสามารถในการบริการของเจ้าของห้องพักบุคลากรเช่นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการลูกค้าได้อย่างเท่าเทียมกัน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางได้เป็นอย่างดี ความสามารถในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ มีความรู้และทักษะในการให้บริการ การบริการที่ดีย่อมส่งผลดีกับเจ้าของห้องพัก โดยทำให้มีการกลับมาใช้บริการซ้ำจากนักท่องเที่ยวและได้รับการแสดงข้อคิดเห็นจากการใช้บริการที่ดีผ่านหน้าเว็บไซต์ และหากสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่าได้รู้จักเพื่อนใหม่และเรียนรู้วัฒนธรรมจากการมาพักอาศัยกับเราก็จะยิ่งเป็นการรันตีกับคุณภาพการให้บริการของเราให้กับลูกค้ารายใหม่ที่จะเข้ามาพักอาศัยกับเราเพิ่มมากขึ้นด้วย ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของในเชิงลบ แสดงว่าการจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อสะสมคะแนนและแจ้งข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีกิจกรรมส่งเสริมการขายตามฤดูกาลหรือเทศกาลอย่างเหมาะสม มีการบริการ

แพ็คแกจทัวร์นำเที่ยวราคาพิเศษ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ใช้เป็นประจำ มีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างต่อเนื่องข่าวสาร และโปรโมชั่นต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีกิจกรรมส่งเสริมการขายตามฤดูกาลหรือเทศกาลอย่างเหมาะสม มีการบริการแพ็คเกจทัวร์นำเที่ยวราคาพิเศษ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ใช้เป็นประจำ มีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาอย่างต่อเนื่องที่ถี่และมากเกินไปอาจจะทำให้ลูกค้ารู้สึกรำคาญและไม่สนใจกับข่าวโปรโมชั่นนั้นเลย เนื่องจากข่าวสารอาจจะไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าขณะนั้น ๆ หรือเนื้อหาไม่ดึงดูดทางเจ้าของห้องพักจะต้องระวังและดูแลการเรียงประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมกับโอกาสและช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการปฏิเสธข่าวสารของลูกค้าในอนาคต ซึ่งอาจจะทำให้ยอดขายลดลงได้ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลการตัดสินใจเข้าพักห้องพักที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของในการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่าปัจจัยทางด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจการใช้บริการห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวต้องการความคุ้มค่าในการท่องเที่ยวมากที่สุด และเปรียบเทียบสิ่งที่เหมาะสมที่สุดให้กับตัวเอง ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ ศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องด้วยหากนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นก็จะให้ความสำคัญเลือกห้องพักมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสะดวกสบายในการพักผ่อน การตกแต่งภายใน ความสะอาดซึ่งเป็นบุคคลที่มีอำนาจการจ่ายที่สูง ก็อาจจะยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อความสะดวกสบายมากขึ้น

นิธิศ อนุ. (2552) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด คือด้านการเข้าถึง

นิมิต ชื่นสัน, วิวัฒน์ แซ่หลี่; อําพร วิริยโกศล. (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา : ผู้เข้าชมและนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับสโมสรฟุตบอลสงขลา 2) ศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้เข้าชมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับสโมสรฟุตบอลสงขลา ผลการศึกษาพบว่า สโมสรฟุตบอลสงขลาเป็นหน่วยงานที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการแข่งขันฟุตบอล ซึ่งการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งสามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดการเดินทาง และดึงดูดให้บุคคลภายนอกชุมชนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านสินค้า และของที่ระลึก พาหนะและ/หรือค่าน้ำมันในการเดินทาง อาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ผู้เข้าชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีความชื่นชอบการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากกว่าเพศหญิง และพบว่าผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีงานอดิเรก คือการออกกำลังกายและเล่นกีฬา ดังนั้นการเดินทางเพื่อเข้าชมการแข่งขันกีฬาจึงตรงกับความต้องการของผู้เข้าชม นอกจากนี้ผู้เข้าชมส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองสงขลา รองลงมาคืออำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อาจเนื่องมาจากสโมสรฟุตบอลสงขลาเปรียบเสมือนสโมสรฟุตบอลที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสงขลา ทำให้ผู้เข้าชมที่มีความสนใจกิจกรรมกีฬาและฟุตบอล เดินทางเข้าร่วมชมการ



แข่งขันเป็นจำนวนมาก อีกทั้งด้านทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดแข่งขันซึ่งตั้งอยู่อำเภอเมืองสงขลา จึงทำให้ผู้คนที่มิถุมิลาเนาใกล้เคียง สามารถเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมได้สะดวก จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีจำนวนวันพักเฉลี่ย 2-3 วัน เนื่องจากการแข่งขันถูกจัดขึ้นตั้งแต่เวลา 18.00 นาฬิกา เป็นต้นไป ของทุกๆวันเสาร์และอาทิตย์ซึ่งตรงกับช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จึงทำให้ผู้เข้าชมสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้หลายวัน ซึ่งผู้เข้าชมกลุ่มนี้เรียกว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourists) ส่วนผู้เข้าชมอีกจำพวกหนึ่งคือมีจำนวนวันพักเฉลี่ย 1 วัน กลุ่มนี้จะถูกเรียกว่า นักทัศนาจรเชิงกีฬา (Sport Excursionists) การเดินทางเข้าชมการแข่งขันแต่ละครั้งผู้เข้าชมเดินทางจำนวนน้อยกว่า 5 คน รองลงมาคือ 5-10 คน เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นิยมทำร่วมกันเป็นกลุ่ม เป็นการใช้เวลาช่วงวันหยุดได้ร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจในกิจกรรมลักษณะเดียวกัน คือการเล่นกีฬา หรือเข้าชมการแข่งขันกีฬา และผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางร่วมกับเพื่อน รองลงมาคือครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นการจัดกิจกรรม (Sport Tourism Events) เช่น การเข้าชมเกมการแข่งขันฟุตบอล มีต้นทุนในการเดินทางในแต่ละครั้งไม่สูงมากนัก ดังนั้น ผู้เข้าชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-15,000 บาท ซึ่งถือเป็นรายได้ระดับต้นและปานกลาง สามารถเดินทางได้บ่อยครั้ง ซึ่งการเดินทางเข้าชมการแข่งขันมีจำนวนเฉลี่ย 5-10 ครั้งต่อปี และผู้เข้าชมส่วนใหญ่ยังใช้เวลาเดินทางก่อนเกมการแข่งขันในการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบของสถานที่จัดแข่งขัน สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางคือแหลมสมิหลาหรือหาดสมิหลา ซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่จัดแข่งขันมากที่สุด ซึ่งการเดินทางในแต่ละครั้งของผู้เข้าชมส่งผลที่ดีสำหรับชุมชนโดยรอบของสถานที่จัดแข่งขันผ่านทาง การใช้จ่ายใช้สอย (Hritz and Ross, 2010) ผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านสินค้าและของที่ระลึก 501-1,000 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายจำนวนมากในแต่ละครั้ง เนื่องด้วยสินค้าและของที่ระลึกของสโมสรฟุตบอลสงขลามีราคาที่หลากหลายตั้งแต่ ราคาหลักร้อย จนถึงหลักพันบาท ซึ่งพฤติกรรมของผู้เข้าชมที่สังเกตได้อย่างชัดเจนคือการประดับตกแต่งรถยนต์ส่วนตัวด้วยสินค้าและของที่ระลึกของสโมสร อีกทั้งสวมใส่เสื้อที่เป็นผลิตภัณฑ์ของสโมสรฟุตบอลสงขลา นอกจากนั้นแล้วผู้เข้าชมของสโมสรฟุตบอลสงขลายังมีค่าใช้จ่ายในด้านพาหนะและ/หรือค่าน้ำมันในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอื่น ๆ แต่ไม่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พักและด้านบริการนำเที่ยวภายในพื้นที่ เนื่องจากผู้เข้าชมส่วนใหญ่เลือกสถานที่พักแรมเป็นบ้านพักของตนเอง/ญาติ/เพื่อน และจัดการเดินทางด้วยตัวเอง ด้านแรงจูงใจในการเดินทางเข้าชมการแข่งขันเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สนใจ รองลงมาคือเส้นทางมีความสะดวกในการเข้าถึง และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้เข้าชมแต่ละคนอาจมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน เช่น ต้องการพักผ่อน ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่ ต้องการแสวงหาความสุขในอดีต ต้องการผ่อนคลาย ต้องการเรียนรู้และศึกษา หรือต้องการรวมตัวกับเพื่อนหรือครอบครัวเพื่อทำกิจกรรม ส่วนแหล่งข้อมูลที่ทำให้เกิดการรับรู้หรือทราบการแข่งขัน พบว่าผู้เข้าชมส่วนใหญ่เกิดการรับรู้หรือทราบการแข่งขันทางอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือการบอกต่อ ซึ่งผู้เข้าชมส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่จึงมีการบอกต่อ ๆ กัน ถึงเรื่องราวและผลงานการแข่งขันของสโมสรฟุตบอล และทำให้เป็นที่สนใจของผู้เข้าชม เมื่อผู้เข้าชมได้รู้จักหรือรับรู้เกี่ยวกับสโมสรฟุตบอลสงขลาจึงเกิดการชักชวนกันมา ส่วนของการจดจำผู้เข้าชมส่วนใหญ่สามารถจดจำนักเตะของสโมสร รองลงมา คือสัญลักษณ์ของทีม ทั้งนี้เนื่องจากสโมสร

ฟุตบอลสงขลามีนักเตะส่วนใหญ่เป็นคนที่มามีภูมิลำเนาในจังหวัดสงขลา ทำให้ผู้เข้าชมการแข่งขันมาในลักษณะของการมาเชียร์ลูกหลาน หรือเชียร์เพื่อน สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เกิดการจดจำได้ง่าย และสัญลักษณ์ของสโมสรฟุตบอล สงขลาที่มีรูปของวัวชน ผู้บริหารของสโมสรได้พัฒนามาจากกีฬาพื้นบ้านชนวัวของจังหวัดสงขลา ทำให้ผู้เข้าชมส่วนใหญ่ซึ่งมีภูมิลำเนาในจังหวัดสงขลาเกิดความคุ้นเคย และจดจำได้ง่าย

มาศศุภา นิมบุญญาช. (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษารองคูประกอบทางการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) 2) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) และ 3) เพื่อศึกษาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือด้านกิจกรรม โดยรูปแบบกิจกรรมมีความเหมาะสม เป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสถานที่จอดรถเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีความสำคัญ มากที่สุด ลำดับถัดมา คือด้านที่พัก โดยสถานที่ตั้งของที่พักมีความสะอาดและมีความปลอดภัยเป็นด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด ด้านเส้นทางคมนาคมโดยการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ และมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก มีความสำคัญมากที่สุด ด้านการบริการการท่องเที่ยว โดยแผ่นพับข้อมูลมีคุณภาพความชัดเจนและเนื้อหาครบถ้วน มีความสำคัญมากที่สุด และด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวโดยจุดชมวิว มีความสำคัญมากที่สุด ผลการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาชันหนอกว้าว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม) พบว่า ชาวบ้านในเขตพื้นที่ตำบลปริงเผล อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี มีระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการติดตาม และประเมินผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดูแลค่าใช้จ่ายในกิจกรรม/โครงการสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านการเสนอความคิดเห็น โดยการมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นในที่ประชุม มีความสำคัญมากที่สุด ลำดับถัดมา คือด้านการร่วมตัดสินใจ โดยมีโอกาสได้ลงมติในการเข้าร่วมประชุมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว มีความสำคัญมากที่สุด และด้านการร่วมปฏิบัติโดยปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือมาตรการในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด

สุภาพ ประภาสสวัสดิ์. (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ วันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคติโดยรวมของการศึกษาค้นคว้าและวิจัยในเรื่องนี้ โดยรวมเป็นไปในเชิงบวก คือกลุ่ม นักท่องเที่ยวตัวอย่างตอบคำถามในเชิงบวกเป็นจำนวนมาก สรุปได้คือหาด

บางแสนมีความโดดเด่นในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาเที่ยวและชื่อเสียงที่มีมายาวนาน มีสิ่งดึงดูดใจที่ดีคือความสะดวกในการเดินทาง ส่วนเรื่องพัฒนาการของหาดบางแสน เห็นว่ามีพัฒนาการเพียงบางด้านและมีพัฒนาการในทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยเยอะที่สุด ส่วนคำตอบเชิงลบว่าไม่มีพัฒนาการเป็นไปในส่วนน้อยของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนกิจกรรมต่าง ๆ ที่หาดบางแสนจัดเพื่อกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวก็เป็นไปในทิศทางที่ดี คือกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ และน่าดึงดูดใจเป็นอย่างยิ่ง ส่วนความรู้สึที่ได้มาหาดบางแสน กลุ่มตัวอย่างรู้สึกผ่อนคลายมีความสุข มีความสนุกสนานมากกว่าเกิดความเบื่อหน่าย ต่อมาส่วนที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดคือความสะดวกและการจัดระเบียบที่ยังไม่เป็นระบบที่ดีเท่าที่ควรนั่นเอง และสุดท้ายความคิดเห็นว่าจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่ คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่คือกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบางแสนยังไม่เสื่อมมนต์ขลังง่าย ๆ แต่กระนั้นก็มีเรื่องให้ต้องปรับปรุงอีกมากมาย ก่อนที่การจัดการและความเป็นระเบียบต่าง ๆ จะถูกปล่อยปะละเลยจนเกิดเป็นมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมและทางจิตใจจนนักท่องเที่ยวหันหน้าไปเที่ยวที่อื่น ๆ ที่ใกล้เคียง เช่น พัทยา หรือ สัตหีบ กันหมด

ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ(ไม่ใช่จังหวัดที่พักอาศัย) 1-5 ครั้งต่อ 1 ฤดูกาล มีการเดินทางมาชมการแข่งขันร่วมกับกลุ่มเพื่อนโดยเลือกเดินทางมาชมการแข่งขันด้วยรถส่วนตัว เพราะความสะดวกสบายทั้งนี้สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน และมีสถานภาพโสดจึงมักเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬากับกลุ่มเพื่อนเพราะอาจจะมีช่วงเวลาหยุดในการทำงานตรงกัน และจะเลือกใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะเดินทางมาถึงวันที่มีการแข่งขัน แล้วเดินทางกลับทันทีหลังจบในช่วงเวลาเดินทางจะมีกิจกรรมระหว่างเดินทางคือซื้อของพื้นเมืองหรือของที่ระลึกแข่งขัน สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุยังไม่มากอยู่ในช่วง 20-29 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และจังหวัดใกล้เคียง ภายในช่วงเวลาวันที่แข่งขัน (ก่อนเวลาก่อนแข่งขัน) โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานหรืออยู่ในช่วงการศึกษาก่อให้เกิดความเครียด อาจจะมีผลเสียทางด้านร่างกายและจิตใจได้ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ขจัดความเมื่อยล้าทางกายและจิตใจจากการทำงาน ในกรณีที่เดินทางไปท่องเที่ยวแล้วเกิดการค้างแรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล เพราะความสะดวกสบาย และมีการจองที่พักผ่านโทรศัพท์สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางมามีการวางแผนในการเดินทางมาล่วงหน้าเพราะจะรู้วันเวลาจากตารางการแข่งขันของฟุตบอลลีกอาชีพ แต่อาจจะไม่มีการวางแผนในการจองที่พักล่วงหน้าทำให้ต้องมาจองที่พักโดยกะทันหันจึงทำให้ต้องจองผ่านโทรศัพท์ซึ่งประชากรในประเทศไทยยังมีความเคยชินกับการใช้โทรศัพท์มากกว่า ความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นพำนักกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิภาคต่างกันมีจำนวนในการเข้าชมการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ (ไม่ใช่จังหวัดที่พักอาศัย) ต่อ 1 ฤดูกาล มีเหตุผลในการเลือกวิธีการเดินทางเพราะความปลอดภัย มีเหตุผลในการเลือกวิธีการเดินทางอื่น ๆ มีเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดที่มีการแข่งขัน มีช่องทาง

ในการจองที่พักไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิภาคต่างกันมีผู้ร่วมการเดินทาง มีช่วงเวลาในการเดินทางมาก่อนชมการแข่งขัน มีช่วงเวลาในการเดินทางกลับหลังชมการแข่งขัน มีวิธีเดินทางไปชมการแข่งขัน มีเหตุผลในการเลือกวิธีการเดินทางเพราะความสะดวกสบาย มีเหตุผลในการเลือกวิธีการเดินทางเพราะความรวดเร็ว มีเหตุผลในการเลือกวิธีการเดินทางเพราะราคาเหมาะสม มีการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีการจัดการแข่งขัน มีช่วงเวลาในการเดินทางไปท่องเที่ยว มีการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง มีการใช้บริการประเภทที่พัก มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักเพราะความปลอดภัย มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักเพราะความสะดวกสบาย มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักเพราะความใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักเพราะความหรูหราทันสมัย มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักเพราะราคาเหมาะสม มีเหตุผลในการเลือกสถานที่พักอื่น ๆ มีกิจกรรมที่เข้าร่วมระหว่างการเดินทางแตกต่างกันเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิภาค ถิ่นพำนักอาศัยที่ต่างกันแตกต่างกันเกิดจากการถูกหล่อหลอม ปลูกฝัง เลี้ยงดู มาในสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีไม่เหมือนกันทำให้มีประสบการณ์ ทักษะคติ และบุคลิกที่แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวในทุก ๆ ด้าน อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านคมนาคมขนส่ง และด้านสินค้าและของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่าโดยพื้นฐานการดำรงชีวิตของมนุษย์มีความจำเป็นต้องพึ่งปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่พักอาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค แต่ในสังคมปัจจุบันของมนุษย์นั้นจำเป็นต้องมีปัจจัยอื่น ๆ เพื่อการดำเนินชีวิตในการอำนวยความสะดวกสบายเช่นพาหนะ เป็นต้น ด้านแหล่งท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากได้แก่ เข้าชมและร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง วิถีชีวิตพื้นบ้าน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัว เช่น มรดกโลก มรดกไทย เป็นต้น เข้าชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง เช่น โรงละคร การแสดงโชว์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เขื่อนกั้นน้ำ พระบรมราชวัง สวนสนุก เป็นต้น ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แสดงถึงความงดงามในรูปแบบของภูมิประเทศ เช่น ภูเขา ทะเล แม่น้ำ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นเพราะว่าประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจมากมายทำให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทแล้วแต่ละประเภทก็มีความน่าสนใจที่แตกต่างกันออกไปและมีสิ่งดึงดูดต่าง ๆ ที่ทำให้คนมีความต้องการไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ และแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทก็ยังสามารถเป็นที่พักผ่อน และพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจได้ ด้านที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ที่พักอยู่ใกล้สนามการแข่งขันหรืออยู่ในสถานที่ที่ทำได้ง่ายและการเดินทางไปยังที่พักมีความสะดวก ราคาของที่พักมีความเหมาะสม ที่พักมีการบริการที่ดีและมีคุณภาพ ที่พักมีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับความต้องการ เช่น อินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย เป็นต้น อาจจะเป็นเพราะว่าที่พักเป็นสิ่งจำเป็นต่อทุกคนซึ่งที่พักที่ดีก็จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีการบริการ และราคาที่เหมาะสมจึงทำให้ระดับความต้องการ

ด้านที่พักแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาดและคุณภาพที่ถูกหลักอนามัย มีร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ณ สนามแข่งขัน และแหล่งท่องเที่ยวการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม สถานที่หรือทำเลที่ตั้งของร้านค้าตั้งอยู่ในความเหมาะสมเป็นที่สังเกตได้ง่าย มีพนักงานบริการเป็นมิตรละเอียดสอาด อาหารและเครื่องดื่มมีการบริการที่รวดเร็วอาจจะเป็นเพราะว่าอาหารแต่ละภูมิภาคมีรสชาติที่แตกต่างกันไปซึ่งผู้คนที่มีความต้องการที่จะได้ชิมหรือลิ้มลองเพื่อเป็นประสบการณ์ให้กับตัวเอง แต่รสชาติอาหารไม่ใช่เป็นสิ่งที่คนต้องการเพียงอย่างเดียวควรคำนึงถึงความสะดวกที่ถูกหลักอนามัย และในส่วนของร้านค้าก็ควรมีการบริการที่ดี กำหนดราคาที่เป็นธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคจนเกินไป ด้านการคมนาคมขนส่ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการคมนาคมขนส่ง อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พาหนะและเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวกสบาย แผนที่และป้ายบอกทางตั้งอยู่อย่างชัดเจน สะดวกและมีจำนวนเพียงพอ พาหนะและเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความปลอดภัย ที่จอดรถของสนามแข่งขันและแหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับได้เพียงพอ มีสถานที่ให้บริการคมนาคมอยู่ทั่วถึง เช่น ปั้มน้ำมัน จุดพักรถ เป็นต้น อาจจะเป็นเพราะว่าการเดินทางท่องเที่ยวทุกประเภทต้องมีการเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งเหตุนี้จึงทำให้การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยวคมนาคมขนส่งที่ดี ต้องได้รับการบริการที่ดี และสามารถอำนวยความสะดวกให้ได้ ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านธุรกิจท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีบริษัทจัดโปรแกรมชมการแข่งขันฟุตบอลพร้อมการท่องเที่ยว มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัด โปรแกรมชมการแข่งขันฟุตบอลพร้อมการท่องเที่ยวมีราคาที่เหมาะสม มีรูปแบบในการจัดโปรแกรมการแข่งขันพร้อมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาจจะเป็นเพราะว่าแฟนคลับมีความต้องการในการท่องเที่ยวด้วยตนเองสูง อยากจัดการต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง แต่ผู้ชายทุกคนก็ยังมีต้องการความสะดวกสบาย จึงทำให้มีความต้องการด้านธุรกิจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดแต่ยังไม่มากที่สุด ด้านสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านสินค้าและของที่ระลึก อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีสินค้าและของที่ระลึกของทีมฟุตบอลที่เข้าชม มีร้านค้าให้เลือกซื้อได้สะดวกสบายหลายที่และมีการนำสินค้ามาขายใกล้สนามสินค้าและของที่ระลึกมีคุณภาพ สินค้าและของที่ระลึกมีความเหมาะสม ยกเว้นสินค้าและของที่ระลึกของจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอลอาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุดอาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงมีความต้องการในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวข้องกับกีฬา มากกว่าสินค้าและของที่ระลึกของจังหวัด แต่อย่างไรก็ตามความต้องการด้านสินค้าและของที่ระลึกก็ยังอยู่ในระดับมากที่สุดอยู่ดีทำให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาอาจจะต้องการสิ่งที่จะทำให้ระลึกถึงหรือเป็นตัวแทนของสถานที่หรือเรื่องราวต่าง ๆ ได้ และยังสามารถนำไปฝากให้แก่ผู้อื่นเป็นสินน้ำใจได้อีกด้วย ด้านเทศกาลพิเศษและบันเทิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านเทศกาลพิเศษและบันเทิง อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีงานจัดสินค้าประจำจังหวัดและงานผลิตภัณฑ์โอท็อป มีการจัดกิจกรรมประจำจังหวัดเช่น ประเพณีต่าง ๆ มีการจัดกิจกรรมด้านดนตรี มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสโมสรหรือนักกีฬา ยกเว้นมีการจัดกิจกรรมด้านกีฬา

อยู่ในระดับมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังมีอายุอยู่ในช่วงไม่สูง มีช่วงการศึกษาที่อยู่ในระดับปานกลางจึงทำให้ต้องการแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กิจกรรมที่มีความท้าทาย สนุกสนาน

อัญญาพัชร โชติวชิระพงศ์. (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมากที่สุด ได้แก่เมืองไทยมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เมืองไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติ เมืองไทยมีที่พักแรมหลากหลายสไตล์ให้เลือก และเมืองไทยมีสิ่งดึงดูดทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ความงดงามของธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา อุทยานทางธรรมชาติ รองลงมาอาหารไทย ผลไม้ไทย ขนมไทย มีหลากหลายให้เลือกและมีเอกลักษณ์ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีไทย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทางพุทธศาสนา ที่พักแรมสไตล์ศิลปะแบบ ไทยๆ ความหลากหลายของแหล่งสินค้าต่าง ๆ และของที่ระลึกแบบไทยๆ และแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ,สถานบันเทิงต่าง ๆ ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าประเทศไทยถือได้ว่าเป็นกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีกลุ่มสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวที่มากมายและสวยงามประเทศหนึ่ง โดยอาจแบ่งออกเป็น 4 Cluster คือ Cluster 1 เป็นกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยว ประเภทหาดทราย ชายทะเล โดยมีจังหวัด เป้าหมายคือพัทยา ภูเก็ต พังงา กระบี่ สมุย หัวหิน-ชะอำ เป็นต้น Cluster 2 เป็นกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทอุทยานธรรมชาติ ป่าเขา โดยมีจังหวัดเป้าหมายคือเชียงใหม่ กาญจนบุรี เพชรบุรี เป็นต้น Cluster 3 เป็นกลุ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โดยมีจังหวัด เป้าหมายคือกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย กาญจนบุรี เป็นต้น Cluster 4 เป็นกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวประเภทความสนใจเฉพาะ ได้แก่ ซอปปิง อาหาร กีฬา และอื่น ๆ อีกทั้งยังมีที่พักแรมหลากหลายสไตล์ให้เลือกตามความพอใจอีกด้วย จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและด้านสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญนั่นเอง

#### งานวิจัยในต่างประเทศ

Afthinos et al. (2005) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของลูกค้าในสถานบริการร่างกายในประเทศกรีก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าในสถานบริการร่างกาย โดยได้ศึกษาตัวแปรของปัจจัยส่วนบุคคล คือเพศ อายุ ประเภทของกีฬา และตัวแปรของลักษณะทางจิตวิทยา คือแรงจูงใจ ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการในสถานบริการร่างกายซึ่งมีลักษณะเฉพาะของการบริการแบบไม่อาจจับต้องได้ (Intangible) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Attitude) ความเป็นไปได้ (Abilities) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางด้านราคาและโปรแกรมการออกกำลังกายของแต่ละสถานบริการร่างกายที่ได้ออกแบบไว้ให้และพบความแตกต่างระหว่างเพศกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการในสถานบริการร่างกาย

Kostas Alexandris; & Kyriaki Kaplanidou. (2014) ได้ทำการรวบรวมและสรุปงานวิจัยต่าง ๆ ที่ศึกษาถึงการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ศึกษาถึงประเด็นด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจากศึกษาวิจัยทั้ง 4 ฉบับ ยังพบว่ายังขาดงานวิจัย

หรือทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรง หมายถึงผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ณ พื้นที่จัดกิจกรรมโดยตรงและผู้ชมที่ชมการถ่ายทอดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ และปัญหาที่พบร่วมกันคือปัญหาด้านการจัดการที่คงเป็นปัญหาคือขาดการท่องเที่ยวซ้ำ สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแสดงออกมา รวมถึงด้านการจัดการพื้นที่ยังคงพบปัญหา เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ปัญหาขยะ ฯลฯ ที่เป็นผลกระทบจากเปิดรับการท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าของภาพการจัดการแข่งขัน

มหาวิทยาลัยการจัดการกีฬาแห่งชาติ

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่เชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียุคใหม่” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียุคใหม่ที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียุคใหม่ของสโมสรชลบุรีเอฟซี ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียุคใหม่ของสโมสรฟุตบอลชลบุรีเอฟซี โดยใช้การคำนวณโดยสูตรของ W.G.cochran (1953) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 400 คน มีวิธีการหาค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรดังนี้ W.G.cochran (1953)

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ  $n$  คือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  คือสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม

$Z$  คือระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

$Z$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เท่ากับ 1.65 (ความเชื่อมั่น 90%) จะได้  $Z = 1.65$

$Z$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) จะได้  $Z = 1.96$

$Z$  ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เท่ากับ 2.58 (ความเชื่อมั่น 99%) จะได้  $Z = 2.58$

$d$  คือสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่น) เช่น



ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ 1 ชุดคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับพฤติกรรม ที่เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า (rating scale) ประมาณค่า 5 ระดับ เรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มเหยอนสโมสรรชลบุรีเอพี

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม เรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มเหยอนสโมสรรชลบุรีเอพี ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มเหยอนสโมสรรชลบุรีเอพี ศึกษาข้อมูล เอกสาร ตำรา วารสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามและแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มเหยอนสโมสรรชลบุรีเอพี แบบสอบถามมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มเหยอนสโมสรรชลบุรีเอพี แบบสอบถามมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วน (Rating scale) ประมาณค่า 5 ระดับคือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2540, หน้า 153) มีเกณฑ์คะแนนดังต่อไปนี้ ระดับสภาพปัญหา

มากที่สุด	ให้คะแนน 5
มาก	ให้คะแนน 4
ปานกลาง	ให้คะแนน 3
น้อย	ให้คะแนน 2
น้อยที่สุด	ให้คะแนน 1

จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (5A's) ตามเกณฑ์ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 8-11)

## เกณฑ์การให้คะแนน

4.50–5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50–4.49	หมายถึง มาก
2.50–3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50–2.49	หมายถึง น้อย
1.00–1.49	หมายถึง น้อยมากที่สุด

**ตอนที่ 4** แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มือนีสโมสรชลบุรีเอฟซี

**วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ**

1. หาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเชิงโครงสร้าง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

2. นำเสนอแบบสอบถามที่ได้ผ่านอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แก้ไขปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน โดยผู้เชี่ยวชาญ โดยการใช่วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of item objective congruence)=.94 ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญตามเกณฑ์ ดังนี้

ให้ +1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ 0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ให้ -1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำ จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนการนำไปทดลองใช้

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน (test-retest reliability) แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงตามมาตรฐาน จากนั้นวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient)=.75 (บุญชม ศรีสะอาด. 2538: 174)

**วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี เพื่อติดต่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามกับสโมสรชลบุรีเอฟซี

2. เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ โดยจะเก็บข้อมูล ณ บริเวณภายนอกสนามการแข่งขัน ในช่วงเวลาก่อนเริ่มการแข่งขัน

3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2561–เมษายน พ.ศ.2562

4. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของการตอบแบบสอบถามและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อดูการกระจายของข้อมูลและเพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปของประชากร

1.2 ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) คือค่าที่ใช้เป็นตัวแทนข้อมูลหรือค่าที่แสดงว่าส่วนใหญ่แล้วข้อมูลมีค่าเป็นเท่าใดใช้กับตัวแปรที่มีมาตรวัด อันตรภาค และอัตราส่วน

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation SD) เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางต่าง ๆ ดังนี้

- ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
  - ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี
  - ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี
  - ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี

### 1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีย่านที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอล โดโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามเพศ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ	221	55.25	179	44.75	400	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 แบ่งออกเป็น เพศชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 และเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล  
โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามอายุ (n=400)

ข้อมูลผู้ตอบ แบบสอบถาม	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	25	6.25	15	3.75	40	10.00
20-29 ปี	58	14.50	79	19.75	137	34.25
30-39 ปี	102	25.50	54	13.50	156	39.00
40-49 ปี	26	6.50	27	6.75	53	13.25
50-59 ปี	8	2.00	4	1.00	12	3.00
มากกว่า 60 ปี	2	0.50	0	0.00	2	0.50
รวม	221	55.25	179	44.75	400	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.00 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 25.50 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 13.50 รองลงมาผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.25 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 14.50 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 19.75 ตามลำดับ ซึ่งลำดับอายุน้อยสุดคืออายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.50 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล  
โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามสถานภาพ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	120	30.00	98	24.50	218	54.50
สมรส	101	25.25	78	19.50	179	44.75
อื่น ๆ	0.00	0.00	3	0.75	3	0.75
รวม	221	55.25	179	44.75	400	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้า  
ไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.50 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ  
30.00 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 24.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.75 จำแนก  
ออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 25.25 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุด  
คือสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 จำแนกออกเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 0.75

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	32	8.00	34	8.50	66	16.50
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	24	6.00	21	5.25	45	11.25
ธุรกิจส่วนตัว	33	8.25	26	6.50	59	14.75
รับจ้าง	30	7.50	15	3.75	45	11.25
พนักงานบริษัทเอกชน	92	23.00	73	18.25	165	41.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	6	1.50	10	2.50	16	4.00
เกษียณอายุ	2	0.50	0.00	0.00	2	0.50
อื่น ๆ	2	0.50	0.00	0.00	2	0.50
รวม	221	55.25	179	44.75	400	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.25 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 23.00 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 18.25 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.50 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 8.00 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดอันดับเท่ากันคืออาชีพเกษียณอายุและอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 จำแนกออกเป็นเพศชายจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.50



ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล  
โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามรายได้

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	37	9.25	35	8.75	72	18.00
10,001-15,000 บาท	49	12.25	47	11.75	96	24.00
15,001-30,000 บาท	100	25.00	86	21.5	186	46.50
30,001-50,000 บาท	24	6.00	9	2.25	33	8.25
มากกว่า 50,000 บาท	11	2.75	2	0.50	13	3.25
รวม	221	55.25	179	44.75	400	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้า  
ไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.50 จำแนกออกเป็นเพศ  
ชายคิดเป็นร้อยละ 25.00 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมาคือรายได้ 10,001-15,000 บาท  
คิดเป็นร้อยละ 24.00 จำแนกออกเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 12.25 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 11.75  
ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.25 จำแนกออกเป็น  
เพศชายคิดเป็นร้อยละ 2.75 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 0.50

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวงอล์ฟที่พาทิมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวงอล์ฟที่พาทิมเยือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามเหตุผลที่ท่านเดินทางมาจังหวัดชลบุรี

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลที่ท่านเดินทางมาจังหวัดชลบุรี		
ชมการแข่งขันกีฬา	206	51.50
ชมการแข่งขันกีฬาและท่องเที่ยวงอล์ฟ	194	48.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวงอล์ฟที่พาทิมเยือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่เหตุผลที่เดินทางมาจังหวัดชลบุรีเพื่อชมการแข่งขันกีฬา คิดเป็นร้อยละ 51.50 และเหตุผลที่เดินทางมาจังหวัดชลบุรีเพื่อชมการแข่งขันกีฬาและท่องเที่ยวงอล์ฟ คิดเป็นร้อยละ 48.50 ตามลำดับ

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีย่านที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามช่วงเวลาในการท่องเที่ยว

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว		
ก่อนวันที่มีการแข่งขัน	102	25.50
ในวันแข่งขัน(ก่อนเวลาการแข่งขัน)	237	59.25
หลังจากวันที่มีการแข่งขัน	8	2.00
ในวันแข่งขัน(หลังเวลาการแข่งขัน)	12	3.00
ก่อนและหลังวันที่มีการแข่งขัน	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีย่านที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีในวันแข่งขัน (ก่อนเวลาการแข่งขัน) คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคือเลือกช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีก่อนวันที่มีการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือเลือกช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีหลังจากวันที่มีการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มึมเยือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามช่องทางการรับทราบโปรแกรมการแข่งขัน

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางการรับทราบโปรแกรมการแข่งขัน		
อินเทอร์เน็ต	289	72.25
โทรทัศน์	36	9.00
การสื่อสารทางวิทยุ	0	0.00
หนังสือพิมพ์	2	0.50
เว็บไซต์สโมสรฟุตบอล	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มึมเยือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่เลือกรับทราบโปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาคือเลือกรับทราบโปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางเว็บไซต์สโมสรฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือเลือกรับทราบโปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางการสื่อสารทางวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียี่ห้อที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ		
ทะเล	289	72.25
ภูเขา	32	8.00
เชิงธรรมชาติ	66	16.50
ผจญภัย	4	1.00
เชิงศิลปวัฒนธรรม	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียี่ห้อที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่มีความชอบการท่องเที่ยวแบบทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาคือมีความชอบการท่องเที่ยวแบบเชิงธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือมีความชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียอดเงินที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามช่องทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ช่องทางศึกษาแหล่งท่องเที่ยว		
อินเทอร์เน็ต	367	91.75
โทรทัศน์	31	7.75
นิตยสาร	1	0.25
หนังสือพิมพ์	1	0.25
วิทยุ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียอดเงินที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่เลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 91.75 รองลงมาคือเลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือเลือกศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียอดเงินที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามประเภทการใช้บริการที่พัก

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทการใช้บริการที่พัก		
โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล	263	65.75
บ้านเพื่อน/ญาติ	80	20.00
ที่พักของหน่วยงานราชการ	8	2.00
โฮมสเตย์	18	4.50
อื่น ๆ	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียอดเงินที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาคือเลือกใช้บริการที่พักประเภทบ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือเลือกใช้บริการที่พักประเภทที่พักของหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 2.00

## 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรรชลบุรีเอพีซี

ตาราง 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)			
1. มีศิลปวัฒนธรรมประจำจังหวัดที่น่าสนใจ	3.99	.740	มาก
2. มีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	4.22	.736	มาก
3. มีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว	4.38	.702	มาก
4. มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว	4.23	.745	มาก
5. มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาย่อมเยา	3.81	.865	มาก
6. มีสินค้าและของที่ระลึกของสถานที่ท่องเที่ยว	3.89	.847	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	.772	มาก

จากตาราง 4.12 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จำนวน 6 รายการ อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.38 รองลงมาคือมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือมีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาย่อมเยา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81



ตาราง 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านกิจกรรม (Activities)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านกิจกรรม (Activities)			
1. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ทำหลากหลาย เช่น ชมการแข่งขันกีฬา เทียวทะเล ชมแสดงโชว์	4.13	.718	มาก
2. มีการวางแผนการท่องเที่ยวและชมการแข่งขัน	4.06	.721	มาก
3. มีระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวและชมการ แข่งขัน	4.04	.768	มาก
4. มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสโมสรหรือนักกีฬา	3.84	.825	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	.758	มาก

จากตาราง 4.13 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรม (Activities) จำนวน 4 รายการ อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ทำหลากหลาย เช่น ชมการแข่งขันกีฬา เทียวทะเล ชมแสดงโชว์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.13 รองลงมา คือมีการวางแผนการท่องเที่ยวและชมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือมีระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวและชมการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุด คือมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสโมสรหรือนักกีฬา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตาราง 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านการเข้าถึง (Access)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านการเข้าถึง (Access)			
1. มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และชมการแข่งขันกีฬา	4.04	.727	มาก
2. มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายในการท่องเที่ยว และชมการแข่งขันกีฬา	3.96	.820	มาก
3. มีแผนที่และป้ายบอกทางอย่างชัดเจน	3.95	.796	มาก
4. มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก	4.00	.793	มาก
5. มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต	4.06	.804	มาก
6. มีช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬา ที่สะดวกและรวดเร็ว	4.10	.767	มาก
7. มีสถานที่ให้บริการการคมนาคมอยู่ทั่วถึง เช่น ปั้มน้ำมัน จุดพักรถ เป็นต้น	3.93	.799	มาก
8. การตรงต่อเวลาของการคมนาคมขนส่ง	3.77	.790	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	.787	มาก

จากตาราง 4.14 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึง (Access) จำนวน 8 รายการ อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีระดับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่สะดวก และรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือมีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือมีช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและ ชมการแข่งขันกีฬา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือมีการตรงต่อเวลาของการคมนาคมขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตาราง 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)			
1. มีที่จอดรถในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาเพียงพอ ต่อนักท่องเที่ยว	3.42	1.130	ปานกลาง
2. มีร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณสนามการแข่งขัน กีฬาเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	3.76	.891	มาก
3. มีอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดและคุณภาพ ที่ถูกหลักอนามัย	3.76	.878	มาก
4. มีการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม	3.67	.923	มาก
5. มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน	3.73	.851	มาก
6. มีความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	3.91	.829	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	.917	มาก

จากตาราง 4.15 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) จำนวน 6 รายการ อยู่ในระดับมาก 5 รายการและอยู่ในระดับปานกลาง 1 รายการ โดยมีระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.91 รองลงมาอันดับเท่ากัน คือ มีร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณสนามการแข่งขันกีฬาเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวและมีอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดและคุณภาพที่ถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมาคือมีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุด คือ มีที่จอดรถในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ตาราง 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านที่พัก (Accommodation)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ด้านที่พัก (Accommodation)			
1. มีที่พักอยู่ใกล้สนามแข่งขันหรืออยู่ในสถานที่ที่หาได้ง่ายและการเดินทางไปยังที่พักมีความสะดวก	3.84	.835	มาก
2. มีราคาเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการของที่พัก	3.75	.852	มาก
3. มีที่พักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	3.90	.812	มาก
4. มีการบริการที่ดีและมีคุณภาพต่อการเข้าใช้บริการ	3.87	.796	มาก
5. มีการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ	3.83	.868	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	.832	มาก

จากตาราง 4.16 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านที่พัก (Accommodation) จำนวน 5 รายการ อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยมีระดับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีที่พักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือมีการบริการที่ดีและมีคุณภาพต่อการเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 รองลงมาคือมีที่พักอยู่ใกล้สนามแข่งขันหรืออยู่ในสถานที่ที่หาได้ง่ายและการเดินทางไปยังที่พักมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ ซึ่งลำดับน้อยที่สุดคือมีราคาเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการของที่พัก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ตาราง 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละด้าน

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.08	.772	มาก
2. ด้านกิจกรรม (Activities)	4.01	.758	มาก
3. ด้านการเข้าถึง (Access)	3.97	.787	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.70	.917	มาก
5. ด้านที่พัก (Accommodation)	3.83	.832	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	.813	มาก

จากตาราง 4.17 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละด้าน ในภาพรวม 5 ด้าน อยู่ในระดับมากทุกรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมา ด้านกิจกรรม (Activities) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านการเข้าถึง (Access) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านที่พัก (Accommodation) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และด้านที่มีค่าน้อยที่สุดได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ตามลำดับ

### 2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือน สโมสรชลบุรีเอฟซี

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดชลบุรี จากการสรุปในองค์ประกอบ ทั้ง 5 ด้านของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า แนวทางการพัฒนาจำเป็นต้องมีการพัฒนาทางด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเร่งด่วน ในเรื่องที่จ่อครถในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาและห้องสุขา เพื่อให้ตอบสนองรองรับกับนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้นและการพัฒนาขึ้นสู่เมืองกีฬาอย่างยั่งยืน ส่วนทางด้านที่พักควรมีราคาเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการของที่พักและควรมีการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ ส่วนทางด้าน การคมนาคมขนส่งควรตรงต่อเวลาตามตารางการขนส่ง และควรมีสถานที่ให้บริการการคมนาคมอยู่ทั่วถึง เช่น ปั้มน้ำมัน จุดพักรถ เป็นต้น ด้านกิจกรรม ควรมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสโมสรหรือนักกีฬาให้มากขึ้น และด้านสิ่งดึงดูดใจควรพัฒนาเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวให้มีราคาเอื้ออำนวยกับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีเพิ่มขึ้น

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรรชบุรีเอพีครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนสโมสรรชบุรีเอพี 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรรชบุรีเอพี 3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรรชบุรีเอพี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษานักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้เลือกด้วยวิธีการสุ่มตามความบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่แบบสอบถาม วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการแจกแบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน โดยผู้เชี่ยวชาญ โดยการใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องขอเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of item Objective Congruence) เท่ากับ .94 ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญตามเกณฑ์หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณาแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำ จากนั้นนำมาปรึกษากับคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนการนำไปทดลองใช้ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (test-retest reliability) แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงตามมาตรฐาน จากนั้นวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .75 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี เพื่อติดต่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามกับสโมสรรชบุรีเอพี และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบบังเอิญ โดยจะเก็บข้อมูล ณ บริเวณภายนอกสนามการแข่งขัน ในช่วงเวลาก่อนเริ่มการแข่งขัน ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561-เมษายน พ.ศ. 2562 นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของการตอบแบบสอบถามและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation SD)

## สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 221 คนคิดเป็นร้อยละ 55.3 และเพศหญิง จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 จำแนกออกเป็นเพศชายจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 22.5 เพศหญิงจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 13.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 จำแนกออกเป็นเพศชายจำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 30.0 เพศหญิงจำนวน 98 คนคิดเป็นร้อยละ 24.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 จำแนกออกเป็นเพศชายจำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 23.0 เพศหญิงจำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 18.25 และเป็นผู้ที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 จำแนกออกเป็นเพศชายจำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0 เพศหญิงจำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม พบว่าส่วนใหญ่เหตุผลที่เดินทางมาจังหวัดชลบุรีเพื่อชมการแข่งขันกีฬาจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เลือกช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีในวันแข่งขัน (ก่อนเวลาการแข่งขัน) จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 เลือกมารับทราบโปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 โดยมีความชอบการท่องเที่ยวแบบทะเลมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 91.8 และเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก โดยพฤติกรรมที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด คือ มีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง 4.38 รองลงมาคือมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง 4.23

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยนำไปสู่การอภิปรายผลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่เมืองชลบุรีเอพีเชิงปริมาณโดยการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนจากนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลโตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่เมืองชลบุรีเอพี พบว่ารูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาที่เมืองชลบุรีเอพีเป็นรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ เป็นนักท่องเที่ยวยุโรปที่ให้ความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย (Cohen, 1979) หากพิจารณาตามองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันกีฬาที่เมืองชลบุรีเอพีมีเป้าหมายหลักในการชมการแข่งขันกีฬา มีการเตรียมความพร้อม โดยการวางแผนในการค้นหาข้อมูลโปรแกรมการแข่งขันและศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เลือกมาท่องเที่ยวเฉพาะช่วงที่มีโปรแกรมการแข่งขัน โดยเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวในวันแข่งขันในช่วง



ก่อนเวลาการแข่งขันมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ต/บังกะโล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557) ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ และจังหวัดใกล้เคียง ภายในช่วงเวลาวันที่แข่งขัน(ก่อนเวลาการแข่งขัน) โดยมีเหตุผลในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานหรืออยู่ในช่วงการศึกษาก่อให้เกิดความเครียด อาจจะมีผลเสียทางด้านร่างกายและจิตใจได้ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้เดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ขจัดความเมื่อยล้าทางกายและจิตใจจากการทำงาน ในกรณีที่เดินทางไปท่องเที่ยวแล้วเกิดการค้างแรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ต/บังกะโล เพราะความสะดวกสบาย และมีการจองที่พักผ่านโทรศัพท์ที่สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเดินทางมามากมีการวางแผนในการเดินทางล่วงหน้า เพราะจะรู้วันเวลาจากตารางการแข่งขันของฟุตบอลลีกอาชีพ แต่อาจจะไม่มีการวางแผนในการจองที่พักล่วงหน้าทำให้ต้องมาจองที่พักโดยกะทันหันจึงทำให้ต้องจองผ่านโทรศัพท์ซึ่งประชากรในประเทศไทยยังมีความเคยชินกับการใช้โทรศัพท์มากกว่า

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียอดนิยมของชลบุรีเอพี ทุกด้านอยู่ในระดับมากประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านกิจกรรม (Activities) ด้านการเข้าถึง (Access) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านที่พัก (Accommodation) มี 29 ตัวแปร สามารถอภิปรายในแต่ละด้านได้ดังนี้คือ

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) อยู่ในระดับมาก พบว่าระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นส่วนมาก เนื่องจากชลบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลก มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงามมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ประภาสวัสดิ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบ วันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า หาดบางแสนมีความโดดเด่นในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาเที่ยวและชื่อเสียงที่มีมายาวนาน มีสิ่งดึงดูดใจที่ดีคือความสะดวกในการเดินทาง

ด้านกิจกรรม (Activities) อยู่ในระดับมาก พบว่าระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสนใจกับการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ทำหลากหลาย เช่น ชมการแข่งขันกีฬา เทียวทะเล ชมแสดงโชว์ เป็นส่วนมาก เนื่องจากชลบุรีเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวระดับโลกและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามหลากหลาย มีทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ทะเล ภูเขา กิจกรรมนันทนาการโชว์ระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญาพัชร โชติวชิระพงศ์ (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ผลการวิจัยพบว่าประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมากที่สุด ได้แก่เมืองไทยมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เมืองไทยมีความสวยงามทางธรรมชาติ เมืองไทยมีที่พักหลากหลายสไตล์ให้เลือกและเมืองไทยมีสิ่งดึงดูดทางด้านประวัติศาสตร์

วัฒนธรรม ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา อุทยานทางธรรมชาติ เอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรมและประเพณีไทย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกทางพุทธศาสนา ที่พักแรมสไตล์ศิลปะ แบบไทย ๆ ความหลากหลายของแหล่งสินค้าต่าง ๆ และของที่ระลึกแบบไทยๆ และแหล่งท่องเที่ยว ยามค่ำคืน สถานบันเทิงต่าง ๆ ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึง (Access) อยู่ในระดับมาก พบว่าระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ ความสนใจกับการมีช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬาที่สะดวกรวดเร็วและมีการโฆษณา ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสโมสรชลบุรีเอฟซี มีช่องทางการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขัน กีฬาได้หลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ชลบุรีเอฟซี ,หน้าสนามชลบุรีสเตเดียม ,ร้าน ชลบุรี เอฟซี ซูเปอร์สโตร์, ร้านวีไอพี ซ็อบ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวัฒน์ วิวัฒนาวารมย์ (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย ผลการวิจัยพบว่า แฟนฟุตบอลให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายบัตรเข้าชม ยิ่งหากสามารถ ซื้อบัตรได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งมีผลต่อการตัดสินใจ รวมไปถึงหากมีการนำเสนอข่าวของสโมสร ได้ชัดเจนว่า แข่งที่ใด เวลาใด และวันใด เนื่องจากการนำเสนอข่าวอาจจะทำให้แฟนฟุตบอลไทย สามารถวางแผนการเข้าชมได้ดี

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) อยู่ในระดับมาก พบว่าระดับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสำคัญกับการมีความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว มีร้านอาหารและ เครื่องดื่มที่สะอาด ถูกหลักอนามัยและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว เนื่องจากความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ อย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ฉันทชินิต เกตุน้อย และโสภณทิพย์ สุนทรยาธร (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วน ประสมทางการตลาด 7P's และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่พบว่าความสะอาดของสถานที่ ท่องเที่ยว สถานที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว เช่น ไม่ดูรกร้าง ไม่มีสิ่งอันตราย ในแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีครบครัน เพียงพอต่อความต้องการ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ ถึงขณะเป็นต้น และความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการบริการ พบว่า มีพื้นที่เพียงพอ ในการรองรับนักท่องเที่ยว ความทันสมัยและความพร้อมของระบบเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่ใช้ เพื่อจัดแสดงในศูนย์ประวัติศาสตร์และความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ในระดับมาก พบว่าระดับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิง กีฬาได้ให้ความสำคัญกับการมีที่พักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและมีการบริการที่ดี มีคุณภาพต่อ การเข้าใช้บริการ เนื่องจากที่พักเป็นสิ่งสำคัญต่อการท่องเที่ยวและควรมีการบริการที่ดี ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี (2558) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพัก ห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ ซึ่งส่วนประกอบด้วยความสามารถ ในการบริการของเจ้าของห้องพักบุคคลากร เช่น การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการลูกค้าได้ อย่างเท่าเทียมกัน การให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางได้เป็นอย่างดี ความสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ มีความรู้และ ทักษะในการให้บริการ การบริการที่ดีย่อมส่งผลดีกับเจ้าของห้องพัก โดยทำให้มีการกลับมาใช้บริการ

ซ้ำจากนักท่องเที่ยวและได้รับการแสดงข้อคิดเห็นจากการใช้บริการที่ตีผ่านหน้าเว็บไซต์ และหากสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวรู้สึกได้ว่าได้รู้จักเพื่อนใหม่และเรียนรู้วัฒนธรรมจากการมาพักอาศัยกับเราก็จะยิ่งเป็นการกระตุ้นกับคุณภาพการให้บริการของเราให้กับลูกค้ารายใหม่ที่จะเข้ามาพักอาศัยกับเราเพิ่มมากขึ้นด้วย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี พบว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวควรปรับปรุงและพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด เนื่องจากบริเวณโดยรอบสนามชลบุรีเอฟซีไม่มีสถานที่จอดรถให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จะเข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลเพียงพอนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถบริเวณรอบสนามชลบุรี สเตเดียมให้มากขึ้นและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา อีกทั้งการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีการจัดการด้านรักษาความปลอดภัยอย่างมีมาตรฐานเพื่อให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดความเชื่อมั่นในการเข้าไปชมฟุตบอลในสนาม อีกทั้งสโมสรชลบุรีเอฟซีควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น กิจกรรมพบปะแฟนบอลของนักเตะสโมสรชลบุรีเอฟซี กิจกรรมลุ้นรางวัลมีเทนเอนด์กรัดกับนักเตะ ทางด้านที่พักควรมีจำนวนที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการและมีความเหมาะสมต่อสถานที่และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนักและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุนทร ธีรวัฒนอมร (2554) ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการทางการกีฬาและการออกกำลังกายในสนามกีฬาแห่งชาติมีความต้องการส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งผู้บริการต้องการให้สนามกีฬาแห่งชาติจัดพื้นที่จอดรถ ห้องน้ำ ห้องอาบน้ำเพียงพอ มีบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณสนามกีฬา จัดม้านั่งไว้ให้บริการโดยรอบ จัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในสนามกีฬา เช่น โทรทัศน์ ตู้น้ำดื่ม นอกจากนี้ควรดูแลรักษาความสะอาดทั่วบริเวณสนามกีฬาอยู่เสมอ มีการรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอติดตั้งระบบไฟส่องสว่างภายในสนามกีฬาและโดยรอบทางเข้า-ออกสนามกีฬาชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่าย แบ่งเขตทางเดินเท้ากับเส้นทางเดินรถอย่างชัดเจน รวมถึงสร้างทางเดินเพื่อเชื่อมต่ออาคารสำนักงานกับจุดบริการอื่น ๆ ด้วย

## ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ ไปจัดทำแผนการพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ สำหรับคนที่สนใจในกีฬา มากยิ่งขึ้น
2. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา สนับสนุนให้มีธุรกิจการท่องเที่ยวที่รองรับกับพฤติกรรม และสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นช่องทางในการเพิ่ม รายได้ให้กับธุรกิจของตนเองได้
3. สโมสรชลบุรีเอฟซีควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของ จังหวัดชลบุรี และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีการจัดการท่องเที่ยวจนเกิดเป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาพร้อมทั้งมีกิจกรรมต่าง ๆ
4. สโมสรชลบุรีเอฟซีควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำใน ช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดชลบุรี เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและ ช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว กิจกรรมควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวด้วย เช่น กิจกรรมพบปะแฟนบอลของนักเตะสโมสรชลบุรีเอฟซี กิจกรรมลุ้นรางวัล มีทแอนด์กรี๊ดกับนักเตะ
5. ควรมีการร่วมมือกันระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานในพื้นที่ ที่รับผิดชอบพัฒนาพื้นที่หรือปรับปรุงให้มีความน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น
6. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ระดับจังหวัดควรเร่งรัดและสนับสนุนส่งเสริมประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังและควรประชาสัมพันธ์ อย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เพื่อที่จะนำผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษามาใช้ประกอบกัน ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าชมเป็นรายสโมสร หรือตามกลุ่มผลงาน ในการแข่งขัน เพื่อที่จะนำผลลัพธ์ไปพัฒนาหรือสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขันได้อย่างเหมาะสม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559**. กรุงเทพมหานคร
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทน์ชนิด เกตุน้อย; และ โสมฤทัย สุนธยาธร. (2561, พฤษภาคม-สิงหาคม). ความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด 7P's และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของ พระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก. **วิชาการ สถาบันการพลศึกษา**. 10(2): 17-28.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2561, จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- จิรัชญา มณีเนตร. (2552). **ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 4. ขอนแก่น: คลังนาโนวิทยา.
- ณัฐวัฒน์ วิวัฒน์วารมย์. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมฟุตบอลในสนามฟุตบอลของแฟนบอลไทย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไทยโพสต์. (2554, 10 สิงหาคม). กทท. ชูนโยบายเมืองท่องเที่ยวด้านกีฬา. **ไทยโพสต์**. หน้า 11.
- นิมิต ชื่นสั้น; วิวัฒน์ แซ่หลี่; และ อำพร วิริยโกศล. (2555, กรกฎาคม-ธันวาคม). พฤติกรรมและปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา : ผู้เข้าชมและนักท่องเที่ยว. **วารสารวิทยาการจัดการ**. 7(2): 35-49.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). **เอกสารประกอบการเรียนการสอน องค์ประกอบของการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มาศศุภา นิมบุญจาช. (2558). **องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีผลต่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาสันหนอกิ้ว (อุทยานแห่งชาติเขาแหลม)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รชพร จันทร์สว่าง. (2545). **การท่องเที่ยวเชิงกีฬา**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราณี อีสัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วัชระ เชียงกุล; และ เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560, มกราคม-มิถุนายน). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 8(1): 90-109.
- วรรณ วังษานิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย. *ข่าวสารวิจัยทางการศึกษา*. 18(3): 8-11.
- วีระวุฒิ จงวัฒนมนตรี. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องพักแบบที่มีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของห้องพัก (AIRBNB)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (วิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรวิณฑ์ สุวัฒน์ ณ เขมรัฐ; และคนอื่น ๆ. (2547). **รายงานฉบับสมบูรณ์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่**. กรุงเทพฯ: สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน.
- สุภาพ ประภาสสวัสดิ์. (2554). **ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวแบบวันเดียว ณ หาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ของประชากรเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). **ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา). วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). **ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา**. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2561, จาก <http://www.etatjournal.com/upload/225/2SportTourism.pdf>
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). **คำนิยามของการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561, จาก <http://www.tourism.go.th>.
- อัญญาพัชร โชติวชิระพงศ์. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารทั่วไป). คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- อาทิตย์ ศิริธร. (2541). **วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทย ปีพุทธศักราช 2545**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- Afthninos, Y., et al. (2005). **Customers expectation of service in Greek fitness centers**. Management Service Quality.
- David & Martin. (2000). **Management**. 2<sup>nd</sup> ed. New York: McGraw-Hill.
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An Introductory Text**. 2<sup>nd</sup> ed. Sydney: Hodder Education.
- Gammon, S.; & Robinson, T. (2003). **Sport Tourism: A Conceptual Framework**. *Journal of Sport Tourism*. 8(4): 21-26.
- Gibson, H. (1998). **Sport Tourism: A Critical Analysis of Research**. *Sport Management Review*. 1 (November): 45-76.
- Hall, C. M.; & Weiler, B. (1992). **Adventure, Sport and Health Tourism**. London: Belhaven Press.

- Kostas, A.; & Kyriaki, K. (2014). Marketing Sport Event Tourism: Sport Tourist Behaviors and Destination Provisions. **Sport Marketing Quarterly**, 23 (September): 125-126.
- Ruskin, H. (1987). **Selected Views on Socio-Economic Aspects of Outdoor Recreation, Outdoor Education and Sport Tourism**. In Proceedings of the International Seminar and Workshop on Outdoor Education Recreation and Sport Tourism. M. Garmise (ed.). Natanya, Israel: Emmanuel Gill Publishing
- Stephen, D. R. (2001). **Developing Sport Tourism**. Illinois: National Laboratory for Tourism and eCommerce University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Weed, M. and Bull, C. (1997). **Influences on Sport-Tourism Relations in Britain: The Effects of Government Policy**. London: Tourism and Recreation Research.

มหาวิทยาลัยการจัดการกีฬาและเทคโนโลยี





พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว  
ที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี

ภาณุสสร หิรัญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

พ.ศ. 2562

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว  
ที่มเขื่อนสโมสรรชลบุรีเอฟซี

ภาภัสสร หิรัญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

SPORT TOURISTS BEHAVIOR BASED ON THE TOURISM  
ELEMENTS TEAM VISITED CHONBURI

PAPUDSORN HIRUN

THIS THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR MASTER OF ARTS

IN SPORT AND RECREATION MANAGEMENT, FACULTY OF LIBERAL ARTS  
THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY CHON BURI CAMPUS

2019

ALL RIGHTS RESERVED BY THAILAND NATIONAL SPORTS UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ประวัติผู้วิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวภาภัสสร หิรัญ
วันเดือนปีเกิด	9 พฤศจิกายน 2536
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดพังงา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	222 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี รหัสไปรษณีย์ 20000
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	นักกีฬาฟุตบอล
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สโมสรฟุตบอลชลบุรี
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2558 วท.บ. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี พ.ศ. 2562 ศศ.ม. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล

ภาคผนวก

สภาแห่งชาติ

ภาคผนวก ก

- หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ
- รายนามผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัย

กค ๐๕๐๗/ ๗ ๗๖๗๒

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐

๑๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

เรียน นายวิทยา คุณปลื้ม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวภาภัสสร ทิรัญ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการกีฬาและ  
นันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้รับอนุมัติโครงร่างวิจัย เรื่อง “พฤติกรรม  
ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี” (Sport tourists  
behavior based on the tourism elements team visited Chonburi football club.) โดยอยู่ในการ  
ควบคุมดูแลของ ดร.อัศวิน จันทระสม อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้วิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์  
ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั้น

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน  
เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ  
เครื่องมือของนักศึกษาในครั้งนี้ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม)  
กรรมการวิทยาเขต รักษาการแทน  
รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะศิลปศาสตร์

โทร. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๒ ต่อ ๑๔๑

แฟกซ์. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๓





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ...สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี คณะศิลปศาสตร์ IP PHONE ๑๔๑๑๐  
 ที่...กค.๐๕๐๗/ - ..... วันที่ ๑๙ เมษายน ๒๕๖๑  
 เรื่อง...ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย  
 เรียน ดร.กิตติภักดิ์ วิทยาภรณ์

ด้วย นางสาวภาภัสสร ทิรัญ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการกีฬาและ  
 นันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้รับอนุมัติโครงร่างวิจัย เรื่อง “พฤติกรรม  
 ของนักท่องเที่ยวยิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่านสโมสรชลบุรีเอฟซี” โดยอยู่ในการ  
 ควบคุมดูแลของ ดร.อัศวิน จันทระสม อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้วิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตาม  
 วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั้น

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน  
 เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ  
 เครื่องมือของนักศึกษาในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักเป็นพระคุณยิ่ง

(นายชุมพล กุลเขมานนท์)

กรรมการวิทยาเขต รักษาราชการแทน  
 รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

มหาวิทยาลัย



กก ๐๕๐๗/ ๑ ๓๓๒

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐

๑๐ เมษายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย  
เรียน นางอำไพ ศักดานุกุลจิต สไลวินสกี  
สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์  
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวภาภัสสร ทิรัญ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการกีฬาและ  
นันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้รับอนุมัติโครงร่างวิจัย เรื่อง “พฤติกรรม  
ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี” (Sport tourists  
behavior based on the tourism elements team visited Chonburi football club.) โดยอยู่ในการ  
ควบคุมดูแลของ ดร.อัศวิน จันทระสม อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้วิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์  
ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นั้น

ในการนี้ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่าน  
เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ  
เครื่องมือของนักศึกษาในครั้งนี้ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

พ. พิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมทิญา สิงห์คราม)  
กรรมการวิทยาเขต ศึกษาราชการแทน  
รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะศิลปศาสตร์

โทร. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๒ ต่อ ๑๔๑

แฟกซ์. ๐ ๓๘๐๕ ๔๑๙๓

### รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ชื่อ นายวิทยา คุณปลื้ม  
ตำแหน่ง นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีและประธานสโมสรชลบุรีเอฟซี
2. ชื่อ ดร.กิตติภักดิ์ วิทยาภรณ์  
ตำแหน่ง อาจารย์พิเศษ
3. ชื่อ นางอำไพ ศักดานุกุลจิต สไลวินสกี  
ตำแหน่ง ผู้ช่วยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี

มหาวิทยาลัยการจัดการกีฬาแห่งชาติ

กีฬาแห่งชาติ

ภาคผนวก ข

หนังสือขออนุญาตใช้ชื่อของสถาบันและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัย



ที่ กก ๐๕๐๗/ ๖๕๖๑

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ๒๐๐๐๐

๑๕

กรกฎาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขออนุญาตใช้ชื่อสถาบันและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน สโมสรชลบุรีเอฟซี

ด้วย นางสาวภาภัสสร หิรัญ นักศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
กีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ขณะนี้อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยมี  
ดร.อัศวิน จันทระสม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ คณะศิลปศาสตร์  
สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี จึงมีความประสงค์ขออนุญาตให้ชื่อสถาบันและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยกับ  
บุคลากรในหน่วยงานของท่านเพื่อนำไปประกอบการขออนุมัติพิจารณาจริยธรรมการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายชุมพล กุลเชมานนท์)

กรรมการวิทยาเขต รักษาการแทน

รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษา ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะศิลปศาสตร์

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี

โทร ๐๓๘ ๐๕๔ ๑๔๒ ต่อ ๑๔๑

โทรสาร ๐๓๘ ๐๕๔ ๑๔๓

สภาแห่งชาติ

ภาคผนวก ค

ใบยินยอมให้ใช้ชื่อหน่วยงานและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัย



## ใบยินยอมให้ใช้ชื่อหน่วยงานและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

อนุญาตให้ นางสาวภาภัสสร หิรัญ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ขณะนี้อยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มือนสโมสรชลบุรีเอพี โดยมีดร.อัศวิน จันทระสม เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก เพื่อให้การวิจัยดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ คณะศิลปศาสตร์ จึงมีความประสงค์ขออนุญาตใช้ชื่อหน่วยงานและเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยกับบุคลากรในสถาบันของท่าน

- อนุญาต  
 ไม่อนุญาต



ลงนาม .....  
 ( นาย อภิเทพ สวัสดิ์ทอง )  
 ตำแหน่ง ภาควิชาคณบดีวิทยาลัยพลศึกษา  
 วันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2561  
 ประทับตราหน่วยงาน (ถ้ามี)

มหาวิทยาลัย

กีฬาแห่งชาติ

ภาคผนวก ง  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัย



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี  
คำชี้แจง

แบบสอบถามของงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการกีฬา และนันทนาการ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยมีความจำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านได้กรุณาตอบแบบสอบถามเพื่อจกใช้ข้อมูลให้เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียือนของสโมสรชลบุรีเอฟซี มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี มีจำนวน 29 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

โดยคำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านหรือหน้าที่การงานของท่านแต่ประการใดเพียงแต่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลไว้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย เพื่อหาแนวทางของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี โดยข้อมูลที่ได้รับการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น

**ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาที่ให้ความร่วมมือ  
การตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นอย่างดี**

นางสาว ภาภัสสร หิรัญ นักศึกษาปริญญาโท  
หลักสูตรการจัดการกีฬาและนันทนาการ  
คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตชลบุรี

ตอนที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
คำอธิบาย : กรุณาทำเครื่องหมาย “√” ลงในช่อง ที่ท่านเลือกหรือเติมลงในช่องว่าง

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 20–29 ปี
<input type="checkbox"/> 30–39 ปี	<input type="checkbox"/> 40–49 ปี
<input type="checkbox"/> 50–59 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 60 ปี
3. สถานภาพ
 

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
4. อาชีพปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> รับจ้าง
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ
<input type="checkbox"/> เกษียณอายุ	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001–15,000 บาท
<input type="checkbox"/> 15,001–30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001–50,000 บาท
<input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท	

มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มียอนสโมสรชลบุรีเอฟซี

6. เหตุผลใดที่ท่านเดินทางมาจังหวัดชลบุรี
 

<input type="checkbox"/> ชมการแข่งขันกีฬา	<input type="checkbox"/> ชมการแข่งขันกีฬาและท่องเที่ยว
---	--
7. ท่านเลือกช่วงเวลาใดในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี
 

<input type="checkbox"/> ก่อนวันที่มีการแข่งขัน	<input type="checkbox"/> ในวันแข่งขัน (ก่อนเวลาการแข่งขัน)
<input type="checkbox"/> หลังจากวันที่มีการแข่งขัน	<input type="checkbox"/> ในวันแข่งขัน (หลังเวลาการแข่งขัน)
<input type="checkbox"/> ก่อนและหลังวันที่มีการแข่งขัน	
8. ท่านทราบโปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยการเรียงลำดับการรับทราบเป็น 1,2,3,4,5)
 

<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต
<input type="checkbox"/> โทรทัศน์
<input type="checkbox"/> การสื่อสารทางวิทยุ
<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์
<input type="checkbox"/> เว็บไซต์สโมสรฟุตบอล
9. ท่านมีความชอบการท่องเที่ยวแบบใดมากที่สุด (โดยเรียงลำดับความชอบ 1,2,3,4,5)
 

<input type="checkbox"/> ทะเล
<input type="checkbox"/> ภูเขา
<input type="checkbox"/> เชิงธรรมชาติ
<input type="checkbox"/> ผจญภัย
<input type="checkbox"/> เชิงศิลปวัฒนธรรม
10. ท่านได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางใดมากที่สุด
 

<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> โทรทัศน์
<input type="checkbox"/> นิตยสาร	<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์
<input type="checkbox"/> วิทยุ	
11. ท่านใช้บริการที่พักประเภทใด
 

<input type="checkbox"/> โรงแรม/รีสอร์ท/บังกะโล	<input type="checkbox"/> บ้านเพื่อน/ญาติ
<input type="checkbox"/> ที่พักของหน่วยงานราชการ	<input type="checkbox"/> โฮมสเตย์
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มียือนสโมสรชลบุรีเอฟซี  
คำอธิบาย : กรุณาทำเครื่องหมาย “√” ลงในช่อง ที่ท่านเลือกเพียงช่องเดียวตามระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตาม องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)						
1	มีศิลปวัฒนธรรมประจำจังหวัดที่น่าสนใจ					
2	มีความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว					
3	มีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว					
4	มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสถานที่ท่องเที่ยว					
5	มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในราคาที่ย่อมเยา					
6	มีสินค้าและของที่ระลึกของสถานที่ท่องเที่ยว					
กิจกรรม (Activities)						
7	มีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ทำหลากหลาย เช่น ชมการแข่งขันกีฬา เทียวทะเล ชมแสดงโชว์					
8	มีการวางแผนการท่องเที่ยวและชมการแข่งขัน					
9	มีระยะเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวและ ชมการแข่งขัน					
10	มีการจัดกิจกรรมร่วมกับสโมสรหรือนักกีฬา					
การเข้าถึง (Access)						
11	มีช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และชมการแข่งขันกีฬา					
12	มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบายในการ ท่องเที่ยวและชมการแข่งขันกีฬา					
13	มีแผนที่และป้ายบอกทางอย่างชัดเจน					
14	มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ได้สะดวก					
15	มีการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต					

ข้อ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตาม องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
16	มีช่องทางในการซื้อบัตรเข้าชมการแข่งขันกีฬา ที่สะดวกและรวดเร็ว					
17	มีสถานที่ให้บริการการคมนาคมอยู่ทั่วถึง เช่น ปั้มน้ำมัน จุดพักรถ เป็นต้น					
18	การตรงต่อเวลาของการคมนาคมขนส่ง					
สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)						
19	มีที่จอดรถในการเข้าชมการแข่งขันกีฬา เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว					
20	มีร้านอาหารและเครื่องดื่มบริเวณสนาม การแข่งขันกีฬาเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว					
21	มีอาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดและคุณภาพ ที่ถูกหลักอนามัย					
22	มีการกำหนดราคาขายที่เหมาะสม					
23	มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน					
24	มีความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว					
ที่พัก (Accommodation)						
25	มีที่พักอยู่ใกล้สนามแข่งขันหรืออยู่ในสถานที่ ที่หาได้ง่ายและการเดินทางไปยังที่พักมีความ สะดวก					
26	มีราคาเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการของที่พัก					
27	มีที่พักเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว					
28	มีการบริการที่ดีและมีคุณภาพต่อการเข้าใช้ บริการ					
29	มีการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา  
ตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

.....  
.....  
.....

2. กิจกรรม (Activities)

.....  
.....  
.....

3. การเข้าถึง (Access)

.....  
.....  
.....

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

.....  
.....  
.....

5. ที่พัก (Accommodation)

.....  
.....  
.....

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ .....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ .....	ฐ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	7
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	7
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>8</b>
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา .....	16
ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A).....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว .....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	27
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>40</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	40
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	41
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>45</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 64
	สรุปผลการวิจัย..... 65
	อภิปรายผลการวิจัย..... 66
	ข้อเสนอแนะ..... 66
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป..... 70
	บรรณานุกรม..... 71
	ภาคผนวก ..... 75
	ภาคผนวก ก ..... 76
	ภาคผนวก ข..... 81
	ภาคผนวก ค ..... 83
	ภาคผนวก ง ..... 85
	ประวัติผู้วิจัย ..... 92

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามเพศ.....	46
4.2 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามอายุ.....	47
4.3 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามสถานภาพ.....	48
4.4 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามอาชีพ.....	49
4.5 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามรายได้.....	50
4.6 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามเหตุผลใดที่ท่าน เดินทางมาจังหวัดชลบุรี.....	51
4.7 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านเลือกช่วงเวลาใด ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี.....	52
4.8 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านรับทราบ โปรแกรมแข่งขันผ่านช่องทางใด.....	53
4.9 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านมีความชอบการ ท่องเที่ยวแบบใดมากที่สุด.....	54
4.10 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านได้ศึกษาแหล่ง ท่องเที่ยวผ่านช่องทางใดมากที่สุด.....	55
4.11 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านใช้บริการที่พัก ประเภทใด.....	56
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอล โตโยต้าไทยลีก 2018 ณ สนามชลบุรี สเตเดียม จำแนกตามท่านใช้บริการที่พัก ประเภทใด.....	57

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านกิจกรรม (Activities).....	58
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านการเข้าถึง (Access).....	59
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities).....	60
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ในด้านที่พัก (Accommodation).....	61
4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวแต่ละด้าน.....	62

## สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....

7

มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีย่าน  
สโมสรรชบุรีเอฟซี

ชื่อ สกุลผู้วิจัย นางสาวภาวิศร หิรัญ

สาขาวิชา, คณะ การจัดการกีฬาและนันทนาการ, ศิลปศาสตร์

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ดร.อัศวิน จันทระสม)

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชลบุรี  
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการกีฬาและนันทนาการ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาธิญา สิงห์คราม)  
รองคณบดีคณะศิลปศาสตร์ ประจำวิทยาเขตชลบุรี

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(ดร.นพเวช บุญมี)

.....กรรมการ  
(ดร.อัศวิน จันทระสม)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาธิญา สิงห์คราม)

.....กรรมการ  
(ดร.มนรัตน์ ใจเอื้อ)