

การวิเคราะห์องค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

Factor Analysis of Sport Tourism Destination Competitiveness in Thailand

◆ พณิชา จิระสัจญญานสกุล

อาจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์อนุารณ

Panicha Jirasanyansakul

Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok :

Chakrabongse Bhuvanarth Campus, E-mail: beauty_phu@hotmail.com

◆ รักษ์พงศ์ วงษ์ศาโรจน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Rugphong Vongsaraj

Assistant Professor, Ph.D., Graduate School of Tourism Management,

National Institute of Development Administration, E-mail: rugphong@gmail.com

Received: June 24, 2018; **Revised:** July 13, 2018; **Accepted:** July 17, 2018

Abstract

The purpose of this research was to investigate various attributes of sport tourism destination competitiveness in Thailand. The unit of analysis by using Chonburi, Phuket and Buriram provinces with collected the quantitative data from foreign tourists were 400 samples that attended the Triathlon, Marathon race and Motorcycle race, respectively. The instruments used to collect data with coefficient reliability of .908. Statistical tools were used for analyzing the data using an Exploratory Factor Analysis (EFA) method.

This research found that; the attributes of sport tourism destination competitive that consisting of: 1) tourism attractions 2) sports attractions 3) destination management, and 4) demand condition, respectively. The correlation coefficients were found the attributes 1-4 that 13.869, 13.685, 12.606 and 10.122 percent, respectively. The total weight of the composition 50.281 percent.

Keywords: Sport Tourism, Factor Analysis, Tourism Destination Competitiveness

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าร่วมรายการการแข่งขันไตรกีฬา รายการการแข่งขันรถจักรยานยนต์และรายการการแข่งขันวิ่งมาราธอนระดับนานาชาติในแต่ละพื้นที่ ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดภูเก็ต ตามลำดับ จำนวน 400 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ .908 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยว 2) สิ่งดึงดูดทางการกีฬา 3) การจัดการในพื้นที่ และ 4) เงื่อนไขความต้องการ โดยมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบร้อยละ 13.869, 13.685, 12.606 และ 10.122 ตามลำดับ และมีค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบรวมร้อยละ 50.281

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การวิเคราะห์องค์ประกอบ ขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว

บทนำ

การท่องเที่ยวโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.9 ในปี ค.ศ. 2008 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 ในปี ค.ศ. 2018 (Mbaftut, 2013: 10) สังเกตได้จากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีอุตสาหกรรมกีฬาที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชียมีรายได้จากจำนวนผู้ชมกีฬาจำนวนมากในช่วงของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นเจ้าภาพเมื่อปี ค.ศ. 2008 (Suwansoon, 2015) ประเทศไทยเช่นกันมีการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาก่อให้เกิดรายได้ค่อนข้างสูงจากแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและชมกีฬามีสัดส่วนเพิ่มขึ้นรวมถึงการเติบโตกลุ่มความสนใจพิเศษในกีฬา (Tourism Authority of Thailand, 2015) ซึ่งจากแนวโน้มของการเติบโตนี้จึงส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น (Tourism BC, 2011) จากการที่แต่ละประเทศต่าง ๆ มีความพยายามใช้มาตรการกีฬาในระดับต่าง ๆ เป็นการส่งเสริมขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาในประเทศ ทั้งภาคเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาจะสามารถก่อให้เกิดรายได้อย่างมาก ทั้งจากการสนับสนุนจากองค์กรผู้สนับสนุนและลิขสิทธิ์ต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุนในระบบสาธารณูปโภคเพื่อรองรับและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะหลั่งไหลเข้ามาอย่างมาก

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น Hudson, Ritchie & Timur (2010) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญในความสำเร็จขององค์กร ประเทศหรือเมืองต่าง ๆ ทั้งนี้การนำทฤษฎีขีดความสามารถในการแข่งขันมาใช้ในการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบจะทำให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบของขีดความสามารถในการแข่งขันของ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะสามารถนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยให้ถึงพร้อมการเป็นจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเวทีระดับโลกและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศต่อไปได้

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาตามแนวคิดขีดความสามารถในการแข่งขันการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีการจัดรายการแข่งขันกีฬาที่สำคัญระดับนานาชาติ ในรายการแข่งขันไตรกีฬา มาราธอนนานาชาติ และรายการแข่งขันกีฬาแข่งจักรยานยนต์

กรอบแนวคิดการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมซึ่งสามารถสร้างผลกำไรตอบแทนจากความนิยมกีฬาในท้องถิ่น (Weed, 2008) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในภาคธุรกิจบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือมีรายการแข่งขันกีฬา (North/South Inter-Parliamentary Association, 2014) และก่อให้เกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายการลงทุนซึ่งก่อให้เกิดรายได้แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ (Tourism BC, 2007) อย่างมากมายมหาศาล ซึ่งการจัดการแข่งขันกีฬานั้นยังเป็นประโยชน์ต่อเจ้าภาพผู้จัดการแข่งขันในด้านของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศอย่างดี (Madden, 2002 : 7-21)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักอาศัยปกติโดยมีเป้าหมายในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมกีฬาทั้งทางตรงและทางอ้อม (Standeven & Knop, 1999) ในรูปแบบการเล่นกีฬา การชม/ ดูกีฬาในการจัดการแข่งขันกีฬา ในสถานที่หรือสนามกีฬาและการเยี่ยมชมในสถานที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Roche, Spake & Joseph, 2013; Gibson, 1998) ทั้งกีฬาเพื่อการแข่งขันหรือกีฬาเพื่อนันทนาการ (Gammon & Rubinson, 1997) โดยแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ (Gibson, 1998)

- 1) การท่องเที่ยวในรายการแข่งขันกีฬา (Sport Event Tourism) การเดินทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อชมกีฬาการแข่งขันกีฬาเป็นหลัก
- 2) การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมกิจกรรมกีฬา (Active Sport Tourism) การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อเล่นกีฬา
- 3) การท่องเที่ยวประเภทการมาเยี่ยมชมที่เกี่ยวกับสิ่งดึงดูดที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Nostalgia Sport Tourism) การเดินทางมาโดยสิ่งที่น่าสนใจที่มีความสัมพันธ์กับกีฬา เช่น บุคคล หรือทีมกีฬาที่ชื่นชอบ หรือเยี่ยมชม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความหลากหลายในด้านของระดับการแข่งขันและวัตถุประสงค์ในการแข่งขันทางด้านสินค้าและบริการของพื้นที่ (Hallmann, Müller & Feiler, 2012) ทั้งนี้จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่สูง โดยขีดความสามารถในการแข่งขันจะเป็นสิ่งที่มีผลมาจากความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ (Meng, 2006) และเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จะนำมาสู่การเติบโตด้านเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่นั้น ๆ

Porter (1999) ได้กล่าวถึงปัจจัยทางด้านสถานะแวดล้อมในการดำเนินงานที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยในการดำเนินงาน เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนและกลยุทธ์องค์กร ซึ่งโครงสร้างและการแข่งขันมีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ โดยมีแนวคิดว่า หากถ้าทำให้ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งในสี่ประการนี้ดีขึ้น ย่อมส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

Hassan (2000: 239) อธิบายความหมายของขีดความสามารถในการแข่งขันว่า หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์และบูรณาการผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยการรักษาทรัพยากรที่มีอยู่ในขณะต้องที่รักษาตำแหน่งทางการตลาดและเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งเป็นความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาไว้ซึ่งตำแหน่งและส่วนแบ่งทางการตลาด หรือเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพที่สูงกว่าสถานที่อื่น ๆ (Buhalis, 2000) นั่นคือประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ถือเป็นสิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยว (Dwyer & Kim, 2003: 375)

ดังนั้น ชีตความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวคือ ความสามารถในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้เกิดความน่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น พร้อมกับความพึงพอใจและประทับใจในประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งเป็นการรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจต่าง ๆ และประชาชนในท้องถิ่นที่ได้รับประโยชน์โดยตรงทางเศรษฐกิจ

Goffi (2012) ได้ทำการศึกษาตัวชี้วัดชีตความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (Indicators of Destination Competitiveness) พบว่า องค์ประกอบของชีตความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ทรัพยากรหลักและสิ่งดึงดูดที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว (Core Resources and Key Attractors) 2) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) 3) โครงสร้างพื้นฐานทั่วไป (General Infrastructures) 4) ปัจจัยสนับสนุนและเงื่อนไข (Conditioning and Supporting Factors) 5) เงื่อนไขทั่วไป (General Conditions) 6) นโยบาย การวางแผนและการพัฒนาของการท่องเที่ยว (Tourism Policy, Planning and Development) 7) การจัดการพื้นที่ (Destination Management) และ 8) ปัจจัยด้านความต้องการ (Demand Factors)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานานาชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาในประเทศไทยกำหนดที่ 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดของตัวอย่างจากสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 cited in Eakawoot, 2000) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความจำนวนมากและประมาณค่าสัดส่วนของประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1) การเลือกพื้นที่และรายการแข่งขันกีฬาแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการศึกษาออกเป็น 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีชีตความสามารถในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬารับรองของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2) การเลือกรายการแข่งขันกีฬาในพื้นที่ในจังหวัดที่มีความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกรายการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติในช่วงระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 ดังนี้

2.1) จังหวัดชลบุรี เจาะจงในการแข่งขันไตรกีฬา รายการพัทยาไตรกีฬาซูบเปอร์ ซีรี่ 2016 วันที่ 21 พฤษภาคม 2559

2.2) จังหวัดภูเก็ต ในรายการ มาราธอนนานาชาติ ลาภาน่า ภูเก็ต ครั้งที่ 11 ในวันที่ 4-5 มิถุนายน 2559

2.3) จังหวัดบุรีรัมย์ รายการแข่งขันกีฬารถจักรยานยนต์ รายการ ASIA ROAD RACING 2016 ที่สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ ในวันที่ 7-8 พฤษภาคม 2559

ซึ่งทั้ง 3 รายการเป็นการแข่งขันในระดับนานาชาติที่อยู่ในกำหนดการแข่งขันของสหพันธ์กีฬาระดับโลกที่กำหนดการจัดการแข่งขันเป็นประจำทุก ๆ ปี (International Triathlon Union, 2015)

ขั้นตอนที่ 3) กำหนดสัดส่วนตามพื้นที่ (Quota Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.1) การแข่งขันไตรกีฬา รายการพญาไตรกีฬาซูเปอร์ ซีรีส์ 2016 ร้อยละ 34 จำนวน 134 ตัวอย่าง

3.2) รายการมาราธอนนานาชาติ ลากูน่า 2016 ร้อยละ 33 จำนวน 133 ตัวอย่าง

3.3) รายการแข่งขันกีฬารถจักรยานยนต์ รายการเอเชีย ไรด์ เรซซิ่ง 2016 ที่สนามช้างอินเตอร์เนชั่นแนล เซอร์กิต ร้อยละ 34 จำนวน 133 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 4) เลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาร่วมงานในบริเวณสนามแข่งขันต่าง ๆ จนครบตามจำนวนที่ระบุไว้

ทั้งนี้ ตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเพื่อชมและแข่งขันในรายการการแข่งขันกีฬา แยกตามรายการแข่งขันในแต่ละพื้นที่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ใช้เพื่อประเมินระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยฉบับภาษาอังกฤษที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สร้างตามวิธีของ Likert มี 1-5 ระดับ

- 1 หมายถึง ขีดความสามารถอยู่ในระดับต่ำที่สุด
- 2 หมายถึง ขีดความสามารถอยู่ในระดับต่ำ
- 3 หมายถึง ขีดความสามารถอยู่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง ขีดความสามารถอยู่ในระดับสูง
- 5 หมายถึง ขีดความสามารถอยู่ในระดับสูง

ซึ่งเครื่องมือการวิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง +.960 และได้ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรายการแข่งขันกอล์ฟฟรุ๊ตไทยแลนด์คลาสสิก 2016 ณ สนามกอล์ฟแบล็คคันทัน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2559 จำนวน 30 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ .908

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยทั้ง 58 ตัวแปร และใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงโครงสร้าง

ขององค์ประกอบของขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เสนอ ในรูปของตารางและความเรียงอธิบายถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้ดังนี้

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับขีด ความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยนำเสนอได้ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดภูเก็ต และภาพรวมในแต่ละองค์ประกอบ ตามลำดับ

พื้นที่ องค์ประกอบ/ตัวชี้วัด	ชลบุรี		บุรีรัมย์		ภูเก็ต		รวม		ระดับ
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว	3.82	.61	3.80	.77	3.93	.63	3.82	.03	สูง
2. ด้านสิ่งดึงดูดทางด้านกีฬา	3.84	.62	4.20	.65	3.66	.67	3.84	.03	สูง
3. การจัดการในพื้นที่	3.80	.58	3.89	.66	3.82	.66	3.80	.02	สูง
4. เงื่อนไขความต้องการ	3.95	.58	3.99	.59	4.09	.70	3.95	.02	สูง
รวมทั้งสิ้น	3.71	.27	3.97	.59	3.88	.58	3.85	.51	สูง

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัด ชลบุรี จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดภูเก็ต และภาพรวมในแต่ละองค์ประกอบทั้งหมดอยู่ในระดับสูง โดย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดชลบุรีตามลำดับ (ค่าเฉลี่ย 3.9825, 3.8740 และ 3.7134)

และผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายองค์ประกอบที่สำคัญของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยประกอบไปด้วยตัวแปรต่าง ๆ มีผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังนี้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้ดำเนินการทดสอบข้อกำหนดเบื้องต้น โดยพิจารณา ค่า KMO ว่า สูงกว่า .06 หรือไม่ และค่า Bartlett's test of sphericity ซึ่งได้ค่า KMO เท่ากับ .934 และ จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า Chi-Square = 15510.661 ได้ค่า P = .000 สรุปได้ว่าข้อมูลจาก การรวบรวมครั้งนี้มีความเหมาะสมในการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ขั้นต่อมาคือ การสกัดองค์ประกอบโดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principle Component) และพิจารณาค่าไอเกน (Eigen Value) ที่มีค่าสูงกว่า 2 โดยกำหนดให้องค์ประกอบมีจำนวน 4 ตัวแปร ซึ่ง สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติสำหรับปัจจัยทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยโดยวิธี Principle Component ในการสกัดปัจจัย ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ขององค์ประกอบที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

รายการ (ค่าเฉลี่ย)	ค่าน้ำหนัก ปัจจัย	ค่า ไอเกน	ค่าไอเกนเมื่อหมุนแกนปัจจัย		
			ร้อยละ ความ แปรปรวน	ร้อยละ สะสมความ แปรปรวน	
		รวม	รวม	รวม	รวม
องค์ประกอบที่ 1		20.727	8.044	13.869	13.869
1 สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว	.538				
2 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	.555				
3 วัฒนธรรมที่น่าสนใจ	.488				
4 วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่น่าสนใจ	.576				
5 กิจกรรมบันเทิงและพักผ่อนที่ที่น่าสนใจ	.607				
6 อาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์	.680				
7 ความพร้อมในการให้บริการอาหารและ เครื่องดื่ม	.659				
8 ของที่ระลึกหรือของฝากมีความน่าสนใจ	.495				
9 แหล่งจำหน่ายของที่ระลึกสินค้าที่หลากหลาย	.623				
10 กิจกรรมบันเทิงและพักผ่อนที่ที่น่าสนใจ	.714				
11 ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังพื้นที่	.615				
12 ความสะดวกสบายในการเดินทางภายในพื้นที่	.673				
13 สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน น้ำประปา ไฟฟ้า	.425				
14 การบริการโทรคมนาคมที่ครอบคลุมในพื้นที่	.426				
15 มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอ	.648				
16 ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	.548				
17 จำนวนที่พักที่เพียงพอ	.433				
องค์ประกอบที่ 2		3.594	7.937	13.685	27.554
18 ความน่าสนใจของรายการแข่งขันกีฬา	.508				
19 ความนิยมของชนิดกีฬาที่จัดการแข่งขัน	.647				
20 ศักยภาพของเจ้าภาพจัดการแข่งขัน	.592				
21 มาตรฐานของรายการแข่งขันกีฬา	.594				
22 ความพร้อมของสนามกีฬา	.709				
23 ความปลอดภัยในสนามแข่งขัน	.721				

รายการ	ค่าน้ำหนัก ปัจจัย	ค่า ไอเกน รวม	ค่าไอเกนเมื่อหมุนแกนปัจจัย			
			ร้อยละ ความ แปรปรวน	ร้อยละ สะสมความ แปรปรวน		
24	มาตรฐานสนามกีฬา	.733				
25	สิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ	.721				
26	ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่สนามแข่งขัน	.658				
27	ความสวยงาม โดดเด่นของสนามกีฬา	.594				
29	มาตรฐานของสถานที่หรือสนามสำหรับ เล่นกีฬา	.620				
28	ความหลากหลายของกิจกรรมกีฬา	.346				
30	ความทันสมัยของอุปกรณ์สำหรับกิจกรรม กีฬา	.635				
31	ความปลอดภัยของกิจกรรมกีฬา	.670				
32	ความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ	.583				
33	คุณภาพการให้บริการของบุคลากร	.427				
องค์ประกอบที่ 3			2.601	7.311	12.606	40.160
34	ปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	.612				
35	ปลอดภัยจากอาชญากรรม/ การหลอกลวง	.621				
36	ปลอดภัยจากพิบัติธรรมชาติ/ ทหารการเมือง	.504				
37	ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่	.578				
38	ความสะอาดของแหล่ง/ พื้นที่ท่องเที่ยว	.535				
39	ความไม่แออัดในพื้นที่ท่องเที่ยว	.435				
40	ปราศจากมลพิษทางอากาศ	.599				
41	การประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	.482				
42	การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว	.623				
43	การให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	.651				
44	ป้ายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน	.461				
45	คุณภาพของรถบริการสาธารณะ	.592				
46	สภาพถนนและเส้นทางคมนาคมที่ สะดวกสบาย	.665				
47	ระบบการจราจรในพื้นที่ที่ดี	.553				
48	การบริการให้ความช่วยเหลือ	.578				
49	การบริการโทรคมนาคม	.426				

รายการ	ค่าน้ำหนัก ปัจจัย	ค่า ไอเกน	ค่าไอเกนเมื่อหมุนแกนปัจจัย		
			ร้อยละ ความ แปรปรวน	ร้อยละ สะสมความ แปรปรวน	
		รวม	รวม	แปรปรวน	แปรปรวน
องค์ประกอบที่ 4		2.241	5.871	10.122	50.281
50	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่	.364			
51	ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่	.621			
52	จำนวนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่	.452			
53	ความพึงพอใจต่อการเดินทาง	.413			
54	ความคุ้มค่าเงินของการเดินทาง	.485			
55	การได้รับประสบการณ์	.540			
56	เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต	.711			
57	การเดินทางต่อไปยังพื้นที่อื่นอีก	.701			
58	การแนะนำหรือบอกต่อให้คนอื่นรู้จัก	.679			

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าไอเกนหรือค่าความผันแปรในตัวแปรเดิมที่มีค่ามากกว่า 2 มีจำนวน 4 ปัจจัยที่จะนำมาพิจารณาถึงองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญ โดยค่าน้ำหนักขององค์ประกอบที่ 1-4 มีค่าร้อยละ 13.869, 13.685, 12.606 และ 10.122 รวมทั้ง 4 ปัจจัย มีค่าร้อยละ 50.281 ซึ่งตัวแปรทุกตัวอยู่ในองค์ประกอบ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักที่มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป (Sirikanont 2014) โดยองค์ประกอบทั้ง 4 ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (รายการที่ 1-16) 2) สิ่งดึงดูดทางการกีฬา (รายการที่ 17-33) 3) การจัดการในพื้นที่ (34-49) และ 4) เงื่อนไขความต้องการ (รายการที่ 50-58) รายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1. สิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Attraction) ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวทั่วไป (Tourism Attraction) ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมหรือมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ 2) กิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activities) ที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ และ 3) โครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) ที่ครบครัน

องค์ประกอบที่ 2. สิ่งดึงดูดใจทางการกีฬา (Sport Attraction) ประกอบด้วย 1) ความน่าสนใจของการจัดรายการแข่งขันกีฬา (Sport Event) 2) ความพร้อมของสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก (Sport Facilities) และ 3) ความหลากหลายของกิจกรรมกีฬา (Sport Activities) ที่มีมาตรฐาน มีความทันสมัย และมีคุณภาพ

องค์ประกอบที่ 3 การจัดการในพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Management) ประกอบด้วย 1) ประสิทธิภาพ ในการจัดการในด้านความปลอดภัย (Safety) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจ 2) ประสิทธิภาพ ในการจัดการในพื้นที่ (Destination Management) ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย 3) ประสิทธิภาพในการ

จัดการด้านข้อมูลและข่าวสาร (Information) ที่หลากหลายและชัดเจน และ 4) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเพียงพอ

องค์ประกอบที่ 4 เงื่อนไขความต้องการ (Demand Condition) ประกอบด้วย 1) ความต้องการในท้องถิ่น (Local Demand) ที่มีความเป็นมิตรและจำนวนที่เพียงพอ 2) การรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Perception) ถึงความคุ้มค่า และ 3) ความภักดีของนักท่องเที่ยว (Loyalty/ Engagement) ที่ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ สิ่งดึงดูดทางการกีฬา การจัดการในพื้นที่และเงื่อนไขความต้องการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจในพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Attraction) ที่เป็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญซึ่งประกอบไปด้วยทรัพยากรพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปประกอบด้วย สิ่งดึงดูดที่เห็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับ Ritchie & Crouch (2000) ที่กล่าวถึงความสำคัญของสิ่งดึงดูดและทรัพยากรของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีโดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติในพื้นที่ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มและยังสอดคล้องกับ Buhalis (2000) และ Pelasol (2012) ที่กล่าวว่า ทะเลหรือภูเขาที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นทั้งสถานที่สำคัญต่าง ๆ หรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียง (Collier & Harraway, 1997) หรือเทศกาล หรือเหตุการณ์ที่สำคัญในพื้นที่ ทั้งนี้ยังต้องประกอบด้วยสภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมสำหรับการเดินทาง (Tubey & Tubey, 2014) นอกเหนือจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจในลำดับแรกแล้ว แหล่งท่องเที่ยวที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันต้องมีกิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทั้งกิจกรรมบันเทิง ตลอดจนการมีแหล่งจำหน่ายของที่ระลึกสินค้าที่หลากหลายและน่าสนใจ (Ritchie & Crouch; 2003) พร้อมบริการด้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ที่พร้อมให้บริการตามแนวคิดของ Roche, Spake & Joseph (2013) ประกอบกับส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคที่ดี การมีกิจกรรมทางกีฬาที่พร้อมรองรับและอำนวยความสะดวกเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และยังส่งผลต่อความสะดวกสบายในการเดินทางด้วยการมีที่พักอาศัยในพื้นที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลักที่จะสนับสนุนการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย ที่สอดคล้องกับการศึกษาของ Hallmann, Muller & Feiler (2012) และ Chivu (2013)

2. องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดทางการกีฬา (Sport Attraction) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังพื้นที่เป็นลำดับแรกซึ่งประกอบด้วยรายการแข่งขันกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมทางการกีฬาต่าง ๆ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา ทั้งในการร่วมเล่นและร่วมชมกีฬา ดังนั้นสำหรับการชมกีฬาจะต้องมีเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับกีฬานั้นคือ รายการแข่งขันกีฬาซึ่งสอดคล้องกับ Hudson (2003) ที่กล่าวไว้ ซึ่งรายการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นต้องมีความน่าสนใจจะขึ้นอยู่กับระดับและลักษณะของรายการแข่งขันที่ได้รับ ความนิยม (Romiti & Sarti, 2014; Ritchie et al., 2003 : 33-44) ที่ต้องมีความตื่นตาตื่นใจ มีระดับของรายการแข่งขันที่น่าสนใจ ให้แสดงออกซึ่งจิตวิญญาณหรือความมุ่งมั่นของนักกีฬาและเกมกีฬาที่มีความน่าสนใจได้ (Wu & Chang, 2014) ประกอบกับการจัดหาสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เหมาะสมสำหรับกีฬาแต่ละชนิดเพื่อรองรับผู้ใช้บริการ เช่น คุณภาพของสนามกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่สอดคล้องกับ Mokhtari & Parvaneh (2012) และ Roche, Spake & Joseph (2013) ที่ได้กล่าวไว้ รวมถึงการมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดไว้ด้วยความหลากหลายสำหรับนักท่องเที่ยว (Huang, 2011; Heidry, 2014) ที่ต้องมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมกีฬาหรือพื้นที่สำหรับกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในพื้นที่ที่สอดคล้องกับคำกล่าวของ Wu & Chang (2014)

3. การจัดการในพื้นที่ (Destination Management) เป็นการจัดการขององค์กรในพื้นที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องประกอบด้วย ความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความชัดเจนของข้อมูลข่าวสารและการอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในด้านของความปลอดภัยทั้งจากอุบัติเหตุ อาชญากรรมและภัยธรรมชาติสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ritchie & Crouch, 2003 และ Dwyer & Kim (2003) ที่กล่าวว่าจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอบอุ่นและประทับใจ และผลจากการจัดการในพื้นที่ด้านกายภาพที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาดและความไม่แออัดในพื้นที่ อันสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hankinson (2005) ที่ได้อธิบายไว้ ส่วนของความชัดเจนของข้อมูลด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะเป็นสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดความสะดวกสบายที่สอดคล้องกับ Roche, Spake & Joseph (2013) พบว่า ในการเดินทางที่มีทั้งป้ายบอกทางและป้ายข้อมูลของแหล่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในการสัญจรทั้งในพื้นที่และระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ ได้ตามแนวคิดของ Romiti & Sarti (2014) และ Sirakaya & Woodsid (2005) นั่นคือ คุณภาพของรถบริการ สภาพถนนและเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบายด้วยระบบการจราจรในพื้นที่ที่ดี

4. เงื่อนไขความต้องการ (Demand Condition) เป็นเรื่องของความพร้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวจากการรับรู้ ความเข้าใจและความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการการคัดเลือกและเพิ่มปัจจัยและเงื่อนไขด้านสถานการณ์ โดยมีความสัมพันธ์กับการศึกษาของ Dwyer & Kim (2003) ที่อธิบายว่าเป็นความพร้อมของความต้องการภายในพื้นที่ที่ประกอบด้วย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ และจำนวนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งการรับรู้ถึงภาพลักษณ์เพราะแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความเข้มแข็ง

ที่เป็นหนึ่งในเชิงบวกและฝังแน่นในใจของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนหรือที่สำคัญมากคือ ภาพลักษณ์ ตามคำกล่าวของ Ritchie & Crouch (2003) ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นผลมาจากภายนอกอัน ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการเดินทาง ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกความคุ้มค่าเงินของการเดินทาง และการได้รับประสบการณ์ในการเดินทาง ทั้งนี้ยังต้องอาศัยความภักดีในตราสินค้าของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสะท้อนโดยการเดินทางมาท่องเที่ยวและส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแนะนำหรือบอกต่อให้คนอื่นรู้จัก ในสิ่งที่ตนเองประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Sirakaya & Woodside (2005) ที่กล่าวว่า การรับรู้โดยตรงจากแหล่งข้อมูลจากภายนอกหรือประสบการณ์ที่เคยรับรู้มาจะส่งผลให้เกิดความสนใจในสิ่งที่ได้รับรู้มาด้วยตัวของนักท่องเที่ยวเองจากนั้นสิ่งที่ตามมาคือ การพิจารณาถึงความสำคัญและเป็นผลต่อกระบวนการตัดสินใจที่จะลงมือปฏิบัติหรือปฏิเสธกิจกรรมนั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1) นักวิชาการและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวและด้านการกีฬาสามารถนำแนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวกับองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประเมินและนำมาสู่การพัฒนาเพื่อให้เกิดความได้เปรียบของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถนำไปพัฒนาสู่การปฏิบัติในหลายแนวทางทั้งด้านการตลาด ด้านการจัดการ การสร้างตราสินค้าหรือในการสร้างนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องได้

1.2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในระดับประเทศ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาต่าง ๆ ในประเทศไทย หรือระดับท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารและปกครองส่วนท้องถิ่น ชมรม/ สโมสรกีฬาต่าง ๆ สามารถนำองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันไปกำหนดเป็นนโยบายการส่งเสริมและการพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถในการแข่งขันไปประยุกต์ใช้ให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันกับคู่แข่งในระดับเดียวกันได้

1.3) ผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจและต่อยอดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาระดับขีดความสามารถในภาพรวมของประเทศไทยที่ศึกษาในช่วงเวลาอันสั้นและพื้นที่ในการศึกษาจำกัด จึงอาจส่งผลต่อการศึกษาที่ไม่ครอบคลุมทั้งภาคท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งหมด และเป็นการศึกษาเฉพาะรายการแข่งขันกีฬา เพื่อความสมบูรณ์และครบถ้วนของการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอให้มีการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง 3 กลุ่ม ตามแนวคิดของประเภทนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับประเภทของการท่องเที่ยวที่ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวในการเข้าชม

รายการแข่งขันกีฬา นักท่องเที่ยวที่มีเล่นกีฬาและนักท่องเที่ยวกลุ่มเอี่ยมชมหรือชิมชั้บกับความทรงจำหรือศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับกีฬา

2.2) นำแนวคิดองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปศึกษาในพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์โดยรวมในระดับประเทศต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย ที่เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาเอื้อเพื่อข้อมูลและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

References

- Dwyer, L., and Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), 369-414.
- Eakawoot, T. (2000). *Research Methodology in Behaviours and Social*. Ubonrachatani: Rajabhat Ubonrachatani University.
- Gammon, S. and Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework, *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 8-24.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research', *Sport Management Review*, 1, 45-76.
- Hallmann, K. Muller, S. and Feilerz, S. (2014). Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations?. *Current Issues in Tourism*, 2014 17(4), 327-349,
- Hankinson, G. (2005). Destination brand images: a business tourism perspective. *Journal of Services Marketing*, 19(1), 24-32.
- Hudson, S., Ritchie, B., and Timur, S. (2004). Measuring destination competitiveness: An empirical study of Canadian ski resorts. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(1), 79-94.
- Madden, J. R. (2002). The Economic Consequences of the Sydney Olympic: The CREA/Arthur Andersen Study. *Current Issues in Tourism*. 5(1), 7-21.
- North/South Inter-Parliamentary Association. (2014). *Fifth meeting Sports Tourism*. Joint RaISe/L&RS paper – 1 of 2014
- Porter, M.E. (1999). Michael Porter on competition, *Antitrust Bulletin*, 44(4): 841-880.Pour,

- Ritchie, J.R. and Crouch, G.I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Ritchie, J.R.B. and Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: a tourism perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
- Ritchie J.B.R.; Crouch, G. and Hudson, S. (2001). *Developing operational measures for the components of a Destination competitiveness/sustainability model : Consumer versus managerial perspectives*. Unpublished.
- Roche, S.; Spake, Deborah F. and Joseph, M. (2013). A model of sporting event Tourism as economic development. *Sport, Business and Management : An International Journal*. 3(2), 2013, 147-157.
- Romiti, Anna and Sarti, Daria. (2014). *Determinants of Active Sport Tourists' Satisfaction: The Case of an International Marathon*. Proceedings of 3rd European Business Research Conference 4 - 5 September 2014, Sheraton Roma, Rome, Italy
ISBN: 978-1-922069-59-7
- Ross, Stephen D. (2001). *Developing Sport Tourism*. National Laboratory for Tourism and e Commerce. July 2001
- Sririkanont, R. (2014). *Factor Analysis*. online: <http://www.saruthipong.com/port/document/299-705/299-705-8.pdf>
- Standeven, J. and De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*, Human Kinetics, Champaign,
- Suwansoon, P. (2015). *Reformation Sport in Thailand*. Online:
<http://library2.parliament.go.th>.
- Tourism Authority of Thailand. (2012). *The Study potential and Tourist Market Size for Health, Golf, Wedding/Honey moon and Eco Tourism Group*. online:
<http://marketingdatabase.tat.or.th>
- _____. (2015). *Growing Forecast of Interest Special Group*.
Online: <http://marketingdatabase.tat.or.th>
- Tourism BC. (2011). *Advanced Sport Tourism Workshop* .Langley Workshop Report
May 6, 2011. <http://www.tca.gov.bc.ca>
- Tubey, Winnie and Tubey, Ruth Jelagat. (2014). Resources and Attractions for Sports Tourism in North Rift Region in Kenya. *Journal of Economics and Sustainable Development*
www.iiste.org ISSN 2222-1700 (Paper) ISSN 2222-2855 (Online) 5(23), 2014

Weed, M. (2008), *Olympic Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Wu, Cheng-Lung and Chang, Hsiao-Ming. (2014). Winter Marine Sport Tourism Development
Critical Success Factors – Case by Penghu Island Recreation Area in Taiwan.

The Journal of International Management Studies, 9(1), February, 2014 issue.



Panicha Jirasanyansakul, Master Degree of Hotel and Tourism
Management, Lecturer Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of
Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus.



Assistant Professor, Rugphong Vongsaroj, Ph.D., Ph.D. in International
Development, Nagoya University, Japan, Graduate School of Tourism
Management, National Institute of Development Administration.