

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา :

การศึกษาเชิงประจักษ์ในจังหวัดบุรีรัมย์

Analyzing of Sports Tourist Behavior:

Empirical Study in Buriram Province

ทิตติตา บุญจิยม^{1*} อรอนงค์ พัวรัตนอรุณกร²

Ditthita Boonjiam Ornanong Puarattanaarunkorn

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และศึกษารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ ประชากร และกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมโมโตจีพี 2019 (Moto GP 2019) งานวิจัยนี้ต่างจากงานวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านมา โดยมีการค้นหารูปแบบและเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) เพื่อแสดงให้เห็นถึงโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า สถานที่ที่เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว คือ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต (Chang International Circuit) และนักท่องเที่ยวจะมีการเดินทางไปยัง สนามฟุตบอลช้างอารีนา (Chang Arena) วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง ห้างสรรพสินค้าทองถิ่น และวัดป่าเขาน้อย ตามลำดับ ซึ่งผลการค้นพบเชิงประจักษ์นี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับภาครัฐและเอกชน เพื่อวางแผนเชิงนโยบายในด้านอุปทานการท่องเที่ยวหรือยุทธศาสตร์จังหวัด ในการจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบการเดินทางขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม โมโตจีพี 2019 จังหวัดบุรีรัมย์

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*Corresponding Author e-mail: kuang_popo@hotmail.com

Abstract

The purposes of this study were to find out sport tourism tourists' behaviors and travel itinerary in Buriram. The sample includes the sport tourism tourists who visit Moto GP 2019 in Buriram, Thailand.

This research is different from previous research on sports tourism behavior. By collecting and searching for travel patterns and travel routes of sports tourists to various tourist destinations, Social Network Analysis was applied to demonstrate the network of tourism travel results. The outcomes of this study revealed that the main attraction of the tourism was Chang International Circuit. And, the tourists would also have a trip to Chang Arena, Khao Kradong National Forest Park, local mall and Wat Pa Khao Noi, respectively. The results from this empirical finding can be used as basic information for both public and private sectors in terms of planning policies and strategies by managing travel routes; travel program; develop transportation; facilities in various tourist attractions, to satisfy the needs of tourists and to enhance the potential and development of Buriram Province as a sports tourism city.

Keywords: Sport Tourist Tourist Behavior Social Network Analysis Moto GP 2019 Buriram Thailand

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน แนวโน้มของการท่องเที่ยวในสมัยใหม่ เน้นการเชื่อมโยงกันของการท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) การกีฬา (Sport) และความบันเทิง (Entertainment) เข้าด้วยกัน ทำให้เห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความต้องการที่หลากหลาย นอกเหนือจากการเล่นกีฬา ซึ่งการได้สัมผัสธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ จะทำให้สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น การนำเอาจุดเด่นทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผนวกเข้ากับการจัดกิจกรรมทางกีฬา จึงเป็นรูปแบบที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั่วไป และสามารถสร้างความทรงจำ ประสบการณ์ใหม่ ๆ กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี (Ministry of Tourism and Sports, 2017)

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เด่นชัดและสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่ประจักษ์ต่อทั่วโลก ซึ่งปรากฏข้อมูลทางสถิติการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว นับตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2558 ไว้จำนวน 1.4 ล้านคน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.16 ต่อปีโดยประมาณ และสร้างเม็ดเงินสะพัดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประมาณ 2 พันล้านบาทต่อปี โดยในปี 2561 พบว่าช่วง สามวันของการจัดการแข่งขันรถจักรยานยนต์โมโตจีพี มีผู้เข้าร่วมงาน ประมาณ 205,000 คน เป็นชาวไทยประมาณ 153,750 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 75 ของ ผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด สามารถสร้างรายได้รวมประมาณ 3,100 ล้านบาท ทำให้จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้ 2,470 ล้านบาท และจังหวัดใกล้เคียง เช่น สุรินทร์ นครราชสีมา รวมจำนวน 630 ล้านบาท (Post Today, 2018) นอกจากนั้นจังหวัดบุรีรัมย์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เมืองปราสาทหิน ภูเขาไฟ ฟ้าไหม ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้น

จากการเติบโตของจังหวัดขนาดเล็อย่างก้าวกระโดดนี้เอง ส่งผลให้โครงสร้างพื้นฐาน และระบบการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) จากการประเมินศักยภาพของจังหวัดบุรีรัมย์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) พบว่า จังหวัดบุรีรัมย์ ยังคงขาด การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแก่นักท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นแก่ การเป็นเมืองท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งยังคงเป็นปัญหาหลักต่อการพัฒนา ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ (Buriram Province Office, 2018)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงลักษณะของพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และรูปแบบเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เชิงกีฬาไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือเข้าชมการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 (Moto GP) ที่สนามฟุตบอลช้างอารีนา (Chang Arena) และสนามแข่งรถช้างอินเตอร์ เนชั่นแนลเซอร์กิต (Chang International Circuit) ว่านอกเหนือจากการเข้าร่วมและเข้าชม การแข่งขันกีฬาแล้วนักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใดบ้าง เป็นลำดับโครงข่าย อย่างไร แม้ว่าโดยข้อสมมติฐานเบื้องต้น ผลการศึกษาที่ได้นั้น สนามฟุตบอลช้างอารีนา (Chang Arena) และสนามแข่งรถช้างอินเตอร์ เนชั่นแนลเซอร์กิต (Chang International Circuit) อาจจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาร่วมงานแข่งขันโมโตจีพี 2019 แต่ผู้วิจัยก็ต้องการทราบเพิ่มเติมว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะมีการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใดต่อไปบ้าง โดยงานวิจัยนี้ได้นำเอาวิธีการวิเคราะห์ เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการเดินทาง

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อแสดงให้เห็นถึงโครงข่ายการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาที่มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์เพียงอย่างเดียว (Chiengkul & Choibamroong, 2017) ซึ่งการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมเป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ในหลากหลายระดับ มีรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากร ซึ่งกันและกัน มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านกระบวนการและกิจกรรมทางสังคม (Cook & Rice, 2003) นั้นได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเพื่อแสดงให้เห็นถึงโครงข่ายการเดินทาง ท่องเที่ยว ดังตัวอย่างงานวิจัยของ Worakham & Wongkhae (2017) ได้นำเอาวิธีการวิเคราะห์ เครือข่ายทางสังคมมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาการท่องเที่ยวชายหาดและการเป็นศูนย์กลาง เครือข่ายทางการท่องเที่ยว และ Unkaw (2016) ได้วิเคราะห์เครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางในประเทศไทย เป็นต้น

ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น สำหรับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในการวางแผนนโยบาย ในการจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยง สถานที่ท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบการเดินทางขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อการพัฒนาจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพในการ เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทาง มาท่องเที่ยวหรือเข้าชมการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 ที่สนามฟุตบอลช้างอารีนา และ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเดินทางมาจากต่างอำเภอ และต่างจังหวัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงการจัดการแข่งขันในเดือน ตุลาคม 2562

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยจึงได้แบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 ประเด็น คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมในด้านการ ท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา: จากการวิจัยของ Soonsan, Saelee & Wiriyaosol (2016) พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่มีจำนวนการพักผ่อน 2-3 วัน การเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว และเดินทางกับบุคคลจำนวนน้อยกว่า 5 คน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกอยู่ในระหว่าง 501-1,000 บาท และรับทราบข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมจากอินเทอร์เน็ต ส่วนงานวิจัยของ Chiengkul & Choibamroong (2017) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 24 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,000 บาทต่อเดือน ในด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับรู้ข่าวสาร วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬา โดยมีผู้ร่วมเดินทางรวมผู้ตอบแล้วจำนวน 2 คน ส่วนใหญ่ใช้รถส่วนบุคคล มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 10,000 บาท และมีความถี่ในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 2 ครั้งต่อปี

การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมกับการท่องเที่ยว: Cook & Rice (2003) ได้ให้ความหมายของเครือข่ายทางสังคม (Social Network) หมายถึง ความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ในหลากหลายระดับ มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรซึ่งกันและกัน มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านกระบวนการและกิจกรรมทางสังคม ได้มีการนำแนวคิดเครือข่ายทางสังคมมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อทำการศึกษถึงเครือข่ายของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น Worakham & Wongkhae (2017) ได้นำเอาวิธีการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา การท่องเที่ยวชายหาดและการเป็นศูนย์กลางเครือข่ายทางการท่องเที่ยว โดยสนใจศึกษาว่าจำนวนชายหาดที่ติดอันดับโลกนั้นส่งผลต่อความเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวได้อย่างไร จากการศึกษาพบว่า ประเทศที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อินเดีย และกัมพูชา ในขณะที่ Unkaw (2016) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางในประเทศไทย พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดนครสวรรค์ มีอิทธิพลกับจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงมากที่สุด เนื่องจากมีเส้นทางที่เชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ Chung, Chung & Nam (2017) ใช้ข้อมูลพฤติกรรมจากสื่อสังคมออนไลน์มาแปลงให้อยู่ในรูปแบบทริกซ์เพื่อวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมและวิเคราะห์ความเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวเกาหลีแบบสະພາຍເປັນຍຸໂຣປ ຜົນການສຶກສາພົບວ່າ นักท่องเที่ยวเกาหลีในยุโรปมีการเดินทางเข้ายุโรปผ่านทางลอนดอนและปารีส โดยเมืองหลักของการท่องเที่ยวคือ เวเนเซียและฟิเรนเซ ซึ่งข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการตลาดการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือเข้าชมการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 ที่สนามฟุตบอลช้างอารีนา และสนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเดินทางมาจากต่างอำเภอและต่างจังหวัด จำนวน 323 ตัวอย่าง จากการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ด้วยวิธี W.G. Cochran (Vanichbuncha, 2006) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.30 (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 30% หรือ 0.30)

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ (Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05))

d แทน สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.3)(1-0.30)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 323 \text{ คน} \end{aligned}$$

ใช้ขนาดตัวอย่าง 323 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป UCI net

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือเข้าชมการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 ที่สนามฟุตบอลช้างอารีนา และสนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต และคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวตลอดทริป ของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จากนั้นนำข้อมูลรูปแบบการเดินทาง มาแปลงเป็นข้อมูลในรูปแบบเมทริกซ์เพื่อใช้วิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมด้วยโปรแกรม UCI net ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างบางส่วนของเมทริกซ์ (Matrix) ที่ใช้ในการคำนวณในโปรแกรม UCI net

ID	สถานที่ท่องเที่ยว				
	สนามแข่งรถ ช้างฯ	สนามฟุตบอลฯ	วนอุทยานฯ เขากระโดง	ห้างสรรพสินค้า ทองถิ่น	วัดป่าเขาน้อย
ID1	1	0	1	0	0
ID2	1	1	0	0	0
ID3	1	1	1	0	0
ID4	1	1	0	0	0
:	:	:	:	:	:
ID323	0	0	0	0	0

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Average) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยวิธีวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) โดยจะหาลักษณะของความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) เพื่อค้นหาคู่สนักรวมกิจกรรมใดมีความสำคัญในเครือข่าย โดยคู่สนักรวมกิจกรรมที่ว่าจะสำคัญนี้จะวางตัวอยู่ในตำแหน่งอย่างมีนัยยะเชิงยุทธศาสตร์ของเครือข่าย ซึ่งการวัดค่าความเป็นศูนย์กลางมีสามประเภท Worakham & Wongkhae (2017) ดังนี้

2.1 *Degree centrality* (D_C) คือ การวัดความเป็นศูนย์กลางรวมกิจกรรมโดยส่วนใหญ่ที่มีความเชื่อมโยงกับคู่สนักรวมกิจกรรมอื่นๆ สามารถวัดได้จากจำนวนรวมของทิศทางของเส้นเชื่อมโยงที่เข้ามาสู่คู่สนักรวมกิจกรรมนั้นๆ จากคู่สนักรวมกิจกรรมอื่นทั้งหมดในเครือข่าย

ถ้าค่าความเป็นศูนย์กลาง (D_c) ที่ได้มีค่าสูงแสดงว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่นั้นเป็นศูนย์รวมกิจกรรมที่มีระดับของกิจกรรมในเครือข่ายมาก โดยมีสมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$D_c = \sum_{j=1}^n w_{ij} \quad (1)$$

โดย i คือ สถานที่ท่องเที่ยวหลักหรือจุดหมายปลายทางหลักที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางไป, j คือ สถานที่ท่องเที่ยวรองที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางต่อจากสถานที่เป้าหมายหรือสถานที่ท่องเที่ยวหลัก, $w_{ij} = 1$ หมายถึง มีการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว i และสถานที่ท่องเที่ยว j ถ้าไม่มีการเชื่อมโยงจะมีค่าเท่ากับ 0

2.1 *Closeness centrality* ($C_c(n_j)$) คือ การวัดความใกล้ชิดหรือความไวของศูนย์รวมกิจกรรมหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงไปยังศูนย์รวมกิจกรรมอื่น ๆ ที่อยู่ในเครือข่ายได้ โดยจะวัดจากระยะทางที่สั้นที่สุดที่ศูนย์รวมกิจกรรมนั้นมีความเชื่อมโยงต่อศูนย์รวมกิจกรรมอื่น ๆ ในเครือข่าย ค่าความใกล้ชิดสูงย่อมแสดงถึงความสามารถในการเชื่อมโยงกับศูนย์รวมกิจกรรมอื่นเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีสมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$C_c(n_j) = \sum_{j=1}^g d(n_i n_j) \quad (2)$$

เมื่อ $d(n_i n_j)$ คือ จำนวนเส้นเชื่อมโยงที่สั้นที่สุดจากสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง i ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง j โดยผ่านสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเครือข่ายด้วยระยะทางที่สั้นที่สุด

2.3 *Betweenness centrality* (B_c) คือ การวัดศูนย์รวมกิจกรรมที่อยู่ระหว่างกลางของการเชื่อมโยงของศูนย์กิจกรรมอื่น ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการควบคุมการมีปฏิสัมพันธ์ของศูนย์กิจกรรมอื่นๆ ที่มาเชื่อมโยงผ่านตัวเองได้ เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่อยู่ระหว่างกลาง โดยแสดงสมการทางคณิตศาสตร์ดังนี้

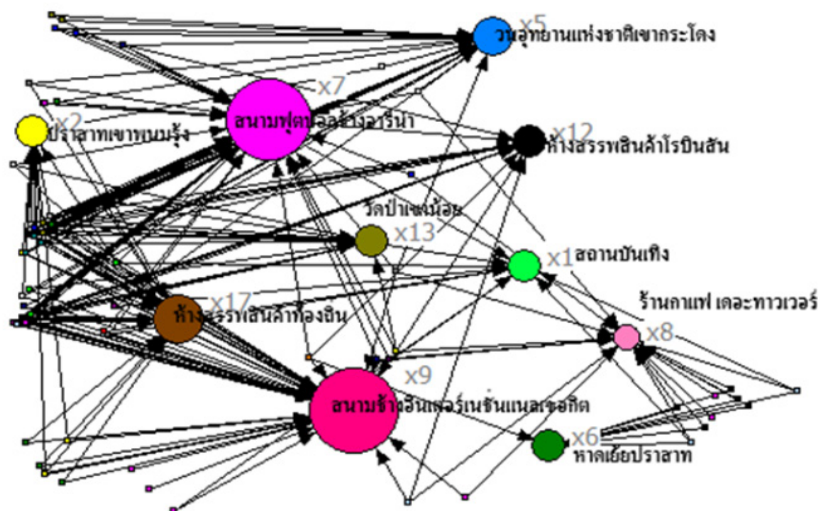
$$B_c = \sum_{j,k} \frac{g_{jik}}{g_{jk}} \quad (3)$$

เมื่อ g_{jik} คือ จำนวนเส้นทางที่สั้นที่สุดจากสถานที่ท่องเที่ยว j ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว k โดยที่ต้องผ่านสถานที่ท่องเที่ยว i , g_{jk} คือ จำนวนเส้นทางที่สั้นที่สุดจากสถานที่ท่องเที่ยว j ไปยังสถานที่ท่องเที่ยว k และ $j, k \neq i$

ผลการวิจัย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา: ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20 – 39 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมงานโมโตจีพี 2019 (ร้อยละ 65.4) รองลงมาคือเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 12.4) และเพื่อท่องเที่ยวกิจกรรมกีฬาอื่น ๆ (ร้อยละ 11.5) ตามลำดับ โดยเดินทางมาจากต่างจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.4) เดินทางมาร่วมงานโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 88.5) โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางด้วยจำนวน 2 คน (ร้อยละ 29.9) โดยมีความถี่ของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 5 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 33.8) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักค้าง 1 - 2 วัน (ร้อยละ 48.0) รองลงมาคือเดินทางไปกลับ (ร้อยละ 45.2) มีค่าใช้จ่ายระหว่างพำนักอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 63.7)

ผลการศึกษารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์: จากผลการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ในภาพที่ 1 และในตารางที่ 2 พบว่า เมื่อพิจารณาจาก Degree of Centrality ในคอลัมน์ที่ (1) สนามช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต มีค่า Degree of Centrality มากที่สุด คือ 0.929 รองลงมาคือสนามฟุตบอลช้างอารีนา มีค่าเท่ากับ 0.913 วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดงมีเท่ากับ 0.307 ห้างสรรพสินค้าทองถิ่นมีค่าเท่ากับ 0.207 และวัดป่าเขาน้อยมีค่าเท่ากับ 0.127 ตามลำดับ แสดงว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีเป้าหมายในการเดินทางไปท่องเที่ยวและให้ความสำคัญต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านี้ตามลำดับค่า Degree of Centrality ที่กล่าวมา



ภาพที่ 1 เครือข่ายการเชื่อมโยงของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
จากค่า Degree of Centrality
(หมายเหตุ: จุดขนาดเล็กในภาพ คือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีค่า Degree of Centrality เพียงเล็กน้อย)

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โครงข่ายทางสังคมของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยว	(1) Degree of centrality	(2) Closeness	(3) Betweenness
สนามแข่งรถช้างอินเตอร์ฯ	0.929	0.881	0.475
สนามฟุตบอลช้างอารีนา	0.913	0.859	0.445
วนอุทยานแห่งชาติเขาคะโดง	0.307	0.431	0.042
ห้างสรรพสินค้าทองถิ่น	0.207	0.392	0.016
วัดป่าเขาน้อย	0.127	0.375	0.005
ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน	0.099	0.369	0.004
ปราสาทเขาพนมรุ้ง	0.074	0.356	0.003
สถานบันเทิง	0.059	0.358	0.010
ร้านกาแฟเดอะ ทาวเวอร์	0.053	0.356	0.041
หาดเย็บปราสาท	0.025	0.348	0.005

ที่มา: จากการคำนวณโดยโปรแกรม UCI net

ต่อมาพิจารณาค่า Closeness Centrality ในคอลัมน์ที่ (2) เป็นการวัดความใกล้ชิดของสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในเครือข่าย โดยค่าของเส้นทางที่มีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในเครือข่ายมากที่สุด พบว่าอันดับแรกคือ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต มีค่าเท่ากับ 0.881 รองลงมาคือ สนามฟุตบอลช้างอารีนา มีค่าเท่ากับ 0.859 วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดงมีค่าเท่ากับ 0.431 ห้างสรรพสินค้าทองถิ่นมีค่าเท่ากับ 0.392 และวัดป่าเขาน้อยมีค่าเท่ากับ 0.375 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิตและสนามฟุตบอลช้างอารีนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นมากที่สุด และนักท่องเที่ยวมีการเดินทางจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งตามลำดับ เช่น จากสนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต ไปยังสนามฟุตบอลช้างอารีนา ไปยังวนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง และไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาค่า Betweenness Centrality ในคอลัมน์ที่ (3) เป็นการวัดศูนย์รวมกิจกรรมที่อยู่ระหว่างกลางของการเชื่อมโยง ค่าการวัดที่สูงที่สุดจะมีความสำคัญมากในการเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พบว่าอันดับแรกคือ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต มีค่าเท่ากับ 0.475 รองลงมาคือ สนามฟุตบอลช้างอารีนา มีค่าเท่ากับ 0.445 วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดงเท่ากับ 0.042 ห้างสรรพสินค้าทองถิ่นเท่ากับ 0.016 และวัดป่าเขาน้อยมีค่าเท่ากับ 0.005 ตามลำดับ

จากผลการศึกษาเครือข่ายทางสังคม แสดงให้เห็นรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางจากสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่เป็นเป้าหมาย คือ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต เนื่องจากเป็นสถานที่หลักในการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 ไปยัง สนามฟุตบอลช้างอารีนา วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง ห้างสรรพสินค้าทองถิ่น และวัดป่าเขาน้อย ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปยังสถานที่อื่นอีก เช่น ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ปราสาทเขาพนมรุ้ง สถานบันเทิง ร้านกาแฟเดอะ ทาวเวอร์ และหาดเย็บปราสาท ตามลำดับค่าความเป็นศูนย์กลาง

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่ได้ทำให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่เดินทางมายังจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมงานโมโตจีพี 2019 (Post Today, 2018) รองลงมาคือเพื่อพักผ่อน โดยเดินทางมาจากต่างจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ เดินทางมาร่วมงานโดยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง

ด้วยจำนวน 2 คน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักค้าง 1 - 2 วัน ซึ่งจะเห็นวาระเวลาพักเป็นไปตามจำนวนวันจัดงานโมโตจีพี 2019 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chiengkul & Choibamroong (2017) โดยมีจำนวนครั้งของการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ 5 ครั้งขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายระหว่างพำนักระหว่าง 500 - 1,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Soonsan, Saelee & Wiriyaconsol (2012) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 501 - 1,000 บาท

จากผลการศึกษา รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ แสดงให้เห็นถึงโครงข่ายการเชื่อมโยงของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมติฐานเบื้องต้นว่าศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ สนามแข่งรถช้างอินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต เนื่องจากเป็นสถานที่หลักในการจัดการแข่งขันโมโตจีพี 2019 และนักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยัง สนามฟุตบอลช้างอารีนา สวนอุทยานแห่งชาติเขาค้อ ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่น และวัดป่าเขาน้อย ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปยังสถานที่อื่นอีก เช่น ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ปราสาทเขาพนมรุ้ง สถานบันเทิง ร้านกาแฟเดอะ ทาวเวอร์ และหาดเขยิปราสาท ตามลำดับ ค่าความเป็นศูนย์กลาง ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้ ทำให้สามารถเห็นถึงโครงข่ายเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวหลัก ๆ และแหล่งท่องเที่ยวรองจากการเดินทางเข้าร่วมงานโมโตจีพี 2019 ในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผลการศึกษาที่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมาที่ได้มีการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) กับการท่องเที่ยว แล้วพบว่ามีความเชื่อมโยงของเครือข่ายการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงกันระหว่างจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว Worakham & Wongkhae (2017); Chung, Chung & Nam, (2017) ระหว่างจังหวัดหรือเมือง การเชื่อมโยงกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในจังหวัดหรือภายในพื้นที่ท้องถิ่นนั้น ตัวอย่างเช่น Unkaw (2016) ศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคกลางในประเทศไทย แล้วพบว่ามีการเชื่อมโยงกันของจังหวัดต่าง ๆ โดยพบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดนครสวรรค์ มีอิทธิพลกับจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงมากที่สุดเนื่องจากมีเส้นทางที่เชื่อมโยงไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้หลายจังหวัด เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ Baggio (2008) พบว่า จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย รวมไปถึงผลการศึกษาของ Leung et al. (2011) พบว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามทะเลมาเพื่อเข้าชมและร่วมงานการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกนั้น มีจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวคือ กรุงปักกิ่ง และพบการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว

อยู่โดยรอบสถานที่จัดงาน ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นในการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะ การเชื่อมโยงโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ Pimklart & Loatong (2018) และใช้วางแผนนโยบายการลงทุนด้านการท่องเที่ยว เช่น การสร้างเส้นทางเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว การจัดระบบการขนส่งสาธารณะ การสร้างจุดแวะพักรถจักรยาน เป็นต้น ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการสร้างนโยบายการคมนาคมหรือการลงทุนด้านการคมนาคม ควรจัดส่งเสริมให้มีรถโดยสารประจำทางเพิ่มขึ้นในจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยว คือ สนามช้างอินเตอร์เนชันแนล กระจายต่อไปยังสนามฟุตบอลช้างอารีนา วนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง ห้างสรรพสินค้าทองถิ่น วัดป่าเขาน้อย ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน ปราสาทเขาพนมรุ้ง สถานบันเทิง ร้านกาแฟเดอะ ทาวเวอร์ และหาดเหยียปราสาท ตามผลการศึกษา รวมถึงจุดท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ตามผลการศึกษา เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางให้ดียิ่งขึ้น

1.2 จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความเชื่อมโยงของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กีฬา และนันทนาการ เช่น จากสนามช้างอินเตอร์เนชันแนล และสนามฟุตบอลช้างอารีนา ไปยังวนอุทยานแห่งชาติเขากระโดง ปราสาทเขาพนมรุ้ง และอื่นๆ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มกิจกรรมทางกีฬาที่มีรูปแบบการจัดงานต่างจากงานโมโตจีพี โดยทำการศึกษาสภาพปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อีกทั้งการพัฒนาเครื่องมือในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

References

Baggio, R. (2008). *Network analysis of a tourism destination*. Queensland: The University of Queensland.

- Buriram Province Office. (2018). *Buriram province information*. Buriram: Strategy and Information for Development Department, Buriram Province Office. (In Thai)
- Chiengkul, W. & Choibamroong, T. (2017). Tourism behaviors of sport tourists in Buriram. *Humanities and Social Sciences Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 8(1), 90-109. (In Thai)
- Chung, H.C., Chung, N. & Nam, Y. (2017). A social network analysis of tourist movement patterns in Blogs: Korean backpackers in Europe. *Sustainability*, 9(12), 2251.
- Cook, K.S. & Rice, E. (2003). Social exchange theory. In J. Delamater (Ed.) *Handbook of Social Psychology*. (pp.53-55). New York: Kluwer Academic/Plenum Publishers.
- Leung, X.Y. et al. (2011), A social network analysis of overseas tourist movement patterns in Beijing: The impact of the Olympic games. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 469-484.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). *Annual report*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports. (In Thai)
- Pimklat, N. & Loatong, P. (2018). *Potential of cultural, sports and recreation tourism's products and services that can attract relate to tourism in Buriram, Surin and Sisaket Province*. Buriram: Buriram Rajabhat University. (In Thai)
- Post Today. (2561). *Moto GP Money spreading more than three thousand one hundred million baht*. Retrieved October 9, 2019, from <https://www.posttoday.com/economy/news/566861> (In Thai)
- Soonsan, N., Saelee, W. & Wiriyaosol, U. (2012). Behaviors and psychological factors that affect sport tourism: fans and tourists. *Journal of Management Science Chiang Rai Rajabhat University*, 7(2), 35-49. (In Thai)

- Unkaw, P. (2016). *Network of tourism of the Central Provinces in Thailand*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. (In Thai)
- Vanichbuncha, K. (2006). *Statistics for research*. 2nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)
- Worakham, J. & Wongkhae, K. (2017). *Beach tourism and tourism network centrality*. Maha Sarakham: Rajabhat Maha Sarakham University. (In Thai)

