

การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

Sports Management to Promote Tourism in Thailand

ธัญปวัฒน์ เตชภูวดลวิทิต

Thunpawat Techapuvadolvitit

หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

Doctor of public administration Faculty of Political Science, Bangkokthongburi University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: Thunpawat628@gmail.com

Received May 17, 2023; Revised December 25, 2024; Accepted December 26, 2024

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้มี 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ 20 ท่านแล้วนำมาวิเคราะห์หาข้อสรุปและการใช้สถิติเชิงพรรณนาเชิงอ้างอิง

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทุกตัวแปรสามารถรวมทำนายผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 89 นอกจากนี้ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย อาทิเช่น 1) การยกระดับคุณภาพขององค์การการกีฬาให้สูงขึ้น 2) การสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เครือข่ายกีฬาในต่างจังหวัดและ 3) ขีดความสามารถของผู้ฝึกกีฬาและผู้ตัดสินที่อยู่ในระดับสูง และ 3) แนวทางการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่สิ่งที่ต่อไปนี้เป็นคือ 1) จะต้องพยายามสร้างนักกีฬาชั้นเยี่ยมให้เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และ 2) นโยบายทางด้านกีฬาจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และแผนการศึกษาต้องระบุให้ชัดเจน อาทิเช่น 1) ช่วยให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งในเรื่องการออกกำลังกายและการกีฬาขั้นพื้นฐานและ 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มวลชนออกกำลังกายและเข้าร่วมในกิจกรรมทางด้านกีฬา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คำสำคัญ : การจัดการ; กีฬา; การส่งเสริมการท่องเที่ยว.

Abstract

This study aimed to 1) study the management of sports to promote tourism in Thailand, 2) study factors affecting sports management to promote tourism in Thailand and 3) to approach sports management to promote tourism in Thailand. This is a questionnaire based quantitative and qualitative study of 400 people in random communities and in-depth interviews with 20 people.

The result showed all variables predict the result of sports management to promote tourism in Thailand with 89% confidence intervals. Factors that affect the tourism are 1) promote sport organizations 2) strengthening sport networks and 3) high level of athlete performance and sport referee. Guidance to sports management to promote tourism including 1) promote high quality athlete and 2) sport policy is a tangible practice. Sports management planning must be denoted to encourage people doing exercise and support to participate sport activities to promote tourism in Thailand

Keywords: Management; Sport; Promotion of tourism.

บทนำ

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวการกีฬาโดยพัฒนาการกีฬาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ (Ministry of Tourism and Sports., 2017) จากรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา(Sports Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่สามารถชักจูงและดึงดูดให้คนเดินทางท่องเที่ยวทั้งด้าน กิจกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยว อันนำมาซึ่งรายได้จากการจากการท่องเที่ยวอย่างมาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงมีภารกิจหลักในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ในทุกระดับ(Department of Tourism., 2017) ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และการพัฒนาประเทศไทยในหลากหลายมิติ ด้านการท่องเที่ยว เป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลกก่อให้เกิดรายได้ในหลากหลายภาคส่วนในภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการกีฬาเพื่อช่วยผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคมและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนไทยรวมถึงการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศในระดับสากลและต่อยอดสู่ระดับอาชีพ

เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับบุคลากรกีฬา โดยจะเชื่อมโยงไปถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศด้วย ซึ่งนับว่าเป็นมิติใหม่ของการพัฒนาการกีฬาของประเทศ (Wimonthada, 2021)

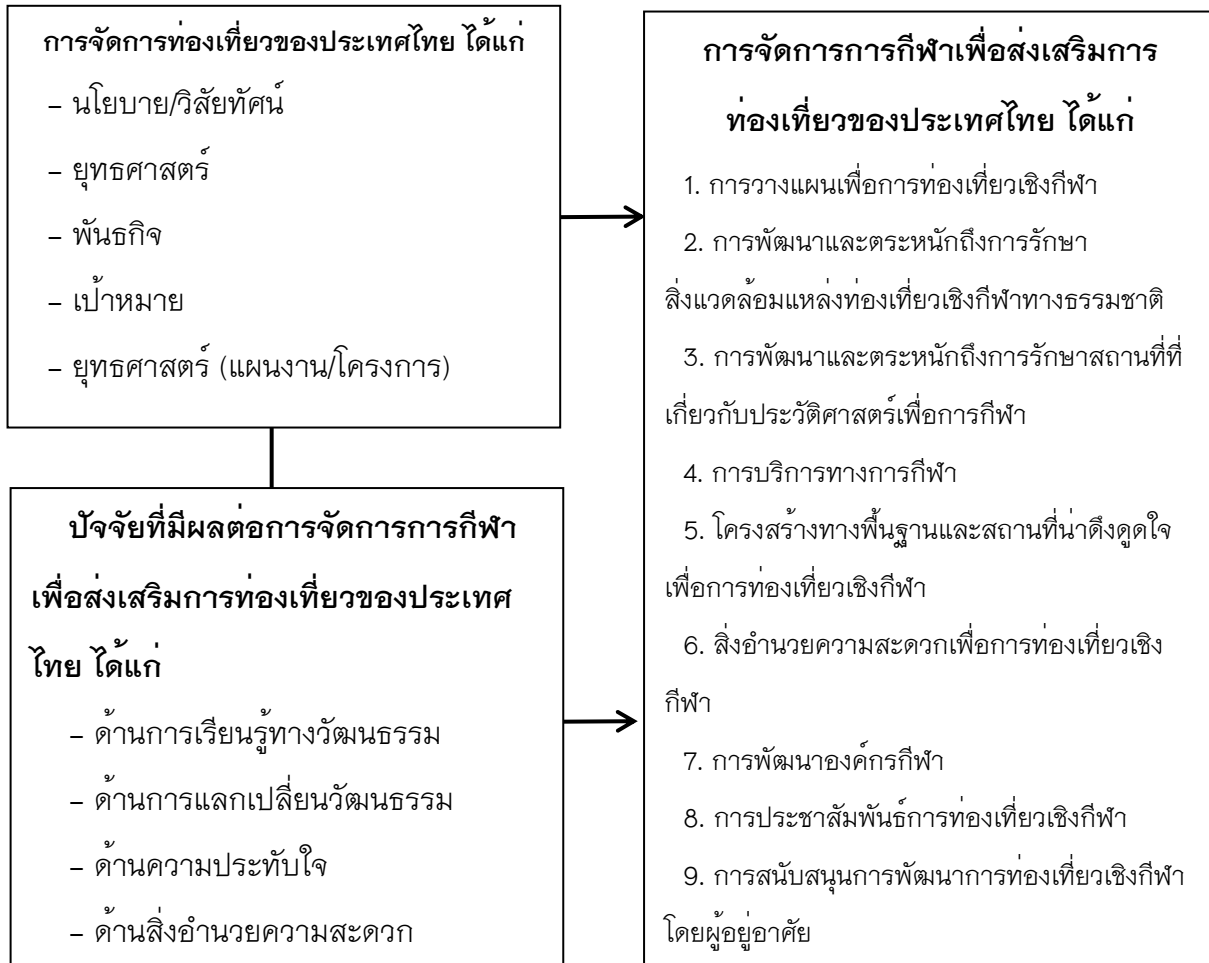
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศอย่างมาก ด้วยปัจจัยการผลิต (Input Providers) ต่างๆ เช่น เจ้าของสถานที่เล่นหรือจัดกิจกรรมกีฬาร้านขายอุปกรณ์กีฬา ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น อีกทั้ง ผู้ขนส่งปัจจัยการผลิตและสินค้าที่เกี่ยวข้องนี้ไปยังนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือไปยังผู้ให้บริการอื่นๆ (Kongthong and Namvong (2016) เพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีกต่อหนึ่งก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่นกัน ทำให้สามารถแบ่งผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ (กลุ่มที่ 1.) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (กลุ่มที่ 2.) ผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬาเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวยุคใหม่ในประเทศไทยกำลังให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก (Srinuan and Sangpikul, 2017) จากเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญมากขึ้นส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬาต่างๆ ขึ้นหลายรายการ โดยสนับสนุนให้มีการจัดการแข่งขันรายการใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยจัดมาก่อน ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากถึง 37.64-37.99 ล้านคน โดยคาดว่าจะสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวเป็นมูลค่า ประมาณ 1.97-2.01 ล้านล้านบาท (Wattanapruek et al., (2020) ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลกก่อให้เกิดรายได้ในหลากหลายภาคส่วนในภาคของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนับว่าเป็นมิติใหม่ของการพัฒนาการกีฬาของประเทศ (Aksornpim, 2017) เป็นเหตุผลในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย” เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปเป็นข้อมูลสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพ เพื่อมุ่งพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกระดับสู่ความยั่งยืนในการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นระบบได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ภาคประชาชน นักกีฬา นักท่องเที่ยว และประชาชน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งถือได้ว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มาก

อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนทำให้การวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ (Cochran, 1953) โดยได้กำหนดระดับ ความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความ คลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง (Chittangwattana, 2012)

1.2 เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัย ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตามเกณฑ์ คือ $IOC \geq .50$

1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมประมวลผลข้อมูลสำเร็จรูป ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยสถิติ F-test และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยใช้จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามลำดับ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ประชากร คือ เป็นกลุ่มที่จะเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้ปฏิบัติงาน โดยรวมมีทั้งหมด 20 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ถูกคัดเลือกตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 ใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนที่จะช่วยให้ได้ความจริงจากผู้ให้สัมภาษณ์ตามลำดับ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล นำมาวิเคราะห์ ด้ความในการศึกษาต่อไป (Cheawchindakan, 2018)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 4 ส่วน คือ 1)สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล 2)สรุปผลการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3)สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน และ4)ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ นำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพทางครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 250 คน คิดเป็น

ร้อยละ 55.00 มีอายุ 31–40 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001–30,000 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ปัจจัยด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ปัจจัยด้านความประทับใจ และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.99$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความประทับใจ ($\bar{X}=3.76$, $SD.=0.71$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.85$) ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.63$, $SD.=0.91$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.59$, $SD.=0.88$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยใช้สถิติ t-test และใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยนำเสนอได้ตามตารางที่ 1. นำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน

การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวของประเทศไทย	จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง					
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	สถานภาพ ทางครอบครัว
1. ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม	.027*	.284	.080	.018*	.012*	.127
2. ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม	.672	.178	.716	.015*	.102	.139
3. ด้านความประทับใจ	.034*	.982	.150	.010*	.008*	.145
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.031*	.161	.189	.033*	.020*	.124

* $P<0.05$

จากตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน พบว่า ภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมแตกต่างกันในเรื่องเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมแตกต่างกันในเรื่องอาชีพ ด้านความประทับใจแตกต่างกันในเรื่องเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันในเรื่องเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยนำเสนอสรุปผลตามตารางที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์อำนาจการทำนายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

(n=400)

การจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	สัมประสิทธิ์ถดถอย		R ²	R ² _{adj}	Sr ²	R ² Change
	(Coefficient)					
	B	β				
1. ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม	0.404	0.860	0.835	0.540	4.332	0.560
2. ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม	2.623	0.780	0.760	0.578	4.54	0.438
3. ด้านความประทับใจ	0.520	0.740	0.731	0.594	4.081	0.516
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.608	0.640	0.630	0.606	4.024	0.412

(R²= 0.89.8, R²_{adjusted}= 0.891, F=675.9, p< 0.001)

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยตัวแปรที่เป็นปัจจัยทำนายโดยสรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม โดยสามารถทำนายความแปรปรวนได้โมเดลที่ดีที่สุด (R²= 0.835, R²_{Adjusted}=0.540, B =0.404, 95%CI= 0.325–0.487, β =0.860, p< 0.001)

2. ด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยสามารถทำนายความแปรปรวนโมเดลที่ดีที่สุด (R²= 0.760, R²_{Adjusted}= 0.578, R²changed=0.038; B =2.623, 95%CI= 1.653–3.594, β =0.780, p< 0.001)

3. ด้านความประทับใจ โดยสามารถทำนายความแปรปรวนได้โมเดลที่ดีที่สุด (R²= 0.731, R²_{Adjusted}= 0.594, R²changed=0.016; B =0.520, 95%CI= 0.352–0.687, β =0.740, p< 0.000)

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยสามารถทำนายความแปรปรวนได้โมเดลที่ดีที่สุด (R²= 0.630, R²_{Adjusted}= 0.606, R²changed=0.012; B =3.608, 95%CI= 2.243–4.937, β =0.680, p< 0.001)

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแนวทางการจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (กลุ่มที่ 1.) หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน (กลุ่มที่ 2.) หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 5 คน (กลุ่มที่ 3.) ภาคประชาชน นักกีฬา นักท่องเที่ยว และประชาชน จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้นมีจำนวน 20 คน โดยสรุปว่า

5.1 เพื่อศึกษาการจัดการการกักไฟฟ้าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยสรุปว่าจากยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.

2560 – 2564) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวการกีฬา โดยพัฒนาการกีฬาให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง มูลค่าเพิ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้เกิดการสร้างรายได้สร้างอาชีพและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

5.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยสรุปว่า การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยการพัฒนาจนมีความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นต้น

5.3 เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยสรุปว่า การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่เติบโตนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกระดับสู่ความยั่งยืนในการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยถือได้ว่าเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดเพิ่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต นำไปสู่การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chinachot and Chantuk (2016) พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่ม มูลค่าให้แก่ทรัพยากร เช่นเดียวกับงานวิจัยของสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kaisornrat and Sucher (2017) พบว่าเป็นการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพการท่องเที่ยว พร้อมทั้งสอดคล้องกับการวิจัยของ Punroob et al. (2018) ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่าน. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ พบว่า รูปแบบการจัดการองค์กรสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมไทยในยุคเศรษฐกิจพลิกผัน มีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะองค์กร มี 5 องค์ประกอบย่อย โดยผู้เชี่ยวชาญในการสนับสนุนการเจริญเติบโตของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจพลิกผันตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรมีการเตรียมวางแผนรับมือความเสี่ยง ปรับกระบวนการทำงานใหม่ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน มีการกำหนดแนวทางการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ขับเคลื่อนองค์กร และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ตั้งทีมเฉพาะกิจเพื่อมาทำหน้าที่เป็นการเฉพาะกิจ ด้านการบริหาร จัดการทรัพยากรบุคคล จัดทำมาตรการและแนวทางในการดูแลเรื่องสุขภาพ ความปลอดภัยสวัสดิการ และการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Promkan, Phratheppariyattimedhi and Girdwichai (2018) พบว่าการจัดการท่องเที่ยว

นำไปสู่ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งผลงานวิจัยของ Wattanapruek et al. (2020) พบว่าชุมชนมีศักยภาพ และมีความต้องการในการจัดการการท่องเที่ยว อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษาผลการวิจัยของ Pongnirundorn, Buatham and Yodsuwan (2016) พบว่าส่งผลต่อการติดตามและประเมินผลการดำเนินการต่าง ๆ ในพื้นที่ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 แนวทางการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ต้องร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Saelim and Sangarwut (2021) พบว่า ส่งผลต่อนโยบายการท่องเที่ยววิถีชุมชนไปปฏิบัติให้เกิดความยั่งยืนพร้อมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Prathum (2021) พบว่าความต้องการภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องผลงานวิจัยของ Leelapalin (2018) การท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย พบว่า การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อมุ่งพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกันในทุกระดับสู่ความยั่งยืนในการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยถือได้ว่าเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต นำไปสู่การจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.1 การเสริมสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมให้ชุมชนมีการพัฒนารูปแบบสำหรับนักท่องเที่ยวในการเข้าใช้บริการที่พักที่เหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวตามลำดับ

1.2 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของน่าน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว สร้างกระแสการรับรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยวการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประมุขสิทธิ์จัดงาน และจัดงานแสดงต่าง ๆ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะมีการศึกษาถึงรูปแบบการจัดการการกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ โดยการจัดกลุ่มคำถามเพิ่มเติมที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านอื่น ๆ ในลักษณะที่แตกต่างไปจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้

References

- Aksompim, J. (2017). Strategy management of community-based tourism towards the sustainable in Nakhonratchasima. *VRU Research and Development Journal Science and Technology*, 12(3), 141–154.
- Cheawchindakan, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Journal of Liberal Arts, Faculty of Liberal Arts*, Huachiew Chalermprakiet University, 13(25), 103-118.
- Chinachot, P and Chantuk, T. (2016). Model of creative tourism management in Suan Phueng. *Veridian E-Journal*, 9(1), 250–267.
- Chittangwattana, B. (2012). *Marketing management for tourism industry*. Press and Design Company Limited.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons. Inc.
- Department of Tourism. (2017). *The National Tourist Attractions Development Strategic Plan 2017–2021* (1st edition). PW Printing.
- Kaisornrat, S. and Sucher, W. (2017). Branding process for Suphanburi river basin traditional community market as a tourist attraction. *Journal of Humanities and Social Sciences Review*, 19(2), 35–47.
- Kongthong, P. and Namvong, S. (2016). Factors affecting the success cultural tourism destination development of Nakhon Si Thammarat province. *Journal of International and Thai Tourism*, 12(2), 1–32.
- Leelapalin, C. (2018). Facility factors of homestay affecting on Thai tourists at Chiang Khan LOEI. *The Journal of Development Administration Research*, 8(2), 1–12.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). *National Sports Development Plan (No. 5) (2017–2022)*. Printing house of the BOWT.
- Pongnirundorn, S., Buatham, O. and Yodsuwan, C. (2016). Guidelines for effective development in tourism management of Wang Nam Khiao district, Nakhon Ratchasima province. *MBA-KKU Journal*, 9(1), 234 – 259.
- Prathum, S. (2021). The development of tourism logistics management in Samutprakarn province. *Journal of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, 3(2), 71–87.

- Promkan, R., Phratheppariyattimedhi, and Girdwichai, N. (2018). Factors influencing creative community-based tourism management. *Journal of humanities and social sciences Surin Rajabhat university*, 21(1), 13–28.
- Punroob, J. and et.al. (2018). Marketing development of cultural tourism in Nan province. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, 5(3), 438 – 457.
- Saelim, L. and Sangarwut, P. (2021). Factors that influence the policy implementation of tourism community lifestyle: case study tourism community lifestyle Suratthani province. *Journal of MCU Nakhondhat*, 8(3), 234–249.
- Srinuan, W. and Sangpikul, A. (2017). Factors affecting Buriram tourism image among Thai tourists. *Academic Journal of Buriram Rajabhat University*, 9(1) 175–194.
- Wattanapruerk, H. and et.al. (2020). Artisanal fishery tourism management to support Songkhla old town as a community tourist attraction. *Journal of Humanities and Social Sciences Review*, 8(1), 32–41.
- Wimonthada, K. (2021). Management of sports and tourism promotion for urban development of Buriram province. *Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology*, 6(2), 410–425.