Academic Journal of Thailand National Sports University
ปีที่ 18 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม) Vol. 18 No. 3 (September - December, 2026)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

ชนิษฐา ใจเป็ง
คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์นโยบาย รูปแบบการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะในด้านกีฬาฟุตบอล เนื่องด้วยในปัจจุบัน รัฐบาลได้มีนโยบายในการส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬา เนื่องด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักเข้าประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และกระแสการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีแนวโน้มเติบโต ประกอบกับค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายมากขึ้น นับเป็นโอกาสของประเทศไทยในการต่อยอดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้ หนึ่งในกีฬาที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ อีกทั้งได้รับความสนใจ เป็นที่รู้จักและชื่นชอบ ได้แก่ กีฬาฟุตบอล กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังใช้เป็นโอกาสประชาสัมพันธ์สถานที่จัดการแข่งขันให้ยกระดับเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ได้ด้วย

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการพัฒนาการบริหารจัดการกีฬาฟุตบอลให้เป็นมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง ควรมีการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีแผนการทำงานที่มีการประสานชัดเจนของแต่ละหน่วยงานระหว่างการท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งจะต้องมีการผลักดันสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคได้ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยวเชิงกีฬา; ฟุตบอล

Corresponding Author: นางสาวชนิษฐา ใจเป็ง คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน Email: peeup@hotmail.com

Academic Journal of Thailand National Sports University
ปีที่ 18 ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม) Vol. 18 No. 3 (September - December, 2026)

TOURISM PROMOTION IN THAILAND THROUGH FOOTBALL TOURISM

Chanistha Jaipeng
Multidisciplinary College Christian University of Thailand

Abstract

This academic article aims to analyze policy models for managing and promoting tourism in Thailand through sports tourism especially in the field of football, due to at present, the government has a policy to promote sports for tourism. It is an integration between tourism and sports, because the tourism industry is an industry that a huge role in the national economy because of it is one of the industries that generate the main income for the country and can grow continuously. Due to changes in tourist behavior and the trend of sports tourism that is likely to grow. This is an opportunity for Thailand to develop into a sports tourism destination, together with values and the trend of the new generation who turn to take care of their health and pay more attention to sports and exercise. This is one of the sports that is supported and promoted by the government, also received attention known and loved includes football. In other words, sports tourism it is interesting form tourism. Because it can attract many tourists and help create additional value for tourism. At the same time, it can also be used as an opportunity to promote the competition venue to upgrade it to a new tourist attraction

Sports tourism has a positive impact on the national economy. Therefore, the development of football management to be standardized and truly effective there should be integration with relevant agencies there is a work plan with clear coordination of each agency between tourism and sports. This must be pushed towards becoming a sports tourism destination in the region in order to ensure the sustainability of sports tourism in the future.

Keywords: Tourism promotion, Sports tourism, Football

Corresponding Author: Miss Chanistha Jaipeng Multidisciplinary College Christian University of Thailand
Email: peeup@hotmail.com

บทนำ

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่มุ่งเน้นให้เกิดการเสริมสร้างความสามารถด้านการแข่งขัน โดยการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ซึ่งการท่องเที่ยวเหล่านี้หมายรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย อีกทั้งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ก็ได้ให้ความสำคัญกับด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเห็นได้จากการกำหนดหมุดหมายที่ 2 ซึ่งไทยจะเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยมีเป้าหมายคือ การเปลี่ยนการท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพอื่น การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศและมีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจมากขึ้น และการท่องเที่ยวไทยต้องมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2021)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ทั้งนี้รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourist and Sports, 2016) สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้กลายเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวทางเลือก และนับว่ามีบทบาทสำคัญที่ได้รับความนิยมในระยะเวลาที่ผ่านมา อีกทั้งมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง การใช้จ่ายเงินของผู้ที่ชื่นชอบกีฬา นักกีฬา และผู้ติดตามสามารถสร้างรายได้ให้แก่ ภาครัฐ เอกชน และกระจายสู่ชุมชนอีกด้วย อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและต่างประเทศให้เข้าสู่การแข่งขันกีฬาและชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ (Fourie, Siebrits, & Spronk, 2011) แต่จากการที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวมักต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่และมีความเบื่อหน่ายกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเดิม ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบในการออกแบบและสร้างกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่หลากหลาย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่สามารถดำเนินการจัดการภายใต้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศได้ (Narin Limpiroj, 2011, p. 2)

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจะเป็นกลไกที่สำคัญหนึ่งที่สามารถตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศตามนโยบาย 4.0 ของรัฐบาลได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการและขับเคลื่อนประเทศโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมองค์ความรู้ เทคโนโลยีเชื่อมโยงกับการบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน (The Secretariat of the Prime Minister, 2016)

จากข้างต้นผู้เขียนจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาด้านนโยบาย รวมถึงรูปแบบการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะในด้านกีฬาฟุตบอล เนื่องจากการที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มขยายตัวมากขึ้น และมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น กอปรกับการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจะเป็นกลไกที่

สำคัญหนึ่งที่สามารถตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศตามนโยบาย 4.0 ของรัฐบาลได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องบูรณาการและขับเคลื่อนประเทศโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การคิดค้นนวัตกรรมองค์ความรู้ เทคโนโลยีเชื่อมโยงกับการบริการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์นโยบาย รูปแบบการจัดการและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะในด้านกีฬาฟุตบอล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) คือ การเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่หรือถิ่นที่ประกอบอาชีพอยู่โดยปกติเพื่อวัตถุประสงค์ใด ไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยมีการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ทั้งนี้วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางอาจจะเป็นการเข้าร่วมแข่งขันในกิจกรรมกีฬานั้นหรือเป็นผู้ติดตาม ผู้ชมก็ได้ และสามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจะเข้าร่วมการเล่นกีฬาโดยตรง ทั้งในแบบนักกีฬาสมัครเล่นหรืองานอดิเรกและนักกีฬาอาชีพในการแข่งขัน 2) การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา ซึ่งสามารถแบ่งผู้เข้าร่วมได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผู้ชม ผู้ติดตาม ผู้สื่อข่าว และนักกีฬา ซึ่งการท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬาเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่จัดมหกรรมกีฬา และ3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมด้านกีฬาในขณะที่ไม่ได้มีการแข่งขัน เช่น สนามกีฬาโอลิมปิก การเข้าชมสนามฟุตบอลของสโมสรระดับโลก เป็นต้น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2016; Getz, 1998; Hinch & Higham, 2001)

เทอร์โก ไรลีย์ และสวอร์ต (Turco, Riley & Swart, 2002, p. 3) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมกีฬาที่ได้กำหนดไว้ ทั้งการมีส่วนร่วมเพื่อการแข่งขัน ความบันเทิงเพื่อการศึกษา หรือเพื่อพักผ่อนและนันทนาการ ส่วน ไซแมน (Saayman, 2002) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรพิจารณาจากแรงจูงใจในการเดินทาง ได้แก่ การเดินทางที่มีกิจกรรมทางด้านร่างกาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงกอล์ฟ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงกิจกรรมทางด้านจิตใจ อาทิ ความชื่นชอบด้านกีฬาฟุตบอล กีฬาวิ่ง มาราธอน และกีฬาว่ายน้ำ เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นแรงดึงดูดใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยครอบคลุมทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งนักกีฬาและผู้ชม ทั้งนี้ รอสส์ (Ross, 2001) อธิบายว่าปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับความนิยมเกิดจาก 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ 1) ปัจจัยที่ส่งผลมาจากเศรษฐกิจ 2) ผลของเทคโนโลยี และ 3) การเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากค่านิยมของสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แรงที่ใช้ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนั้นการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับสากลขนาดใหญ่ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลก ถือได้ว่ามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (Keller, 2001; Ross, 2001) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง โดยมีชนิดกีฬาหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ทักษะ มีกฎกติกาวิธีการเล่น หากกล่าวถึงในมุมมองของธุรกิจท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าผู้เล่นกีฬา รวมถึงผู้ชมกีฬา คือ

นักท่องเที่ยว ส่วนชนิดกีฬาหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คือ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ดังนั้นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ชนิดกีฬา ประสบการณ์ การบริการ การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ตลอดจนทรัพยากรอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจเป็นผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การที่บุคคลใดใดหรือนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากที่อยู่อาศัย และมาร่วมกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการชมกีฬา การแข่งกีฬา หรือเล่นกิจกรรมกีฬา สอดคล้องกับ ออรัมซ์ (Orams, 2005) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การเข้าร่วมเพื่อมาชมกีฬาหรือมาร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬา โดยมีกีฬาเป็นแรงจูงใจอันดับแรกที่เป็นเหตุผลของการเดินทางมาเที่ยวหรือการที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลใดใดมาทำกิจกรรมนันทนาการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นอย่างแรก

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการขยายวงกว้างไปมาก เนื่องจากความสนใจในการรักสุขภาพการออกกำลังกายและเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาอย่างหลากหลาย ส่งผลให้เกิดการจัดมหกรรมกีฬาควบคู่ไปกับโอกาสทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานไปกับกิจกรรมนันทนาการในหลายภูมิภาค โดยดึงเอาความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของแต่ละเมืองมาเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการตลาด (Priestley, Verma, & Xiao, 1995; Eurobarometer, 2010) การเปลี่ยนแปลงความสนใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและจากกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถจัดกิจกรรมสร้างรายได้ที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยในทุกภูมิภาคให้ดีขึ้นได้อย่างเสมอภาคและเท่าเทียม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฮริช และรอซ (Hritz, & Ross, 2010) พบว่า ในปัจจุบันมีผู้ชมและผู้คลั่งไคล้กีฬา รวมถึงผู้ติดตามได้มีความสนใจในการเดินทางสู่ต่างประเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก เมื่อแฟนกีฬาได้ได้เดินทางไปเชียร์กีฬายังประเทศต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ใช้จ่ายสำหรับกีฬาเท่านั้น แต่ยังมีการใช้จ่ายในภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีก ทำให้เงินไหวเวียนเข้าสู่ธุรกิจท้องถิ่นอีกด้วย

1.1 ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประภัสสร มีน้อย (Prapatsorn Meenoi, 2017) ได้นำเสนอรูปแบบจำแนกประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยปรับปรุงจากแนวคิดของ ไมเออร์และเวเบอร์ (Maier, & Weber, 1993) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top Performance Athletes) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขัน จึงมีความต้องการเข้าถึงสนามแข่งขันได้อย่างสะดวกการมีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญ ผู้จัดการเดินทางและผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พัก และความต้องการด้านอาหารและโภชนาการ รวมทั้งการจัดเตรียมบริการทางการแพทย์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น อันจะส่งผลต่อการแสดงความสามารถและผลการแข่งขันของนักกีฬา

2. กลุ่มกีฬามวลชน (Mass Sport) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์และแข็งแรงอยู่เสมอ มีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทาง สิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มตลาดนี้คือ การเข้าถึงสถานที่พักผ่อนในวันหยุดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา

3. กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional Sports) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ ชื่อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าความมุ่งมั่นหรือความทะเยอทะยานทางด้านกีฬา เป็นการแสวงหากีฬาที่จะเกิดขึ้นในเฉพาะบางโอกาส นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องใช้ทักษะและเวลาในการฝึกซ้อมมากนัก เช่น โบว์ลิ่ง สกี และพายเรือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ดังนั้น กิจกรรมกีฬาจึงมิได้มีความสำคัญมากไปกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม และความสนใจอื่น ๆ

4. นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive Sport Tourists) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มิได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใดแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าชมมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่และมีความสำคัญตลอดจนสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาอันทรงคุณค่ารวมไปถึงนักกีฬาผู้ฝึกสอนและบุคคลสำคัญทางการกีฬา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาที่มีจำนวนมหาศาล

กล่าวได้ว่ากิจกรรมเชิงกีฬาเป็นรูปแบบหนึ่งของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพ ด้วยเหตุที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถดึงนักกีฬา ผู้ชมกีฬา และสื่อมวลชน ให้เข้ามาในพื้นที่ที่จัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นอีกหนึ่งรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่สามารถชักจูงและดึงดูดให้คนเดินทางท่องเที่ยวทั้งด้านกิจกรรมการกีฬาและการท่องเที่ยว ส่งผลดีต่อทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคมการท่องเที่ยวและการเมือง (Chalip, 2004; Hodeck, & Hovemann, 2016; Hritz, & Ross, 2010) ทั้งนี้ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มในการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น เป็นนักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาเป็นงานอดิเรก และ นักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาในการแข่งขัน โดยเป็นการท่องเที่ยวมหกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวมหกรรมกีฬาทั่วไป

1.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ในประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ด้วยกัน 5 รูปแบบพร้อมทั้งปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละรูปแบบ (Phakhanan Worapinit, & Korbkul Jantarakolica, 2020) ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ธรรมชาติ โดยเน้นการท่องเที่ยวในลักษณะการจัดกิจกรรมกีฬาโดยใช้สถานที่ที่จัดเป็นธรรมชาติโดยตรง และภูมิทัศน์เอื้อต่อการเล่นกีฬา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ธรรมชาติ คือ ภูมิประเทศและทัศนียภาพที่สวยงาม รวมทั้งระบบการจัดการและการดูแลช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น เป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติที่มีการปรุงแต่งเพื่อความสะดวก ปลอดภัย โดยไม่ต้องปรับแต่งสถานที่มาก ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น คือ ความสวยงาม ศักยภาพของพื้นที่ ภูมิอากาศและสภาพอากาศที่เหมาะสม รวมทั้งความปลอดภัย ความสะอาด และการดูแลช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเน้นการใช้สถานที่ที่สร้างขึ้นเพื่อจัดการแข่งขันกีฬาโดยเฉพาะ โดยสร้างเป็นอาคารหรือสนาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจรให้กับนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ ประเภทของกีฬา ผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน ภูมิอากาศ สิ่งอำนวยความสะดวก การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมที่รองรับUniversal for All อุปกรณ์กีฬา และการบริการของสถานที่นั้น ๆ

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเน้นจัดกิจกรรม เป็นการท่องเที่ยวกิจกรรมกีฬาที่มีลักษณะเป็นการจัดงาน มีกำหนดระยะเวลาเริ่มต้นและสิ้นสุด ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเน้นจัดกิจกรรม ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ความเชี่ยวชาญ ความสำคัญของหน่วยงานที่จัด ความสะดวกในการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกทุกด้าน ความน่าสนใจ ความยิ่งใหญ่ และศักยภาพของสถานที่ในการรองรับการแข่งขันและผู้ชม

5. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาพื้นเมือง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อร่วมเล่น ชมและเชียร์กีฬาเฉพาะท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วยังช่วยอนุรักษ์ สืบทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมอีกด้วย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพื้นเมือง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ สื่อโซเชียลมีเดีย ความพิเศษ ความโดดเด่นของกีฬาและกิจกรรม เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมพื้นเมือง ประสบการณ์แปลกใหม่ที่ได้รับ ความรู้สึกตื่นเต้นที่ได้เข้าร่วม/ชมการแข่งขัน ความท้าท้ายที่มีต่อผลการแข่งขัน และความสะดวกในการเดินทางเข้าร่วม

จากข้างต้น กล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละรูปแบบนั้นควรมีการสร้างความโดดเด่นให้กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยต้องมีความน่าสนใจ มีศักยภาพสูง และแปลกใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งการร่วมทุนกับภาคเอกชน ทั้งนี้ผู้จัดกีฬาจะต้องดึงภาคเอกชนเข้ามาร่วมทุนในการท่องเที่ยว และสนับสนุนการจัดการแข่งขันทั้งในด้านของงบประมาณ และทรัพยากรอื่น ๆ และมีการสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ให้เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต่าง ๆ เหล่านี้ ตามลำดับ (Witthaya Inpongpan, 2019) คือ 1) ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่ และความเป็นมืออาชีพของการให้บริการ 2) ด้านผู้ให้บริการ ประกอบด้วย ความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการและความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ 3) ด้านความชื่นชอบส่วนบุคคล ประกอบด้วย ความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ และการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย โปรโมชั่นและการลดราคาที่ดึงดูดใจ และมีระบบสมาชิกเพื่อได้รับสิทธิพิเศษ 5) ด้านการนำเสนอ ประกอบด้วย สถานที่อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม ความสวยงามของสถานที่ และมีความเป็นสากล 6) ด้านการกระบวนการ ประกอบด้วย มีระบบขนส่งหรือการเดินทางที่สะดวกและการมีช่องทางการติดต่อสื่อสารด้านข้อมูลที่ดี และ 7) ด้านราคา ประกอบด้วย สินค้าและบริการมีความสมเหตุสมผลของราคา และมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้างต้น เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวเชงกีฬา

2. แผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.1 แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2566-2570

แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2566-2570 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “กีฬาพัฒนาคนสังคม และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจไทย” โดยมีพันธกิจหลัก 2 ประการ คือ การกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคม และการกีฬาเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ โดยอุตสาหกรรมการกีฬามีการเจริญเติบโต มีการพัฒนาสินค้า บริการ นวัตกรรมที่เกี่ยวกับการกีฬา กิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว และรายการแข่งขันกีฬาที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้มีประเด็นการพัฒนาการและมีนโยบายในการขับเคลื่อนแผนระยะยาวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือ นโยบายที่ 4 : ผลักดันและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพ

จัดกิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว และมหกรรมการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติ ในประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Ministry of Tourism and Sports, 2023a)

2.2 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ภายในระยะเวลา 5 ปี คือ “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วน” โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตนับจากนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็ง ต่อยอดการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดรับกับภาวะความปกติถัดไป (Next Normal) เพื่อการเติบโตอย่างครอบคลุมด้วยการพัฒนาแบบองค์รวมโดยจะเป็นการพลิกโฉมการท่องเที่ยวของไทยไปอย่างสิ้นเชิง ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น และภาคประชาชน โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกลไกในการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย เพื่อให้สามารถใช้เป็นกรอบการดำเนินงานในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างแท้จริง (Ministry of Tourism and Sports, 2023b)

3. กีฬาฟุตบอล

ปัจจุบันกีฬาฟุตบอลในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและได้รับการผลักดันขึ้นเป็นกีฬาอาชีพส่งผลให้กระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลเข้าถึงทุกเพศและทุกวัย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนหลายคนที่ใฝ่ฝันอยากมีความสามารถทางด้านกีฬาฟุตบอล อยากเป็นนักกีฬาฟุตบอลทีมชาติหรือแม้กระทั่งประกอบอาชีพเป็นนักกีฬา (Teaveat Junhom, Chankit Kumpuang, & Paiyada Sungthong, 2023) กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาสากลที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายการเล่นฟุตบอลช่วยพัฒนาทักษะไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และเสริมสร้างระบบกล้ามเนื้อ การหายใจ การขับถ่าย และการไหลเวียนโลหิตให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังฝึกฝนทักษะการเคลื่อนไหว เช่น การวิ่ง หลบหลีก การส่งบอล และการเตะ พร้อมทั้งส่งเสริมการเคารพกฎกติกา ความอดทน ความสามัคคี และการทำงานเป็นทีม ผู้ที่มีทักษะดีอาจมีโอกาสเป็นตัวแทนชาติ และสร้างอาชีพในอนาคตได้

กีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทยและสามารถสร้างรายได้มหาศาล ฟุตบอลเป็นกีฬาชนิดหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นกีฬาที่มีกติกาการเล่นที่ไม่ซับซ้อน ใช้อุปกรณ์น้อย สามารถเล่นกับเพื่อนได้ จึงเป็นกีฬาที่มีความสนุกสนาน อีกทั้งในปัจจุบันการติดตามเชียร์ทีมฟุตบอลและนักฟุตบอลที่ชื่นชอบสามารถพบเห็นได้โดยทั่วไปตามสื่อต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งยืนยันได้ว่าฟุตบอลเป็นกีฬาของมหาชนอย่างแท้จริง (Techit Aphinantham, 2017) การแข่งขันฟุตบอลลีกของประเทศไทย อยู่ภายใต้ การบริหารจัดการของบริษัทไทยลีก จำกัด ที่จัดตั้งขึ้นตามคำแนะนำของสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชียและสหพันธ์ฟุตบอลระหว่างประเทศ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีชื่อเรียกหลักอย่างเป็นทางการ ประกอบด้วย Thai League ชื่อย่อ T1Thai League 2 ชื่อย่อ T2Thai League 3 ชื่อย่อ T3Thai League 4 ชื่อย่อ T4และThailand Amateur League (Narunat Krainara, & Netipol Petchsrinual, 2019) จากการที่สโมสรฟุตบอลได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก ทำให้เกิดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การแข่งขันและสินค้าของสโมสรฟุตบอลผ่านช่องทางทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของสโมสร กีฬาฟุตบอลได้ถูกแปรเปลี่ยนให้สามารถสร้างมูลค่าทางสินค้าได้รวมถึงก่อให้เกิด

วัฒนธรรมการชมฟุตบอลที่ได้รับรูปแบบวัฒนธรรมการเชียร์ การผลิตสินค้าที่ระลึกหรือการใช้นักกีฬาเป็นตัวแทนของการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสินค้าด้วย อีกทั้งก่อให้เกิดการเดินทางเข้าชมการแข่งขันในแต่ละสัปดาห์กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการแข่งขัน โรงแรม ร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ที่มีการจัดแข่งขันได้รับผลประโยชน์ไปด้วย ทำให้สามารถเรียกได้ว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีผล “ตัวคูณ (Multiplier Effect)” ที่สูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้

บทสรุป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศอย่างมาก และจากการที่อุตสาหกรรมของการกีฬามีการขยายตัวไปอย่างก้าวกระโดดก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจมากมายมหาศาล ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พักแรม ได้รับประโยชน์อย่างมาก ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่จัดแข่งขันทั่วประเทศเกิดการหมุนเวียน กอปรกับการปรับเปลี่ยนนโยบายและการบริหารงานให้มีความเป็นสากลมากขึ้น การจัดแข่งขันกีฬาหลาย ๆ ประเภทจึงถูกยกระดับให้มีมาตรฐาน ส่งผลให้เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมไทยต่อไป

เมืองกีฬา (Sport City) อีกหนึ่งโครงการสำคัญที่อยู่ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนพัฒนาประเทศที่รัฐบาลมุ่งเน้นการพัฒนาทางด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการส่งเสริมให้คนไทยในทุกจังหวัดมีสุขภาวะที่ดี และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงสามารถนำกิจกรรมการกีฬามาช่วยยกระดับเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมูลค่า และนำพามาซึ่งรายได้หมุนเวียนภายในประเทศที่มากขึ้นตามมา เศรษฐกิจของประเทศเติบโต ควบคู่ไปกับสุขภาพและคุณภาพชีวิตของคนไทยที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างยั่งยืน จากกระแสความนิยมในกีฬาฟุตบอลที่แพร่หลายในปัจจุบันทำให้การพัฒนาฟุตบอลอาชีพกระจายตัวไปในวงกว้าง อีกทั้งจากทุนสนับสนุนและการสร้างฐานแฟนบอลส่งผลให้กระแสฟุตบอลในระดับท้องถิ่นเริ่มได้รับความนิยม นับเป็นส่วนหนึ่งของกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างกระแสความนิยมรักทีมฟุตบอลในท้องถิ่น และมีการพัฒนาบอลเยาวชนมากขึ้น เห็นได้ว่าการแข่งขันกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเป็นกิจกรรมกีฬาที่ได้รับความนิยมและเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้น มีระบบการจัดแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพที่ตรงตามมาตรฐานสากล และมีการจัดตั้งทีมสโมสรฟุตบอล อีกทั้งแลกเปลี่ยนตัวนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงจากต่างชาติ ผนวกกับนักฟุตบอลที่มีชื่อเสียงภายในประเทศและลงทุนสร้างสถานที่จัดแข่งขันหรือสนามฟุตบอลตามมาตรฐานที่หน่วยงานจัดการแข่งขันได้กำหนดไว้ การแข่งขันแต่ละครั้งจึงได้รับความสนใจจากแฟนบอลและประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมาก และยังส่งผลให้เกิดกระแสนิยมการแข่งขันฟุตบอลขึ้นตามจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนรอบๆ สถานที่จัดการแข่งขัน นับเป็นโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมการแข่งขันกีฬาของนักกีฬา ผู้ฝึกสอน ทีมงานสนับสนุน หรือผู้เข้าชม ส่งผลทางตรงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เกิดการจับจ่ายใช้สอยผ่านค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ สามารถสนับสนุนเศรษฐกิจของคนในท้องถิ่น ส่งผลให้ราคาของสินค้าและบริการ รวมถึงช่วยสร้างงานสำหรับคนในท้องถิ่นได้มากขึ้นอีกด้วย ซึ่งล้วนเป็นผลดีที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากผลกระทบที่ดีทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ผลกระทบที่ดีทางด้านอื่น ๆ เช่น ด้านวัฒนธรรมและสังคม การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีส่วนช่วยส่งเสริมความหลากหลายของกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสังคมของแต่ละจุดหมายปลายทาง เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำความเข้าใจวัฒนธรรมและสังคม ส่วนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ช่วยเพิ่มปริมาณของสวนสาธารณะและ

พื้นที่นันทนาการ อีกทั้งจัดให้มีสิ่งจูงใจสำหรับการฟื้นฟูประวัติศาสตร์อาคารและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีประสิทธิภาพนั้น ควรให้ความสำคัญกับประเด็นด้านมาตรฐานและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงแหล่งข้อมูลประกอบการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ป้ายบอกทาง สถานที่จอดรถ และแหล่งข้อมูลทั้งในระบบออนไลน์ และระบบออฟไลน์ พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและคนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการบริการและจัดการท่องเที่ยว ทั้งด้านภาษา ด้านองค์ความรู้ ด้านการบริการ นอกจากนั้น ยังควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว ผู้จัดการแข่งขันและคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ๆ สอดคล้องกับการวิจัยของ ลอเคอซ์-ดินคา และคณะ (Lequeux-Dinca, et al., 2022) และปาฮ์รูดิน(Pahrudin, 2023) ที่ระบุว่า การมีส่วนร่วมของผู้สนับสนุนทุกภาคส่วน การรับรู้ทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมมีนัยสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในงานหรือมหกรรมกีฬา จะเห็นได้ว่า การจัดการแข่งขันกีฬาไม่เพียงแต่จะเกิดประโยชน์ในมิติทางการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ในทางการกีฬาเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในมิติทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคที่สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่รวมไปถึงการจ้างงาน และอุตสาหกรรมการบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย

References

Chalip, L. (2004). Beyond impact: A general model for sport event leverage. In *Interrelationships, Impacts and Issues,* 226 - 252. Edited by Ritchie, B.W. and Adair, D. Tonawanda, NY: Channel View Publications.

Eurobarometer. (2010). *Sport and physical activity*. Retrieved from http://www.mhfi.org/sportandphysical.pdf

Fourie, J., Siebrits, K. and Spronk, K. (2011). *Tourist displacement in two South African sport mega-events.* Development Southern Africa. New Jersey: John Wiley and Sons.

Getz, D. (1998). Trends, Strategies and issues in sport -events tourism. *Sport marketing quarterly, 7*(2), 8 –13.

Hinch, T. & Higham, J. (2001). Sport tourism: A framework of research. *International Journal of Tourism Research*, *3*(1), 45–53.

Hodeck, A., & Hovemann, G. (2016). Motivation of active sport tourists in a German highland destination – a cross-seasonal comparison. *Journal of Sport and Tourism*, *20*, (3–4), 335–348.

Hritz, N., & Ross, C. (2010). The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *Journal of Sport Management, 24*(2), 119-138.

Keller, K. L. (2001). Mastering the marketing communications mix: Micro and macro perspectives on integrated marketing communication programs. *Journal of Marketing Management*, *17*(7), 819-848.

Lequeux-Dinca, A. L., Sava, A. A., Teodorescu, C., Gheorghilas, A., and Mioara, C. (2022). *Sport Event Tourism in Bucharest. UEFA EURO* 2020 *Case Study*. Sustainability.

Narin Limpiroj. (2011). *Implication for sport tourism development of Nakhon Ratchasima, Thailand* (Master's thesis), Khon Kaen University.

Narunat Krainara and Netipol Petchsrinual. (2019). *Viewing Behavior and Factors Affecting Football fans' decision to attend the Thailand Premier League (T1) football match Bangkok United Club.* Bangkok: Rangsit University.

Maier and Weber. (1993). Sport tourism in local and regional planning. *Tourism Recreation Research, 18*(2), 33-43.

Ministry of Tourism and Sports. (2023a). *National Sports Development Plan No. 7 (2023 - 2027).* Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.

Ministry of Tourism and Sports. (2023b). *National Tourism Development Plan No. 3 (2023 - 2027).* Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.

Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *Draft Economic and Social Development Plan Thirteenth National Edition 2023-2027.* Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Council.

Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourist and Sports. (2016). *Sport Tourism.* Tourism Economic Review No. 6. Retrieved from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265

Orams, M. (2005). *Chapter 18 - Sport tourism and natural resource impacts*. In J. Higham (Ed.), Sport Tourism Destinations (pp. 248-259). Oxford: Butterworth Heinemann.

Pahrudin P. L., L., L.W., Fahlevi, A., & Kholid, I. (2023). Large-Sport Event and its Influence in Tourism Destination Image in Indonesia. *Tourism and Hospitality Management,* 29(3), 335-348.

Pattarawadee Saorong. (2020). *Sport tourism in eastern economic corridor* (Doctoral dissertation), Kasetsart University.

Phakhanan Worapinit, & Korbkul Jantarakolica. (2020). The Guideline of Sports Tourism Model In Thailand. *Southeast Bangkok Journal, 6(2),* 32-44.

Prapatsorn Meenoi. (2017). *Model, strategy, sports tourism management, Thailand 4.0* (Doctoral dissertation), Silpakorn University.

Priestley, M.J.N., Verma, R., & Xiao, Y. (1995). Seismic Shear Strength of Reinforce Concrete Columns. *Journal of Structural Engineering, ASCE, 120*(8), 2310-2329.

Ross, S.D. (2001). *Developing sports tourism*. National Laboratory for Tourism and Ecommerce, University of Illinois.

Saayman, M. (2002). *Hospitality leisure and tourism management*. Potchefstroom: Leisure Consultants and publications.

Teaveat Junhom, Chankit Kumpuang, & Paiyada Sungthong. (2023). Development of possession package in soccer. *Valaya Alongkorn Review. 13(3),* 54-67.

Techit Aphinantham. (2017). *Factors affecting satisfaction in cheering Buriram United Football Club of Thai football fans.* Thammasat University.

The Secretariat of the Prime Minister. (2016). Startup Thailand 4.0. *Thai Khu Fa Journal*, *33*(1), 22-26.

Turco, D. M., Riley. R., Swart, K. R. (2002). *Sport tourism.* Morgantown: Fitness information Technology.

Witthaya Inpongpan. (2019). Factor Affecting Sport Tourism Strategy of Thailand. *Burapha Journal of Business Management, 8*(1), 43-61.

Received: May, 6, 2025

Revised: June, 25, 2025

Accepted: July, 1, 2025