



โครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ The Structures of Sport Tourism System in Different Stages of Tourism Development Life Cycle: The Case of Buriram Province.

ธนชาติ เขตเพิ่มพูน*, นีรมล พรมนิล**, วารชต์ มัชยมบุรุษ***, พัทน์พิตดา ศรีสมพงษ์****

Tanachart Ketpoempoon Niramol Promnil Warach Madhyamapurush
and Phatpitta Sreesoompong

*, **, ***, **** คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

¹School of Business and Communication Arts, University of Prayao

Email: max_tanachart@yahoo.co.th

Received February 21, 2024 Revise December 1, 2024 Accepted December 31, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์และพฤติกรรม โครงสร้าง องค์ประกอบการ และนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ก่อนและหลังสถานการณ์โควิด-19 วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีกระบวนการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ภาครัฐ และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว มีประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์และการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ก่อนสถานการณ์โควิด-19 มีศักยภาพด้านทุนธรรมชาติและทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่น ทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่ สอดรับและส่งเสริมต่อการจัดกิจกรรมต่างๆ 2) โครงสร้างและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา ประกอบด้วย 1.ขั้นแนะนำ 2.ขั้นเจริญเติบโต 3.ขั้นอิ่มตัว 4.ขั้นตกต่ำ หรือถดถอย 3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมหลัง สถานการณ์โควิด-19 ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ พันธกิจและกลยุทธ์ 1) B – Believe สร้างความเชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) R-Research มีการวิจัยและทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างต่อเนื่อง) 3) M- Management การบริหารจัดการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา4) S – Standard มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา5) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ) 6) O – Organizing การจัดการองค์การ 7) R – Responsibility (จัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) 8) T - Technology and Innovation เทคโนโลยีและนวัตกรรม 9) K – Knowledge องค์ความรู้



คำสำคัญ : โครงสร้างและองค์ประกอบ, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, ช่วงชั้นการพัฒนา, สถานการณ์โควิด-19

Abstract

This research article aims to study the situation and behavior, structure, components, and present the development strategies of sports tourists in Buriram Province before and after the COVID-19 situation. This research is a research and development that has both quantitative and qualitative data collection processes. The main informants are the government sector and tour operators. The population used in this study is tourists who have visited and tourists who visit Buriram Province.

The research findings were as follows: 1) For about the tourism situation and needs, the study found that the Buriram Province has the potential of tourism resources and is ready to develop sports tourism management. 2) the structures of sport tourism system in different stages of tourism development life cycle strategies: the case of Buriram Province is 1. Introduction Stage 2. Growth Stage 3. Saturation Stage 4. Decline Stage 3) Sports tourism management model: the case of Buriram Province was consisted of visions, missions as well as strategies “BRM SPORT Model”: 1) B – Believe 2) R-Research 3) M- Management 4) S – Standard 5) P – Participation 6) O – Organizing 7) R – Responsibility 8) T - Technology and Innovation 9) K – Knowledge.

Keywords: The Structures, Sport Tourism System, Stages of Tourism Development Life Cycle, COVID-19 situation

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันเป็นหนึ่งในสาขาการผลิตหลักที่จะขับเคลื่อนให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับ สาขาการผลิตหลากหลาย และมีแรงงานที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ทั้งนี้ มีการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 จนถึงปี พ.ศ. 2561 รายได้ จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 2,270.4 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็น 2,754.0 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2560 และในปี พ.ศ. 2561 โดยรายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่า สูงถึง 3,016.9 พันล้านบาท ซึ่งการเพิ่มขึ้น ของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นการขยายตัวทั้งรายได้ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. (2562) หากพิจารณาด้านขนาดเศรษฐกิจของภาคการท่องเที่ยว แสดงถึงสัดส่วนระหว่างรายได้จาก การท่องเที่ยวต่อรายได้ประชาชาติซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาคการ



ท่องเที่ยวมีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่ขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง หรืออาจกล่าวได้ว่า ภาคการท่องเที่ยวเป็นสาขา การผลิตหนึ่งที่มีบทบาทในกิจกรรมทางเศรษฐกิจสูง ภายใต้แนวคิดการพัฒนาประเทศ ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจระดับมหภาคเป็นหลัก นโยบายการพัฒนาที่เกิดขึ้น จึงล้วนให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมาตรฐานความเจริญและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว สามารถนำไปสู่รายรับจำนวนมหาศาลที่ดูดซับจากการจับจ่ายของนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ดังนั้นรัฐบาลจึงมีแผนงานการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการปรับแผนการตลาดที่หันมานับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

จังหวัดบุรีรัมย์นั้น เดิมเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและศึกษาประวัติศาสตร์อารยธรรมขอม อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังสามารถท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมไปถึงการสัมผัสวัฒนธรรมประเพณีของจังหวัดบุรีรัมย์ แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันจังหวัดบุรีรัมย์ได้มีความน่าสนใจและชื่อเสียงในด้านกีฬา เนื่องจากมีทีมสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากแฟนบอลทั่วประเทศ โดยมีการสร้างสนามฟุตบอล สนามช้างอารีนา (ไอ-โมบายสเตเดียม) และสนามแข่งรถมาตรฐานสมาพันธ์รถยนต์นานาชาติ บุรีรัมย์ อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต หรือ ช้าง อินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ส่งผลให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น ประกอบกับมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามบินร้านอาหาร โรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ถนน เป็นต้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์มากขึ้น (เกศรินทร์ วิมลธาดา และจรัสพงศ์ คลังกรณ์, 2564)

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ก่อนเกิดโรคระบาด COVID-19 ในปี 2561 มีสถิตินักท่องเที่ยว จำนวน 2,014,791 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.23 % เมื่อเทียบกับปี 2560 (1,627,329 คน) และมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2561 จำนวน 4,246.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 37.93 เมื่อเทียบกับปี 2560 ปี 2562 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 2,267,080 คน ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.35 % ทำให้ จ.บุรีรัมย์ ขยับอันดับของจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือน มากขึ้นมาเป็นอันดับที่ 33 (จากอันดับที่ 37 ในปี 2561) ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยว 4,859.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากเดิมถึงร้อยละ 7.85 % ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นมาอยู่อันดับที่ 39 (จากอันดับ 41 ในปี 2561) เนื่องจากสนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ได้เป็น



เจ้าภาพในการจัดการแข่งขัน Moto GP 2019 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาดูการแข่งขันกว่า 222,535 คน ส่งผลให้จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) โดยจากข้อมูลล่าสุดของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 6.7 ล้านคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 39.9 ล้านคน หรือหดตัวประมาณร้อยละ 83.2 นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเป็นอย่างมาก โดยในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ 332,013 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ซึ่งอยู่ที่ 1,911,808 ล้านบาท (ลดลงร้อยละ 82.6) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ในหลายพื้นที่จังหวัดของประเทศไทย ทำให้มีการเลื่อนการจัดกิจกรรมและงานประเพณี เช่น งานว่าว งานปีใหม่ ประเพณีทำบุญตักบาตรปีใหม่ งานวันเด็ก และบุรีรัมย์มาราธอน เป็นต้น ซึ่ง บุรีรัมย์มาราธอน 2021 ถือว่าเป็นการจัดงานที่ได้รับความสนใจและมีผู้ลงทะเบียน พร้อมจองที่พักล่วงหน้าเป็นจำนวนมาก เดิมมีกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 23 - 24 มกราคม 2564 และได้เลื่อนการจัดการแข่งขันเป็นวันที่ 27 - 28 มีนาคม 2564 ในการประชุมมีการสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก ถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมขอความร่วมมือในการให้บริการ คำนึงค่าจองที่พักให้กับลูกค้า กรณียกเลิกการจอง หรือ ไม่คิดค่าเลื่อนการเข้าพัก กรณียังประสงค์ที่จะพักที่เดิม เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวทางกีฬา และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนบุรีรัมย์ ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้เป็นภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น มาตรการปิดเมือง (ล็อกดาวน์) เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาด มาตรการปิดพื้นที่อุทยานแห่งชาติและวนอุทยานทุกแห่ง ตามประกาศกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า ซึ่งมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยกเลิกการเดินทางและการจองห้องพัก หน่วยงานต่าง ๆ ยกเลิกการจัดประชุมและสัมมนาที่โรงแรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างมาก การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ซึ่งจังหวัดบุรีรัมย์ ถือเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีการเติบโตอย่างน่าสนใจ แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ลดลง ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์แย่ลง ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาของโครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงชั้นการ



พัฒนาในจังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมต่อบริบท เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึงมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถปกป้องทรัพยากร การท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองรองไว้ได้ด้วยเช่นเดียวกัน ในการวิจัยนี้จะสามารถช่วยให้เกิดการเตรียมความพร้อมและปรับตัวในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวคุณภาพของนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันทางการท่องเที่ยวกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดท่องเที่ยวรองอื่นๆ ในตลาดการท่องเที่ยวของประเทศได้ โดยการศึกษาโครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดำเนินการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมสำหรับการพัฒนาและการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ทั่วไป เพื่อศึกษาโครงสร้างการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงชั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ก่อนสถานการณ์โควิด-19
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงชั้นการพัฒนา เพื่อศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงชั้นการพัฒนา
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมหลังสถานการณ์โควิด-19

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา(Research and Development) ซึ่งมีกระบวนการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เรื่องโครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงชั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา

การศึกษาสถานการณ์และการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ก่อนสถานการณ์โควิด-19 ประกอบด้วย กราฟเส้นสถิติของโครงสร้างและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ช่วง



ขั้นการพัฒนา โดยยึดตามแนวคิดของ Butler’s Tourism Areaโครงสร้างและองค์ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา ประกอบด้วยความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation)3) กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมหลังสถานการณ์โควิด -19

ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษา โครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitive Research) ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสามารถแบ่งผู้ให้ข้อมูลหลักและประชากร ได้ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 2 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้ ภาครัฐ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา เจ้าหน้าที่ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ หน่วยงานภาคเอกชน ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่หอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก และผู้ประกอบการรถโดยสารในจังหวัดบุรีรัมย์ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา 3.ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษานี้ จะทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบไปด้วย 23 อำเภอ 4.ขอบเขตระยะเวลางานวิจัยครั้งนี้ไม่มีขอบเขตด้านระยะเวลา 1 ปี

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น สำหรับการวิจัยเรื่อง โครงสร้างการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ก่อน สถานการณ์ โควิด-19

จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ามี ศักยภาพด้านทุนธรรมชาติและทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่น ทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่ สอดรับและส่งเสริมต่อการจัดกิจกรรมต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬา คือ ขาดการประสานและบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่าง หน่วยงานซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายและ สนับสนุนการท่องเที่ยวและกีฬา ขาดการบูรณาการเชื่อมโยง ข้อมูลด้านกิจกรรม และขาดการจัดทำปฏิทินการ ท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยัง นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สำหรับสภาพการณ์ของการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ มีประเด็นสำคัญ ได้แก่ ด้านการวางแผนภาพรวมของงาน การจัดกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัด ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือ ร่วมใจ กันจัดกิจกรรม มีการท างานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวาง แผนการดำเนินงานร่วมกัน เช่น การวางแผนภาพรวมของงาน กำหนดโครงสร้างการจัดงาน กำหนดการ แข่งขัน ออกแบบและควบคุมการผลิต การต้อนรับ และกิจกรรมเสริมความสนุกสนาน อื่นๆ เพื่อให้กิจกรรมมี มาตรฐานเป็นไปตามแผนที่วางไว้

ด้านงานบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ขับเคลื่อนด้วยการสร้าง กิจกรรมเชิง กีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้าง คุณภาพและการรับรู้ที่ เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับ เรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของ กิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการ ข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล การกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ การขอรับการ สนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชน เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมาตรฐานและความ ปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง กีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้จัดต้อง วางแผนและทำความเข้าใจกระบวนการต่างๆ รวมถึงต้องมีโครงสร้างการจัด งานที่บุคลากรใน โครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน

การตลาด ภูมิภาคตะวันตกมีการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยกำหนดแนวคิด ที่ชัดเจนคือ การดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย สร้าง ความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น การวิ่งเทรลบนเขากระโดง การแข่งขันไตรกีฬาบริเวณ การปั่นจักรยานพิชิตเนินเขา เป็นต้น และมีการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษซึ่งเป็นนักเที่ยวกลุ่ม คุณภาพตามช่องทางการ สื่อสารต่างๆ โดยสร้างเนื้อหา กิจกรรมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะบน พื้นที่สังคมออนไลน์ที่มีการ แลกเปลี่ยนข้อมูล คำถามข้อสงสัยระหว่างผู้จัดและนักท่องเที่ยวเสมอ การปฏิบัติการ ภูมิภาคตะวันตกให้ ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งกลยุทธ์ของกิจกรรมการวิ่งและการ



ปั่นจักรยานที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น อย่างต่อเนื่อง มีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ผู้จัดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมเหล่านั้นต้องคำนึงถึง เช่น มาตรฐานการแข่งขันที่เป็นสากล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และ ปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ผู้จัดจำเป็นต้องวางมาตรฐานในการ จัดการแข่งขัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการแข่งขัน รวมถึงงานเทคนิคและการปฏิบัติการด้านต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน การจัดการความเสี่ยง การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับ การมีคณะทำงานด้านความปลอดภัยซึ่งมีบทบาทเกือบทุกด้านของการจัดงาน โดยเฉพาะการประเมิน ความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในระหว่างจัดกิจกรรม เช่น การติดต่อประสานหน่วยงานต่างๆ จัดทำ เส้นทางที่ได้มาตรฐาน จัดทำข้อมูลที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว จัดการการเงิน วิธีการรับสมัคร การป้องกันปัญหาจากการรับสมัครหน้างาน บทบาทหน้าที่และความรู้ความเข้าใจของมาร์แชล (ผู้ควบคุมดูแลการแข่งขัน) อาหารเครื่องดื่ม การมอบรางวัลที่มีความชัดเจน ถูกต้องภายหลังการแข่งขัน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้จัดต้องคิดให้รอบด้านว่าหากมีเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงจะรับมืออย่างไร ต้องมี การประเมินสถานการณ์ไว้ล่วงหน้าและมองภาพรวมทั้งหมดของการจัดงานให้ออกเพื่อหาวิธีการ ป้องกันปัญหาในเบื้องต้น

2. เพื่อศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา เป็นขั้นตอนที่ได้จากสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการ สังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 โครงสร้างระบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามช่วงขั้นการพัฒนา: กรณีศึกษาจังหวัดบุรีรัมย์หลังสถานการณ์โควิด-19 ขั้นแนะนำ (Introduction Stage) จังหวัดบุรีรัมย์ควรผลิตภัณฑใหม่หรือผลิตภัณฑ์เก่าแต่เปลี่ยนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบวิธีการให้บริการใหม่และนำเสนอเข้าสู่ตลาดพร้อมทั้งใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ โดยมุ่งไปยังลูกค้าที่คิดว่าพร้อมจะซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดเป็นเป้าหมายหลักสำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในขั้นแนะนำนั้น เพื่อสร้างความรู้สึกรัก จดจำ ให้ภาพลักษณ์แก่นักท่องเที่ยว ขยายตลาดลูกค้าประจำ และแสวงหาตลาดใหม่ การหวังผลกำไรจึงเป็นได้ยากถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะอยู่ในขั้นการสำรวจและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หลังจากสถานการณ์การระบาดโควิด 19จังหวัดบุรีรัมย์ได้มีแผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมีกิจกรรมและโครงการที่เน้นกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่นเช่น ประเพณีแข่งเรือยาว ประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง ประเพณีขึ้นเขา กระโดง ประเพณีแข่งวัวอีสาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ เป็นอย่างดี และการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นเป็นสิ่งที่จับต้องได้ของคนบุรีรัมย์โดยตรง เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นประจำ อีกทั้งผู้นำทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้ ร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในการจัดกิจกรรมระดับสากลหรือระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่อง ขั้นเจริญเติบโต (Growth Stage) การขายเพิ่มขึ้นได้รับความนิยมจากลูกค้ากำไรให้แก่ธุรกิจได้ดี ผู้ประกอบการต้องเร่งการผลิตเพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการ รวมทั้งการรักษาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นด้วย เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม เพิ่มสัดส่วนการถือครองตลาด



(market share) และขยายไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เริ่มคู่แข่งขึ้นการแข่งขันการโฆษณาและส่งเสริมการขายจะเปลี่ยนจากการเน้นความต้องการทั่วไป เป็นความต้องการในขั้นเลือก(selective demand) ทำให้เกิดความพยายามสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า (product differentiation) จำเป็นต้องลดราคา หรือ กำไรต่อหน่วย ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยว เข้าไปเที่ยวเป็นจำนวนมาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ขั้นอิ่มตัว (Saturation Stage) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์หลังสถานการณ์โควิด-19 มียอดขายเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง มีกิจกรรมใหม่ๆ ขึ้นตกต่ำ หรือถดถอย (Decline Stage) ผู้ผลิตพยายามลดจำนวนผลิตภัณฑ์ในตลาดเนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัย ยอดขายลดลงไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งของตลาดไว้ได้ การส่งเสริมการขายน้อยลง จำเป็นต้องเริ่มวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือให้ผลิตภัณฑ์นั้นออกจากตลาดไป แล้วเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แทน หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งเสื่อมโทรมจนไม่มีใครอยากมาเที่ยวอีก ดังนั้น การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจึงมุ่งความสำคัญไปที่การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องเดินทางไปสู่ความเสื่อมโทรมเสมอไป วงจรชีวิตอาจขยายหรือยืดออกไปได้ด้วยการวางแผนพัฒนาปรับปรุงแก้ไขที่ดี พัฒนาโดยการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ความร่วมมือของประชาชนในท้องถิ่นและของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจใช้วิธีการขายร่วม

3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ที่เหมาะสมหลัง สถานการณ์โควิด-19 การวิจัยในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้จากการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) การจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (TOWS Matrix) โดยมีรายละเอียดดังนี้ที่มาของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ “BRM SPORT Model” ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ ประกอบด้วย

1) B – Believe (สร้างความเชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) สร้างความเชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลยุทธ์ต่างๆ เชื้อและศรัทธาที่จะนำกลยุทธ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวกีฬาใหม่ๆ เข้ามาในจังหวัด สร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในประเทศและต่างประเทศที่จะพัฒนาและดำเนินกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2) R-Research (มีการวิจัยและทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์อย่างต่อเนื่อง) นำการวิจัยและการศึกษามาใช้ในการพัฒนาและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ทันต่อเหตุการณ์ความเป็นไปของโลก และกระแสความสนใจในกิจกรรมกีฬา

3) M – Management (การบริหารจัดการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา)การบริหารจัดการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือร่วมใจ กันจัดกิจกรรม มีการทำงานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานร่วมกับการท่องเที่ยวเชิง



กีฬาของภูมิภาคตะวันตกขับเคลื่อนด้วยการสร้าง กิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้าง คุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับ เรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของกิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการ ข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล การกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ การขอรับบริการ สนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมาตรฐานและความปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้จัดต้อง วางแผนและทำความเข้าใจกระบวนการต่างๆ รวมถึงต้องมีโครงสร้างการจัดงานที่บุคลากรใน โครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตัวเองอย่างชัดเจน

4) S – Standard (มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) มาตรฐานในการแข่งขัน ถือเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ สนามแข่งขันที่มีมาตรฐาน และได้รับการรับรองจะสามารถสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางกลับมาซ้ำ ได้

5) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของจัดงาน) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของจังหวัดบุรีรัมย์ได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในฐานะเจ้าภาพและ เจ้าบ้านที่ดี รวมทั้งมีการเปลี่ยนบทบาทจากลูกค้าหรือนักกีฬาซึ่งเป็นผู้รับบริการมาเป็นเจ้าภาพ ร่วมกัน

6) O – Organizing (การจัดการองค์การ) เป็นการกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบใน การทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในลักษณะภาคีเครือข่าย ให้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ใน ในฐานะเจ้าภาพจัดงานคือกระบวนการสำคัญที่ขับเคลื่อนให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์มีประสิทธิภาพ

7) R – Responsibility (จัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ จังหวัดบุรีรัมย์เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังมีการพัฒนาและปลูกจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและผู้จัดอย่างรับผิดชอบร่วมกัน ทุกภาคส่วนตลอดการดำเนินงาน

8) T - Technology and Innovation (เทคโนโลยีและนวัตกรรม) เทคโนโลยี สารสนเทศ และ นวัตกรรมได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก รวมถึงด้านเทคนิค การแข่งขัน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป 9) K – Knowledge (องค์ความรู้) องค์ความรู้เชิงวิชาการด้านต่างๆ ถูกนำมาประยุกต์ใช้ใน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ทั้งนี้ เพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สามารถสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

อภิปรายผล

การศึกษาตามขั้นตอนการวิจัยต่างๆ จนเสร็จสิ้นแล้วพบว่า จังหวัดบุรีรัมย์ พื้นที่ที่มี ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเหมาะสมกับการเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยการมีปัจจัย ภายในและภายนอกเป็นองค์ประกอบสำคัญผลักดันให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีคุณภาพและ มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้กลายเป็นกล



ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยได้รับ อิทธิพลจากแรงขับเคลื่อนของกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยี ที่รวดเร็วก้าวหน้ามากขึ้นทำให้คนสามารถเข้าถึงการรับชมกีฬาประเภทต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว (โศรยา หอมชื่น, 2551) ประกอบกับค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ และให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากขึ้น ในกรณีนี้รัฐบาลไทยจึงได้ประกาศ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสู่เวทีนานาชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น แนวทางการพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยทั้งในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 - 2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 -2564) เนื่องจากเห็นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ ส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย โดยมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยว โลกและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้สร้างมูลค่า ทางเศรษฐกิจ ให้กับประเทศไทยอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 2.1 หมื่นล้านบาท (สำนักการค้าบริการและการ ลงทุน, 2560) จังหวัดบุรีรัมย์ที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก และมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพได้ จากผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ จังหวัดบุรีรัมย์ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ จากผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า มีศักยภาพด้านทุน เครือข่ายความร่วมมือ บุคลากร และทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่นทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่สอดรับและส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าในจังหวัดบุรีรัมย์ยัง ขาดการประสานงาน บูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลด้านกิจกรรมและการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของ จังหวัดเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สัจจา ไกรสรรัตน์ และทัศนีย์ นาคเสนีย์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาชุมชนจอมบึง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง และความเป็นพื้นที่ ชนบทมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาซึ่งเป็นกลยุทธ์การขี่จักรยานท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับ ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เป็น กิจกรรมท่องเที่ยวกึ่งอนุรักษ์ธรรมชาติที่มีองค์ประกอบของการท้าทายเสี่ยงภัย และการใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาเกี่ยวข้อง การพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยเสือภูเขา ไม่จำเป็นต้องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกแต่สามารถจัดการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มี ในพื้นที่ รวมถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นด้านนิเวศวิทยา ความอุดมสมบูรณ์ ทางชีวภาพและพันธุ์พืช ที่สามารถเป็นต้นทุนในการจัดกิจกรรมการแข่งขันจักรยานเสือภูเขา อย่างไร ก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการยกระดับการกีฬาสู่การท่องเที่ยวยังมีจุดอ่อนคือขาด องค์ความรู้และนโยบายการดำเนินงานในพื้นที่อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดใน



อนาคต เช่นเดียวกับ อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดย การประยุกต์ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่ และฐาน ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม สำหรับ ชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีองค์ประกอบด้าน จุดดึงดูดการท่องเที่ยวและการ เรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับ แหล่งธรรมชาติ สามารถตอบสนองความสนใจของตนมากที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 8)

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการจัดทำคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งแบบที่ดำเนินการโดยองค์กรหรือ ชุมชน และ จัดทำแบบประเมินผลกระทบเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ได้ มาตรฐาน มีคุณภาพ ยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว
2. ควรวิจัยเพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสร้างสรรค์ โดยการใช้กีฬา ประเภท ต่างๆ ที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ เช่น มวยไทย ในฐานะสื่อด้านวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะและ วัฒนธรรมของไทย ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายฐานไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาว ต่างประเทศ
3. ควรมีการศึกษาต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ โดย ศึกษาวิธีการ และกลยุทธ์การจัดการเพื่อสร้างเป็นแนวทางในการจัดท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
- 4.ควรมีการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบ บริบท สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน ภายนอก ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อกลยุทธ์และกลยุทธ์การจัดการ ที่แตกต่างกัน อย่างไร ซึ่งจะสามารถพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เข้มแข็ง ต่อไปได้

บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560.). **โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของไทย (Sports Tourism) ประจำปี 2560.** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพมหานคร. 18 – 36.
- กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. (2562). **รายงานประจำปี 2562 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.** พิมพ์ ครั้งที่ 1 (1), กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, หน้า 52 – 144.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.**กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **สถิตินักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์. (2558). **เปิด พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ.** สืบค้นจาก <https://thainews.prd.go.th>



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564).**

พิมพ์ครั้งที่ 1, นนทบุรี: บริษัท ภาพพิมพ์ จำกัด, หน้า 34 – 40.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). **ความสำคัญ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ:**

คุณทิญา จิรทิวาธวัช. (2558). **เที่ยวเมืองไทยเหมือนไปเมืองนอก: ปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

กับอิมพาร์คแนวยุโรป (ดุชนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

เกศรินทร์ วิลลธาดา และจรัสพงศ์ คลังกรณ์. (2564). **การจัดการส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวสู่การ**

พัฒนาเมืองของจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(2), 410 – 425.

เกษม เพ็ญภินันท์. (2550). **สู่พรมแดนความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของการบริโภค**

วัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยทั้งในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 - 2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 -2564)

ณิชภัทร สุรวัฒนานนท์. (2562). **การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือ ฮีโร่ตัว**

จริง?. ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค, ธนาคารแห่งประเทศไทย.

อานนท์ สีดาเพ็ง (2559)กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตโดยการประยุกต์ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน

ทางสังคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่,วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา, 16(2) 83-90