

บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์

The Role of Buriram United Football Club for Tourism Promotion in Buriram Province

สาวินีย์ พลเยี่ยม¹ และ โอชญัญญา บัวธรรม²
Sawinee Polyiam¹ and Ochanya Buatham²

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ 2) ศึกษาบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว 3) วิเคราะห์บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed methods Research) โดยใช้การวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured Interview) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 384 คน ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและสถิติพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับดี โดยมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ได้รับความนิยมโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์

2. นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 57.8) ซึ่งมีจำนวนมากกว่าคนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเมื่อคิดเป็นรายภาคจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่คือ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดร้อยเอ็ด และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง ส่วนใหญ่คือจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรีตามลำดับ

3. สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ที่ทำให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ นั่นคือ บทบาทด้านสัญลักษณ์ บทบาทด้านการเป็นประชาสัมพันธ์ และบทบาทการเป็นผู้ตัดสินใจ

คำสำคัญ : บทบาท, สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด, องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว, คุณภาพการบริการ, จังหวัดบุรีรัมย์

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ABSTRACT

The study entitled ‘The Role of Buriram United Football Club for Tourism Promotion in Buriram Province’ aim 1) to study context and situation of tourism in Buriram province, 2) To study the role of the Buriram United football club that have affects tourists to Buriram province, 3) to analyze the role of Buriram united football clubs that influence to promoting tourism in Buriram province. The study used mixed methods research of quantitative and qualitative research. The study used a survey questionnaire to collect data from 384 Thai tourists visiting Buriram Province. The statistic techniques applied to test the study were percentage, mean, and standard deviation. The research findings are found as follows:

1. The overall travel situation in Buriram province was good. They development a popular tourist destination, especially to establish sports tourism attraction to attract visitors to come to Buriram province.

2. The most favorite Buriram United football club of tourist is come from other provinces (57.8 percent), which has more than numbers of people in Buriram province. Most of tourists came from the Northeast, most of Surin province and Roi - Et province, and tourists from the region most of Pathum Thani province and Nonthaburi province respectively.

3. Buriram united football club have three role to promote tourism of Buriram; inter-personal roles, information role, and decisional role

Key Words : Role, Buriram united football club, Tourism elements, Service quality, Buriram province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งและสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ จนกลายเป็นหนึ่งธุรกิจและบริการสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมก่อให้เกิดกระแสความสนใจและใส่ใจต่อสุขภาพรวมทั้งการออกกำลังกาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจุบันรูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มเป็นการท่องเที่ยวแบบอิสระตามความสนใจเฉพาะทางของนักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นต้น (แผน

พัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559:1)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์หลัก คือ การเล่นกีฬา ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับวัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นนักกีฬา จะเดินทางเพื่อไปร่วมการแข่งขันในการจัดการแข่งขันต่างๆ เช่น การแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันเทนนิส การแข่งขันฟุตบอล เป็นต้น ซึ่งนอกจากนักกีฬาแล้ว ทีมงาน ผู้ติดตาม กองเชียร์ และผู้เข้าชมการแข่งขัน ก็สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวได้

เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ หรือการเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน หากสามารถมีการจัดการเตรียมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ จะก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นผลกำไรอันเนื่องมาจากการเดินทางมาเพื่อเล่นกีฬานั้นๆ และเกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในเรื่องของการท่องเที่ยวอีกด้วย (รายงานการอบรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, 2557)

ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยเองก็ได้มีการจัดการแข่งขันฟุตบอลอาชีพมาตั้งแต่ พ.ศ. 2521 ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยมีสโมสรฟุตบอลและมีการแข่งขันฟุตบอลที่เรียกว่าไทยพรีเมียร์ลีก (Thai Premier League: TPL) (กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556) กีฬาฟุตบอลในประเทศไทย ได้รับความสนใจจากประชาชน และเยาวชนทั่วประเทศ ดังจะเห็นได้จากจำนวนสนามฟุตบอลที่มีอยู่ทั่วทุกจังหวัด จำนวนผู้เล่นที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและจำนวนผู้ชมฟุตบอลรวมทั้งกองเชียร์ที่ติดตามไปเชียร์ทีมของตนยังสถานที่ต่างในประเทศไทยอย่างเหนียวแน่น โดยสโมสรฟุตบอลสามารถสร้างรายได้หลายทาง ไม่ว่าจะเป็นตัวในการเข้าชมการแข่งขัน อาหารและเครื่องดื่มที่ขายในสนาม รวมทั้งสินค้าต่างๆ เช่น เสื้อทีม พวงกุญแจ แก้วน้ำ เป็นต้น (กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556)

สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของสุดยอดทีมฟุตบอล 2 ทีม ของจังหวัดบุรีรัมย์ คือ บุรีรัมย์ พีอีเอ แชมป์ไทยพรีเมียร์ลีก 2554 ที่ทำคะแนนสูงสุดเป็นสถิติที่ไม่มีทีมใดทำได้ กับ บุรีรัมย์ เอฟซี แชมป์ดิวิชั่น 1 ปี 2554 บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เป็นทีมที่มีฟอร์มการเล่นยอดเยี่ยม และทำธุรกิจสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนสร้างสนามที่มีความจุมาตรฐานด้วยงบประมาณกว่า 500 ล้านบาท มีการดึงนักฟุตบอลที่มีความสามารถอยู่ในทีม และสร้างความยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์ฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย ด้วยการคว้าแชมป์ 4 รายการในฤดูกาลเดียวกัน และเป็นเจ้าของสถิติแชมป์มากที่สุดที่ไม่เคยมีสโมสรใดในประเทศไทยทำได้มาก่อน

สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เห็นได้จากการมีธุรกิจท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมากหลังจากมีการจัดตั้งสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เช่น โรงแรมอมารี บุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นคือเป็นโรงแรมสไตล์ฟุตบอลแห่งแรกของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีสนามแข่งขันรถยนต์ระดับโลกซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของสนาม ไอ-โมบาย อันเดอร์ คาสเซิล สเตเดียม สนามฟุตบอลของสโมสรบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด โดยทั้งสองส่วนนี้จะทำให้บุรีรัมย์เป็นจังหวัดเพื่อการท่องเที่ยวและการจัดอีเวนต์กีฬาชื่อดังที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมากในอนาคต (ทีมข่าวไทยรัฐออนไลน์. 2556) นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก จะเห็นได้ว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดมีความสำคัญมากในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์และยังทำให้ระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ขยายตัวได้สูงขึ้นอีกด้วย

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสความได้เปรียบด้านการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากยิ่งขึ้นและสามารถใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตการวิจัย

1. พื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์
2. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 มิถุนายน – 21 มิถุนายน 2558

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 516,558 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 384 คน ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured Interview)
3. การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ
ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาท องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ รวมทั้งศักยภาพในการรองรับ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสร้างโครงสร้างของแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ จากนั้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาการวิจัยแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุม

เนื้อหาของการวิจัย ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้ง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดสอบ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามที่สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้แบบสอบถาม 384 ฉบับ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล 15 วัน ระหว่างวันที่ 6 มิถุนายน – 21 มิถุนายน 2558 และสัมภาษณ์ผู้บริหารสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) คือ การวัดข้อคำถามแต่ละข้อว่าตรงและครอบคลุมเนื้อหาหรือสาระสำคัญในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งข้อคำถามจะต้องวัดตามจุดประสงค์นั้นๆ เท่านั้น จึงจะเรียกว่าเครื่องมือหรือข้อคำถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2.1 สถิติที่ใช้ตรวจสอบ
คุณภาพของแบบสอบถาม

2.1.1 การหาค่าอำนาจ
จำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant
Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

2.1.2 การหาค่าความเชื่อ
มั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha Coefficient) ตามวิธี
ของครอนบาค (Cronbach)

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิง
คุณภาพ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการ
สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิง
พรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์
เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเป็นการวิเคราะห์
บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพล
ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องบทบาทของสโมสรฟุตบอล
บุรีรัมย์ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด
บุรีรัมย์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ศึกษาบริบทและสถานการณ์การท่องเที่ยว
ของจังหวัดบุรีรัมย์

1.1 บริบทด้านสิ่งดึงดูดใจทางการ
ท่องเที่ยว (Attraction) โดยสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด
บุรีรัมย์มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิง
ประวัติศาสตร์ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง
เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น
วนอุทยานภูเขไฟกระโดง นอกจากนั้นยังมีแหล่งท่องเที่ยว
สำคัญที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เพ ลา เพลิน ซึ่งเป็น
อุทยานไม้ดอกที่รวบรวมพันธุ์ไม้ที่หายากมาไว้ที่จังหวัด
บุรีรัมย์ ยิ่งไปกว่านั้นการสร้างสนามฟุตบอลไอโมบาย
สเตเดียม และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆภายในบริเวณสโมสร
เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่สนใจและนักท่องเที่ยว
เชิงกีฬาฟุตบอลให้เข้ามาชมการแข่งขันฟุตบอลของ
สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด นอกจากนั้นยังมีสนาม

แข่งขันรถยนต์ระดับโลกเพื่อรองรับผู้ที่สนใจชมการ
แข่งขันให้มาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า จังหวัด
บุรีรัมย์ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถรองรับ
ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ทั้ง
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยว
สมัยใหม่ ซึ่งก็คือสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดและ
ธุรกิจนในเครือ

1.2 บริบทด้านการเข้าถึงแหล่ง
ท่องเที่ยว (Accessibility) จะเห็นได้ว่ามีเส้นทางการ
คมนาคมที่สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ
ของจังหวัดบุรีรัมย์ มีป้ายบอกทางและป้ายแสดงสถานที่
ท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัดเจน อย่างไรก็ตามในด้านการให้
บริการของรถโดยสารสาธารณะยังไม่เพียงพอและ
ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่โดยส่วนมากจะให้บริการเฉพาะ
ในตัวเมือง ซึ่งในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
ต่างๆต้องใช้ระยะเวลานานเพราะสถานที่ท่องเที่ยวอยู่
ห่างไกลกัน ดังนั้นการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจะ
เป็นการเดินทางที่สะดวกที่สุด

1.3 บริบทด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
ต่างๆ (Amenities) ของจังหวัดบุรีรัมย์โดยรวม
จะอยู่ในระดับมาก เนื่องมาจากการขยายตัวด้าน
เศรษฐกิจการท่องเที่ยว ทำให้มีผู้สนใจลงทุนทำธุรกิจที่
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการบริการ ทั้งธุรกิจร้านอาหาร
ธุรกิจร้านขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม
ก็ตามจากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
กลับพบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าสโมสรฟุตบอล
บุรีรัมย์ยูไนเต็ดมีร้านอาหารที่มีคุณภาพการบริการใน
ระดับมาก แต่ขาดความหลากหลายของประเภทอาหาร
สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

1.4 บริบทด้านที่พัก (Accommo-
dation) จะมีการขยายตัวเป็นอยู่ในระดับมาก เนื่องมา
จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่จังหวัด
บุรีรัมย์ ที่มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยว
ต่างๆ รวมทั้งมาเพื่อชมการแข่งขันฟุตบอลของ
สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ดังนั้นนักท่องเที่ยวมี
ความต้องการเข้าพักที่จังหวัดบุรีรัมย์อย่างน้อย 1 คืน

ทำให้เกิดธุรกิจโรงแรมและที่พักเพื่อรองรับความต้องการเข้าพักของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแม้จะมีการขยายตัวของธุรกิจที่พักในระดับมาก แต่ยังคงไม่เพียงพอสำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักของจังหวัดใกล้เคียงจึงได้รับผลประโยชน์จากผลที่เกิดขึ้น

1.5 บริบทด้านด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ก็มีกิจกรรมชมการแข่งขันฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด

1.6 บริบทด้านการตระหนักรู้ (Awareness) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองการท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์คือเมืองปราสาทสองยุค คือ ยุคปราสาทเขาพนมรุ้ง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เป็นของแท้ดั้งเดิม และยุคแห่งปราสาทสายฟ้า คือ สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้จังหวัดบุรีรัมย์เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. ศึกษาบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัด

บุรีรัมย์ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.8) โดยมีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 34.9) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 63.8) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 45.1) ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา (ร้อยละ 36.5) มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (ร้อยละ 45.8) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดต่างๆทั่วประเทศไทย (ร้อยละ 57.8)

2. นักท่องเที่ยวเห็นว่าบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16-4.50$) โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านการตระหนักรู้ ($\bar{X} = 4.50$) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.46$) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 4.26$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.17$) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.16$) และด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.16$) ดังตาราง 1

องค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการตระหนักรู้ (Awareness)	4.50	.551	มาก
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	4.46	.496	มาก
3. ด้านกิจกรรม (Activity)	4.26	.663	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.17	.651	มาก
5. ด้านการเข้าถึง (Accessibilities)	4.16	.664	มาก
6. ด้านที่พัก (Accommodation)	4.16	.750	มาก
โดยรวม	4.29	.514	มาก

3. นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณภาพการบริการของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28 - 4.38$) โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.38$) ด้านความเชื่อใจ ความ

ไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.34$) ด้านการบริการที่จับต้องได้ของสโมสร ($\bar{X} = 4.33$) ด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.32$) และด้านการตอบสนองความต้องการ ($\bar{X} = 4.28$) ดังตาราง 2

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความมั่นใจ (Assurance)	4.38	.565	มาก
2. ด้านความเชื่อใจ ความไว้วางใจ (Reliability)	4.34	.576	มาก
3. ด้านการบริการที่จับต้องได้ของสโมสร (Tangibles)	4.33	.583	มาก
4. ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)	4.32	.620	มาก
5. ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	4.28	.615	มาก
โดยรวม	4.33	.525	มาก

จากตารางที่ 1 และ 2 เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของทรัพยากรหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การที่สโมสรฟุตบอลมีทรัพยากรการท่องเที่ยว นั่นคือ สนามไอโมบาย สเตเดียม และการได้รับบริการที่ดีจากเจ้าหน้าที่ของสโมสรเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาที่สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด และยังส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆภายในจังหวัดบุรีรัมย์อีกด้วย ข้อมูลสำคัญที่ได้ในงานวิจัยชิ้นนี้คือ นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด (ร้อยละ 57.8) ซึ่งมีจำนวนมากกว่าคนในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเมื่อคิดเป็นรายภาค นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดร้อยเอ็ด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง ได้แก่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรีตามลำดับ จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดมีบทบาทในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากต่างจังหวัดเดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้เพื่อมาชม

ฟุตบอลของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดรวมทั้งมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดบุรีรัมย์

3. การวิเคราะห์บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์

จากการวิเคราะห์บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดจากมุมมองของนายเนวิน ชิดชอบ ประธานสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด และนายอังกินันท์ ยอดแก้ว นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ทราบว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดและนายเนวิน ชิดชอบ มีบทบาทในการเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ (Brand of Buriram) ที่ช่วยประชาสัมพันธ์และดึงดูดใจให้คนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดบุรีรัมย์ผ่านกิจกรรมต่างๆที่สโมสรฟุตบอลและธุรกิจที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น นอกจากนั้นนายเนวิน ชิดชอบ ยังเป็นเหมือนผู้ริเริ่มทำสิ่งแปลกใหม่และยังเป็นแรงผลักดันให้เกิดการลงทุนทำธุรกิจของคนจังหวัดบุรีรัมย์ รวมทั้งดึงดูดใจให้นักธุรกิจสนใจมาลงทุนทำธุรกิจในจังหวัดบุรีรัมย์

จากการวิเคราะห์บทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้ทราบว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมให้เกิดมาตรฐานการบริการระดับสากล การเสริมสร้างภาพลักษณ์ การสนับสนุนบริการด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้เกิดการเติบโตด้านการท่องเที่ยวและความคุ้มค่าในการลงทุน

4. ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์

จากการศึกษาข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์สามารถสรุปได้ว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดมีบทบาททางตรง คือ บทบาทด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งนักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบเต็มรูปแบบ ทั้งการแข่งขันฟุตบอลและการแข่งรถ และจังหวัดบุรีรัมย์เป็นต้นแบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับจังหวัดอื่นด้วย อีกทั้งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากที่อื่นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมกีฬาได้เป็นอย่างมาก และบทบาทด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นว่า หลังจากเกิดการก่อตั้งสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่สำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ มีการจัดการในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น เฟลาเพลิน

นอกจากนั้นยังมีบทบาททางอ้อม คือ บทบาทด้านการส่งเสริมการสร้างงานสร้างรายได้คือ ทำให้คนจังหวัดบุรีรัมย์มีงานทำและร้านค้าต่างๆ มีรายได้ บทบาทด้านการส่งเสริมการพัฒนาเมืองคือมีการขยายเมืองเพื่อรองรับการเดินทางมาของนักท่องเที่ยว บทบาทด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจคือทำให้เศรษฐกิจ

ของจังหวัดเติบโตขึ้นมาก มีการจับจ่ายใช้สอยอย่างเห็นได้ชัด และบทบาทด้านสังคมคือมีบทบาทในการปลูกจิตสำนึกให้คนบุรีรัมย์รู้สึกว่าเขาเป็นเจ้าของสโมสร ทำให้เขามีส่วนร่วมในการต้อนรับแขกจากต่างจังหวัด อภิปรายผล

จากผลการวิจัยบทบาทของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ผลจากข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นของผู้บริหารสโมสรและผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถที่จะเสนอแนะและอภิปรายตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. จากการศึกษาบริบทและสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ รวมทั้งการศึกษาคูณภาพการบริการของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ทำให้ทราบว่าการมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่ดีพร้อมและมีการจัดการคุณภาพการบริการที่เหมาะสม จะเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งเสริมให้เกิดการบริการด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับบริบท ทิมมิงไฟโรจน์ (2554) ที่ทำการศึกษารองานแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดนครราชสีมา โดยเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 6 แนวทาง คือ การพัฒนาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมและสถานที่ การพัฒนาด้านสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น ทั้งนี้การพัฒนาบุคลากรจะส่งผลในเรื่องคุณภาพการบริการ และจากการพิจารณาพบว่าองค์กรจะมีคุณภาพการบริการได้ต้องมีมาตรฐานการบริการและต้องสามารถวัดได้ ซึ่งการมีคุณภาพการบริการที่ดีจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการอีกครั้งซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการ

บริการของ Parasuraman (1988) ที่กล่าวว่า การจะมี ศักยภาพการบริการนั้น จะต้องมีความรู้มาตรฐานการบริการ การวัดการรับรู้ในคุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยว ที่ได้รับ ซึ่งจะทำได้ทั้งการรู้แนวทางในการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะ เดินทางมาที่จังหวัดบุรีรัมย์เพื่อชมการแข่งขันฟุตบอล ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ทั้งนี้ประกอบ ด้านแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรของสโมสรฟุตบอล บุรีรัมย์ยูไนเต็ด นั่นคือ สนามฟุตบอลไอโมบาย สเตเดียม อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้อยากเดินทางมาชมการแข่งขันของบุรีรัมย์ยูไนเต็ด สักครั้ง โดยผลจากการศึกษาในงานวิจัยได้แสดงว่า มี นักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาชมการแข่งขันที่สโมสร ฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเป็นเจ้าบ้าน โดยส่วนใหญ่เป็น นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดอื่น เช่น จังหวัดในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือคือ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัด ร้อยเอ็ด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก ภาคกลางคือจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดนนทบุรี ซึ่ง จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว การ ที่ได้สัมผัสกับเกมการแข่งขันที่เกิดขึ้นและการที่ได้พบ เจอกับดารานักฟุตบอลที่ชื่นชอบ เป็นการตอบสนอง ความต้องการด้านจิตใจแก่นักท่องเที่ยวได้ สอดคล้อง กับ Chia chen Yu (เจีย เฉิน ยู) (2010) ซึ่งทำการศึกษา เรื่องปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของแฟน กีฬาต่างชาติที่จะเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การสัมผัสกับเกมการแข่งขันสดๆ ณ สถานที่จริง และโอกาสที่จะได้เห็นนักกีฬา เอเชียหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียงในการแข่งขัน

3. ในการศึกษาบทบาทผู้บริหาร ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ทำให้ทราบว่าใน การบริหารจะต้องมีการแสวงหาข้อมูลเพื่อมาสร้างให้ เกิดความเป็นมาตรฐานทั้งด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการ ทั้งนี้เพื่อกำหนดเป็น วิสัยทัศน์และนโยบายในการสร้างความโดดเด่นในการ

ดำเนินงานของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับ สอดคล้องกับ ชีรพล พบลาก และคณะ (2553) ซึ่งได้ ทำโครงการวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพบว่ายุทธศาสตร์การ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการ สนับสนุนกีฬาสากลต้องอาศัยการบริหารจัดการกีฬาที่ เหมาะสมกับสภาพสังคมและมีการจัดการการแข่งขันที่ มีมาตรฐาน

4. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความ ตระหนักรับรู้ว่าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเป็น สัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้จะเป็นโอกาสให้ผู้สนใจในการทำธุรกิจมาลงทุนที่ จังหวัดบุรีรัมย์เนื่องจากมองเห็นถึงศักยภาพการจัดการ และคุณภาพนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้เงินและสร้าง เศรษฐกิจให้กับจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้ผู้ให้การสนับสนุน ทางธุรกิจหรือสปอนเซอร์ของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ดและธุรกิจใดเป็นอาจเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ มองเห็นโอกาสในการลงทุนและการได้รับผลตอบแทน จากการลงทุน สอดคล้องกับ ศรีนนท์พร ชันธะจำนงค์ (2554) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้าง ศักยภาพทางการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลเมืองทอง หนองจอก ยูไนเต็ด ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคหรือผู้ชมที่ เป็นผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor as Consumer) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญกับองค์กรกีฬาและทำธุรกิจ กีฬา กลุ่มธุรกิจส่วนมากจะยอมแลกเปลี่ยนด้วยเงิน หรือผลิตภัณฑ์เพื่อให้ชื่อเสียงของบริษัทเข้าไปมีส่วน ร่วมในการแข่งขันกีฬา

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย และ การอภิปรายผลการวิจัยดังที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชมฟุตบอลของสโมสร

ฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด จังหวัดบุรีรัมย์ ส่วนมากเป็นกลุ่มช่วงอายุ 21-30 และจะเดินทางมากับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน ดังนั้นควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.2 จากการศึกษาพบว่าเกิดผลกระทบด้านต่างๆ หลังจากการจัดตั้งของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด ดังนั้นควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการผลกระทบด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์

1.3 คุณภาพการบริการเป็นเครื่องมือในการวัดศักยภาพการบริการที่สำคัญ ดังนั้นหน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ด้านการบริการในอุตสาหกรรมบริการของจังหวัดบุรีรัมย์ ได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถพัฒนาไปสู่เมืองแห่งการบริการอย่างมีมาตรฐานระดับโลก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของตราสินค้า (Brand) กับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวก่อนเพื่อศึกษาทัศนคติจากการรับรู้เรื่องตราสินค้า (Brand) ของนักท่องเที่ยวก่อน

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ยั่งยืน

2.3 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแนวคิดการสร้าง ความแตกต่างที่โดดเด่นกับการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554.). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559**. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2554).สถิติ นักท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2557 จาก <http://service.nso.go.th>
- กิตติคุณ บุญเกตุ. (2556) .**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์**. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์).สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- กรุณา ชิดชอบ. (2557 , 20 กุมภาพันธ์). **การปรากฏภาพในหัวข้อ “ก้าวต่อไปของบุรีรัมย์ กับเนวิน ชิดชอบ”**. [Video file]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=J143lq04Pvk>
- กรุณา โปรดักชั่น. (2557, 31 สิงหาคม). **ปรากฏภาพในหัวข้อ "บุรีรัมย์เมืองกีฬามาตรฐานโลก" โดย เนวิน ชิดชอบ**. [Video file]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=virahFR2KOY>
- ทีมข่าวไทยรัฐออนไลน์. (2556). **บุรีรัมย์ฯ จ่อเปิดตัวโรงแรมหรูสไตล์ฟุตบอลแห่งแรกในเมืองไทย**. สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2557 ได้จาก <http://www.thairath.co.th>
- ธีระพล พบลาม และคณะ. (2553). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Sports Tourism Strategies of Northeast Region)**. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2557 ได้จาก <http://www.ipesk.ac.th>

- นรินทร์ หลิมไพโรจน์. **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดนครราชสีมา.** (2554). (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- ศรินนัทร์ ชันธะจำนงค์. (2554). **การสื่อสารเพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของสโมสรฟุตบอลเมืองทอง-หนองจอก ยูไนเต็ด.** (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- สุกัลยา วรรณสมบัติ. (2557). **รายงานการอบรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.** สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2557 จาก dasta.or.th/dastaarea4/.../article/.../Sport%20Tourism%20Management.pdf
- อังกินันท์ ยอดแก้ว. **นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์.** 23 มิถุนายน 2558. สัมภาษณ์.
- Chia-Chen Yu. (ม.ป.ป) “ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของแฟนกีฬาต่างชาติที่จะเดินทางไปยังประเทศ สหรัฐอเมริกาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.” **e-TAT Tourism Journal – การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำไตรมาสที่ 4/2553,** 1-15.
- Dickman, S. (1996), **Tourism : An introductory text.** Australia :Hodder Education
- Dimitrios Bhalis. (2000) **Maketing the competitive destination of the future.** Retrieved from <<http://epubs.surrey.ac.uk/1087/1/fulltext.pdf>>
- Henry Mintzberg. (1989). **Mintzberg on Management .** NewYork : Simon & Schuster.
- Leo Burnett Cannes Predictions. (2015). **กับแนวคิดแหวกแนวโดย เนวิน ชิดชอบ.** 1015 สืบค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2558, จาก <http://thumbsup.in.th/2015/06/leo-burnett-cannes-predictions-2015/>
- Parasuraman, (1988). SERVQUAL : A Multiplitem Scale for Measuring Consumer Perception of Service. Quality. **Journal of Retailing ,** 64 (1) , 23.
- Tourism Western Australia. (2009). **Five A's of tourism.** Retrieved 13 February 2015, from http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html
- United Nations Environment Programme (UNEP). (2015) **Carrying Capacity.** Retrieved 13 February 2015 ,from <http://www.unep.org>