

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขัน กีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019”

FACTOR AFFECTING THE SPORT TOURISM BEHAVIOR OF THE JET SKI
SPECTATOR IN “JET SKI – WORLD CUP 2019”

กนกวรรณ ปิยานุวัฒน์กุล¹ อิศรีย์ ศุภเลิศจารุภักดิ์² ศุภลักษณ์ นิลนพรัตน์³

KANOKWAN PIYANUWATKUN¹ AITSAREE SUPHALERDJARUPHAT² SUPAHLAK NINNOPPARAT³

¹ สาขาวิชาการจัดการการกีฬา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

² สาขาวิชาบริหารจัดการการกีฬา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตยะลา

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Yala Campus

³ ทีมมหิดล ซี.อาร์.ซี เจ็ตสปอร์ต เจ็ตสกีแปดริ้ว, ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไชยา รีไซเคิล

Mahidol C.R.C Jetsport Padriew Jetski Team, Chaiya Recycle Limited Partnership

¹ e-mail: kkanokwan.one@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามกับผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” จำนวน 245 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ($\bar{X} = 4.33$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ($\bar{X} = 4.28$) ด้านความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) ($\bar{X} = 4.16$) และด้านการบริการที่พัก (Accommodation) ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1. ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ มีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นสิ่งดึงดูด (Sport Tourism Attractions) 3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องมีร้านค้าตั้งใกล้อยู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน 4. ด้านความสะดวกในการเดินทาง มีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวกสบายและเมื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถ

เพียงพอและปลอดภัย และ 5. ด้านการบริการที่พัก มีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องประเภทของที่พักที่มีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงกีฬา/ กีฬาเจ็ตสกี/ ผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี

Abstract

This research has the objective to study the factor affecting the sport tourism behavior of the Jet Ski spectator in “Jet Ski – World Cup 2019” by using the quantitative research method by the standard deviation and the average from 245 spectators. The result found that the overall opinion about the factor affecting the sport tourism behavior of the Jet Ski spectator in “Jet Ski – World Cup 2019” was high ($\bar{X} = 4.25$). The highest aspect was the attraction ($\bar{X} = 4.34$), the second was the activities ($\bar{X} = 4.33$), the amenities ($\bar{X} = 4.28$), the accessibility ($\bar{X} = 4.16$), and the accommodation ($\bar{X} = 4.12$) respectively. When considering in the aspects found that 1. The attraction, the most opinion was the beauty of tourism attraction 2. The tourism activity, the most opinion was the sport tourism attraction 3. The amenities, the most opinion was to have the shops nearby the tourism attraction and the community. 4. The accessibility, the most opinion was the transportation which should be convenient in term of the travelling, the sufficient parking and the safety. 5. The accommodation service, the most opinion has the variety in the service selection.

Keywords: The sport tourism/ Jet Ski/ Jet Ski’s spectator

บทนำ

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยพัฒนาการกีฬาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่สามารถชักจูงและดึงดูดให้คนเดินทางท่องเที่ยวทั้งด้านกิจกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อันนำมาซึ่งรายได้จากการ

ท่องเที่ยวอย่างมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560; คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยที่มีความหลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากมีความครอบคลุมทั้งด้านการท่องเที่ยวและด้านกีฬา (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) โดยแบ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็น 3 ประเภท (Getz, 2008) ได้แก่ 1. การท่องเที่ยวเพื่อชมมหกรรมหรือกิจกรรมกีฬา (Event Sport Tourism) เป็นการเดินทางจากแรงบันดาลใจ จากความปรารถนาที่จะได้สัมผัสกับบรรยากาศการแข่งขันกีฬา 2. การท่องเที่ยวเพื่อไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมกีฬา (Active Sport Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางเข้าไปมีส่วนร่วมทางร่างกายในกิจกรรมกีฬา ในลักษณะของการแข่งขันหรือไม่การแข่งขันก็ได้ 3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการมาเยี่ยมชมสถานที่ที่มีชื่อเสียงทางด้านกีฬาของผู้คน หอเกียรติยศที่เกี่ยวกับกีฬา (Hall of Fame) พิพิธภัณฑ์กีฬา (Sport Museum) การประชุมกับบุคคลกร กีฬาที่มีชื่อเสียงหรือการได้ไปเล่นร่วมกับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง (Sport Stars) ทั้งนี้ แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญมากขึ้น ส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬาต่างๆ ขึ้นหลายรายการ โดยสนับสนุนให้มีการจัดการแข่งขันรายการใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยจัดมาก่อน ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากถึง 37.64-37.99 ล้านคน โดยคาดว่าจะสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวเป็นมูลค่า ประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

การแข่งขันกีฬาเจ็ดสกีเป็นรายการแข่งขันรายการหนึ่งที่ทางสมาคมเจ็ดสกีแห่งประเทศไทยฯ ได้ดำเนินการจัดการแข่งขันภายใต้การสนับสนุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะเลือกจัดในจังหวัดต่างๆ ที่มีสถานที่สำคัญเพื่อการท่องเที่ยว และมีแหล่งน้ำที่เหมาะสมสำหรับการเล่นเจ็ดสกี เช่น กลุ่มแม่น้ำโขง จังหวัดหนองคาย เขื่อนภูมิพล จังหวัดตาก กว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา บึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์ แม่น้ำเจ้าพระยาหน้าศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศูนย์พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ ร.9 และแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลของจังหวัดต่างๆ หลายแห่งทั่วประเทศไทย อาทิ เช่น การแข่งขันเจ็ดสกีชิงถ้วยพระราชทานฯ การแข่งขันเจ็ดสกีชิงแชมป์ประเทศไทย การแข่งขันเจ็ดสกีนานาชาติ ชิงถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (คิงส์คัพ) การแข่งขันเจ็ดสกีชิงแชมป์แห่งประเทศไทยปเอเชีย เป็นต้น โดยการจัดการแข่งขันแต่ละครั้งสามารถสร้างชื่อเสียง สร้างรายได้ให้กับนักกีฬารวมชน และประเทศชาติด้วย ซึ่งเป้าหมายของสมาคมเจ็ดสกีแห่งประเทศไทย นอกจากจะพัฒนากีฬาเจ็ดสกีในเมืองไทยแล้ว ยังใช้กีฬาเจ็ดสกีเป็นตัวล่อนักกีฬาเจ็ดสกีจากทั่วโลกเข้ามาแข่งในประเทศไทย

ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เกิดการจับจ่ายใช้สอยในด้าน การเดินทาง ที่พัก อาหาร สินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายต่างๆ ทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และภายหลังสิ้นสุดการแข่งขัน (สมาคมเจ็ตสกีแห่งประเทศไทย, 2558)

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจและความประทับใจ ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” ซึ่งด้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 10 ในครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เข้มแข็งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019”

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การที่บุคคลเดินทางมาชมกีฬาหรือมาร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬา โดยกีฬาเป็นแรงจูงใจอันดับแรกที่เป็นเหตุผลของการเดินทางมาท่องเที่ยว (Gammon & Robinson, 1997) หรือ การที่บุคคลใดๆ มาทำกิจกรรมทางการกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาเป็นอันดับแรกทั้งเป็นผู้เข้าชมกีฬาหรือผู้มีส่วนร่วมกิจกรรมกีฬา (Weed and Bull, 1997) การเดินทางออกมาจากแหล่งที่อยู่อาศัยชั่วคราวในเวลาว่างเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Gibson, 1998; (Ruskin (1987 อ้างถึงใน Hinch and Higham, 2001) ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการหารายได้ ที่ไม่เป็นเชิงพาณิชย์หรือธุรกิจ (Hall, 1992 , Standeven & De Knop, 1999 อ้างถึงใน Hinch and Higham, 2001)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Getz (2008) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. Event Sport Tourism: การท่องเที่ยวเพื่อชมมหกรรมหรือกิจกรรมกีฬา เป็นการเดินทางจากแรงบันดาลใจ ความปรารถนาที่จะได้สัมผัสกับบรรยากาศการแข่งขันกีฬา 2. Active Sport Tourism: การท่องเที่ยวเพื่อไปมีส่วนร่วมกิจกรรมกีฬา นลักษณะของการแข่งขันหรือไม่การแข่งขันก็ได้ 3. Nostalgia Sport Tourism: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการมา

เยี่ยมชมสถานที่ที่มีชื่อเสียงทางด้านกีฬาของผู้คน หอเกียรติยศที่เกี่ยวกับกีฬา พิพิธภัณฑสถานกีฬา การประชุมกับบุคลากรกีฬาที่มีชื่อเสียง หรือการได้ไปเล่นร่วมกับนักกีฬาที่มีชื่อเสียง

ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Kurzmn (2005) ได้แบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1. Sport Tourism Events: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นการจัดกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมของการแข่งขันกีฬา ได้แก่ มหกรรมการจัดการแข่งขันกีฬา เทศกาลกีฬา เกมกีฬาระดับภูมิภาค/ชาติ/นานาชาติ เช่น กีฬาโอลิมปิก การชิงแชมป์ต่างๆ เป็นต้น 2. Sport Tourism Attractions: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นสิ่งดึงดูด ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานกีฬา การแสดงกีฬา สวนสนุก บ้านจิมป์ สนามกอล์ฟ ล่องแก่ง ดำน้ำ เป็นต้น 3. Sport Tourism Tours: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นการเดินทาง ได้แก่ ทัวร์กีฬาผจญภัย ทัวร์เดินป่า ปั่นจักรยาน ทัศนศึกษากีฬา เป็นต้น 4. Sport Tourism Resorts: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นที่พักตากอากาศ ได้แก่ กอล์ฟรีสอร์ต สกีรีสอร์ต ฟิตเนสและสปา รีสอร์ท ฟิชชิ่งรีสอร์ต เป็นต้น 5. Sport Tourism Cruises: การท่องเที่ยวโดยเรือ ได้แก่ การเช่าเหมาเรือประกอบกิจกรรมกีฬา การล่องเรือเพื่อสุขภาพและฟิตเนส การล่องเรือกับนักกีฬาคนดัง เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Dickman (1996) เสนอว่า สถานที่ท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จำเป็นต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก หรือ องค์ประกอบ 5A คือ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. ความสะดวกในการเดินทาง (Access) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. การบริการที่พัก (Accommodation) และ 5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) โดยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ส่วนประกอบอื่น ๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน อาทิ การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) ถึงแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวอาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านั้นอาจไร้ประโยชน์ หากนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่นั้นได้ นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) ซึ่งหมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว อาทิ สาธารณูปโภคน้ำ ไฟ โทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉิน ก็มีความสำคัญเช่นกัน และในส่วนของบริการที่พัก (Accommodation) ควรมีจำนวนที่พักรักษาเพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและบริการที่เหมาะสม นอกเหนือจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยวและช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยว

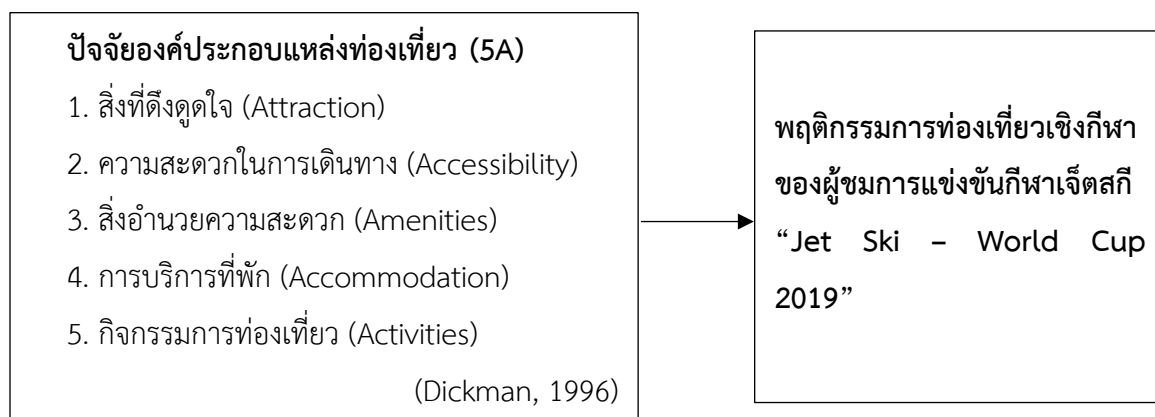
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2554) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างไม่ว่า การกระทำนั้นนั้นจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการใดสภาพหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ โดยเลิศพร ภาระสกุล (2556) ได้รวบรวมทฤษฎีหรือโมเดลที่นักทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยวได้คิดค้นขึ้นมา ได้แก่ 1. โมเดลของ Wahab, Crampon และ Rothfield (1976) ชี้ให้เห็นว่าการซื้อการท่องเที่ยวเป็นการซื้ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะเด่นชัดเฉพาะตัวแตกต่างจากการซื้อสินค้าอื่นเพราะมีคุณลักษณะ คือ 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือวัตถุที่จับต้องได้ภายหลังจากการลงทุน 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับรายได้ที่ผู้ซื้อได้รับอยู่ 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลันหรือไม่ได้ไตร่ตรองไว้ก่อน 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและการวางแผนการเงินเอาไว้ล่วงหน้า 2. โมเดลของ Schmoll (1977) เป็นกระบวนการการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากมิติทั้ง 4 ด้าน คือ 1) สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว 2) ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล 3) ตัวแปรภายนอก 4) คุณลักษณะต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว 3. โมเดลของ Mayo และ Jarvis (1981) กล่าวว่าไว้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวอธิบายได้จากระยะเวลาของกระบวนการตัดสินใจและจากอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกของบุคคลนั้น โดยการใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยการตัดสินใจ มีตั้งแต่การตัดสินใจในเรื่องง่ายในชีวิตประจำวันไป คือ ตัดสินใจก็ทำได้อย่างรวดเร็วและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จนถึงการตัดสินใจที่ต้องใช้เวลาแบบแผนการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจอย่างรอบคอบจะใช้เวลาในการตัดสินใจนาน และมีการรวบรวมข้อมูลประกอบการตัดสินใจพร้อมทั้งมีการประเมินตัวเลือกต่าง ๆ 4. โมเดลของ Mathieson และ Wall (1982) ได้เสนอถึงกระบวนการที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว ถึง 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและเป็นการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เข้มแข็งต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

รูปแบบการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี "Jet Ski - World Cup 2019" ณ ชายหาดจอมเทียน พัทยา จ.ชลบุรี ระหว่างวันที่ 5-8 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงขอกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของซิกมันด์ (Zikmund, 2003) โดยกำหนดค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มเท่ากับ 20 % ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.2 กำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ 5% (ชารินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง, P แทน ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด 20% ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 0.2, Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่มีค่าเท่ากับ 95% (โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%), e แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง 5% (โดยมีค่าเท่ากับ 0.05)

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{0.2(1-0.2)(1.96^2)}{0.05^2} = 245 \text{ คน}$$

ใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามที่คำนวณได้จากสูตร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A) ของ Dickman (1996) ประกอบด้วย 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. ความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. การบริการที่พัก (Accommodation) และ 5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด เพื่อวัดระดับความสำคัญของปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากสร้างเครื่องมือเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความสอดคล้องของภาษา (Wording) และทำการคัดเลือกข้อคำถามโดยยึดหลัก Index of Consistency (IOC) หลังจากนั้นนำไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการคัดเลือกมาเป็นตัวแทนจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค โดยกำหนดค่าความเที่ยงตั้งแต่ระดับ 0.7 ขึ้นไป (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2543) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.89

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้บันทึกลงในคอมพิวเตอร์มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” วิเคราะห์โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แปลความหมายโดยใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ อยู่ในระดับ มากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ อยู่ในระดับ มาก
2.50 - 3.49	หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ อยู่ในระดับ ปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ อยู่ในระดับ น้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมฯ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้า
ชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019”

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019”
ในภาพรวม

องค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยว (5A)	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	S.D.	แปล ผล	ลำดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1.ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	548 (44.7%)	550 (44.0%)	127 (10.4%)	0	0	4.34	.55	มาก	1
2.ความสะดวกในการ เดินทาง (Accessibility)	409 (17.2%)	605 (49.4%)	211 (17.2%)	0	0	4.16	.57	มาก	4
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	502 (41.6%)	554 (45.2%)	162 (13.2%)	0	0	4.28	.54	มาก	3
4.ด้านการบริการที่พัก (Accommodation)	388 (31.7%)	604 (49.3%)	223 (31.7%)	0	0	4.12	.60	มาก	5
5. ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว (Activities)	553 (45.1%)	529 (43.2%)	143 (11.7%)	0	0	4.33	.56	มาก	2
รวม	2407 (39.3%)	2842 (46.4%)	876 (14.3%)	0	0	4.25	.38	มาก	

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้า
ชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) โดย
กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการ
ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.28$) ด้านความสะดวกในการเดินทาง
($\bar{X} = 4.16$) และด้านการบริการที่พัก ($\bar{X} = 4.12$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) : กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องความสวยงาม
ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.36$) และความ
หลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ

ด้านความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) : กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่อง
เส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวกสบายและเมื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถเพียงพอ

และปลอดภัย ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมา คือ มีระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$) และมีสถานที่ให้บริการทางคมนาคม เช่น ปั๊มน้ำมัน จุดพักรถ อย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) : กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องมีร้านค้าตั้งใกล้อยู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมา คือ มีร้านอาหารสำหรับบริการที่หลากหลายและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.30$) และมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ อย่างเหมาะสมกับมีจุดบริการ/ศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ

ด้านการบริการที่พัก (Accommodation) : กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องประเภทของที่พักมีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา คือ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.18$) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รับรองความต้องการ เช่น อินเทอร์เน็ต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ น้ำ ฯลฯ ($\bar{X} = 4.13$) ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) : กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นสิ่งดึงดูด (Sport Tourism Attractions) ได้แก่ พิพิธภัณฑ์กีฬา การแสดงกีฬาสวนสนุก บ้านจี้จัมพ์ สนามกอล์ฟ ล่องแก่ง ดำน้ำ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมา คือ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นการจัดกิจกรรม (Sport Tourism Events) ได้แก่ มหกรรมการจัดการแข่งขันกีฬา เทศกาลกีฬา เกมกีฬาระดับภูมิภาค/ชาติ/นานาชาติ เช่น กีฬาโอลิมปิก การชิงแชมป์ต่างๆ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.39$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นการเดินทาง (Sport Tourism Tours) ได้แก่ ทัวร์กีฬาผจญภัย ทัวร์เดินป่า ปั่นจักรยาน ทักษะศึกษากีฬา เป็นต้น ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาเจ็ตสกี “Jet Ski – World Cup 2019” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ สอดคล้องกับ Dickman (1996) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) นั้นจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น และสอดคล้องกับผลการศึกษานโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของวัชระ เชียงกุล (2558) พบว่า ระดับความสำคัญของการดำเนินการเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับนุชจรินทร์ นีรัตน์กำจาย (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

ด้านความสะดวกในการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวกสบายและเมื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัย สอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557) พบว่า ระดับความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทยในเรื่องพาหนะและเส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีความสะดวกสบายและปลอดภัยรวมถึงที่จอดรถของแหล่งท่องเที่ยวสามารถรองรับได้อย่างเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องมีร้านค้าตั้งใกล้อยู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน สอดคล้องกับอัมรินทร์ สุขเกษม (2562) ที่ได้ทำการศึกษาการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ พบว่า ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลอาชีพในเรื่องมีร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลาย ทัศนียมแข่งขันและแหล่งท่องเที่ยว โดยตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและสังเกตได้ง่าย อยู่ในระดับมาก

ด้านการบริการที่พัก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดในเรื่องประเภทของที่พักมีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐวดี เหมาะประมาณและสุวารี นามวงศ์ (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับที่พักหลายประเภทในบริเวณพื้นที่จัดกิจกรรมให้เลือกตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ห้องพักรายวัน ฯลฯ อยู่ในระดับมาก

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เน้นสิ่งดึงดูด (Sport Tourism Attractions) สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คือ กิจกรรมท่องเที่ยวต้องมีความน่าสนใจและดึงดูดใจ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมากที่สุดโดยเฉพาะเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ดังนั้น หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรตระหนักและกำหนดนโยบายในการพัฒนาและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว สร้างความตระหนักถึงการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมแก่คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีมาตรการในการดูแลรักษาความสะอาด จัดเจ้าหน้าที่ในการดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์

ระเบียบข้อบังคับในการใช้สถานที่แก่นักท่องเที่ยวได้ทราบ เพื่อเป็นการคงไว้ซึ่งความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ มีกระบวนการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากที่สุดควรใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกร่วมด้วย รวมทั้งมีการศึกษาในนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มเติมด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564).**

กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560) **SPORTS TOURISM**

รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย

ประจำปี 2560. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2**

(พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ชวัลนุช อุทยาน. (2554). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์].** ค้นเมื่อ 31 ธันวาคม 2562, จาก

<https://touristbehaviour.wordpress>.

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณและสุวารี นามวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการ

แข่งขันรถยนต์: ในรายการการแข่งขันบางแสน ไทยแลนด์ สปีด เฟสติวัล จังหวัดชลบุรี.

วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ 11 (ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2560) , หน้า 186-

201.

นุชจรินทร์ นทีรัตน์กำจาย. (2558). **พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา**

ของนักท่องเที่ยวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2543). **การวัดและการประเมินผลการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ:**

มหาวิทยาลัยมหิดล.

เลิศพร ภาระสกุล. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

วัชระ เชียงกุล. (2558). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อตอบสนองพฤติกรรม**

ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, ปีที่ 8 (ฉบับที่ 1), หน้า 43-61.
- ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). **ต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). **ต่างชาติเที่ยวไทย 2561 เป้าหมายรายได้สูง 2 ล้านล้านบาท** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36759.aspx>.
- สมาคมเจ็ตสกีแห่งประเทศไทย. (2558). **ข้อมูลยุทธศาสตร์สมาคมเจ็ตสกีแห่งประเทศไทยฯ (พ.ศ 2558- 2562)**. เอกสารไม่ตีพิมพ์.
- อัมรินทร์ สุขเกษม. (2562). **การพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของสโมสรฟุตบอลอาชีพ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยพะเยา.
- Dickman, C.R. (1996). **Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna**. Australian Nature Conservation Agency. Canberra.
- Getz, D. (2008). **Event Tourism: Definition, Evolution, and Research**. *Tourism Management*, 29(3), 403-428
- Gibson, Heather J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Journal of Sport Management Review*. 1: 45-76.
- Hall, C.M. (1992). **Adventure, sport and health tourism**. In W.B. & C.M. Hall (Eds), *Special Interest Tourism* (pp. 141-158). London: Belhaven Press.
- Hinch, T.D. & Higham, J.E.S. (2001). Sport Tourism: A Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*. 3: 45-58.
- Kurzmn, Joseph. (2005). **Sports Tourism Categories**. *Journal of Sport Tourism*, 10(1): 15-20
- Weed, M and Bull, C. (1997). Influences on Sport Tourism Relations in Britain: The Effects of Government Policy. *Tourism Recreation Research*. 22(2): 5-12
- Zikmund, W. G. (2003). **Business research methods**. Ohio: United States of America.