

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาต้นแบบธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event business model) และการสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ วิ่ง
ผู้วิจัย	สัจจา ไกรศรรัตน์
ปี พ.ศ.	2563

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาต้นแบบธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event Business Model) และการสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล ในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ วิ่ง ปีที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) มวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง 2) จัดทำฐานข้อมูล วัสดุอุปกรณ์และสิ่งสนับสนุน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 3) วิเคราะห์หาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ 4) พัฒนาแนวทางการสร้างความร่วมมือเพื่อยกระดับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาจากผู้สนับสนุนปัจจัยการผลิตในโซ่อุปทานการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง 5) พัฒนาต้นแบบธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event Business Model) ในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธี การสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล กลุ่มบุคคล การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการจัดประชุมกลุ่มย่อย ผลการศึกษาที่สำคัญดังนี้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) พบว่า มีกลุ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า 4 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มผู้จัดมหกรรมเชิงกีฬา 2) กลุ่มผู้ให้บริการสำหรับการจัดมหกรรมเชิงกีฬา 3) กลุ่มผู้ให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และ 4) กลุ่มผู้ให้การสนับสนุน โดยมี ผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นผู้เล่นหลักในการเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า คุณภาพการให้บริการของกิจกรรมเชิงกีฬาเกิดจากการรวมตัวขององค์ประกอบในห่วงโซ่คุณค่าทั้งระบบกลไกการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจึงไม่สามารถดำเนินการได้เพียงลำพัง แต่ต้องดำเนินการโดยค่านึงถึง อุตสาหกรรมแวดล้อมที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ และสิ่งสนับสนุน ที่จำเป็นต้องใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มการออกแบบการผลิตวัสดุอุปกรณ์ที่บ่งบอกอัตลักษณ์งาน เช่น เสื้อ เหมียว เป็นต้น 2) บริษัทรับทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 3) เครื่องเสียง และอุปกรณ์ต่าง ๆ 4) อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการแข่งขัน และอุปกรณ์ ได้แก่ 5) บริษัทกลุ่มสนับสนุนด้านบุคลากรรับ

จัดงานด้านความสนุกสนาน บันเทิง พิธีกร นักเต้น นักร้อง ศิลปิน เพื่อนำไปสู่การจัดทำฐานข้อมูลในรูปแบบของสมุดทำเนียบเผยแพร่ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-book)

แนวทางการเพิ่มคุณค่าธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมหรหรรวมเชิงกีฬาสู่สากล ระบุกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนสำหรับการขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังนี้ 1) ส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม 2) ประยุกต์ใช้ระบบการจัดกิจกรรมอัจฉริยะ (Smart Event) มาใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา 4) พัฒนาการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาให้ครอบคลุมทั้ง 3 มาตรฐาน ได้แก่ ความปลอดภัย ความสนุกสนาน และความเป็นธรรม (Safety Fun Fair) 4) การทำการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม 5) ควรมีการออกกฎระเบียบและบทลงโทษที่ชัดเจนในการกำกับดูแลการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา

การสร้างกลไกความร่วมมือระดับพื้นที่ พบว่า ควรใช้องค์กรภาครัฐที่มีบทบาทตามหน้าที่ระดับท้องถิ่นเป็นผู้ขับเคลื่อนหลัก และประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาล เอกชน และชุมชนท้องถิ่น (Public-Private –Communities based Partnership Sport Tourism Management ) ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานที่หลากหลาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคชุมชน กลไกการบูรณาการควรใช้หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ โดยจังหวัดเป็นเจ้าภาพหลัก ในการขับเคลื่อนภารกิจ มีการทำงานร่วมกันหรือเชื่อมโยงกันเพื่อใช้ทรัพยากรภาครัฐ ร่วมกันได้อย่างคุ้มค่า

ต้นแบบธุรกิจการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นผลผลิตของโครงการตามกรอบคิดโมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas) จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว จำนวน 3 แนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมเชิงแบ่งปัน สำหรับการท่องเที่ยวมหรหรรวมเชิงแบ่งปัน เป็นแนวคิดธุรกิจที่มุ่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นมาแบ่งปันให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 2) แนวคิดธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรวม เป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาจากช่องว่างของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ที่ยังขาดตัวกลางธุรกิจอำนวยความสะดวก สำหรับการท่องเที่ยวมหรหรรวมเชิงกีฬา และ 3) แนวคิดบริการท่องเที่ยวเชิงกีฬาศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นแนวคิดในการทำการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่พบว่ามีอัตราการเติบโตในกลุ่มกิจกรรมศิลปะการต่อสู้มวยไทย

**Title:** Development of Sports Event Business Model and Marketing Communication in Thai Muaythai, Cycling, and Running through Digital Technology

**Researcher:** Sathcha kaisornrat

**Year** 2020

### Abstract

This research aimed: 1) to analyze the value chain of the sports event business in Thai boxing, cycling, and running, 2) to prepare a database, materials, and support for the development of the national sports tourism in the era of digital economy, 3) to seek approaches for adding value to the sports event business to ensure the completeness of the value chain, 4) to promote collaboration to upgrade Thai boxing, cycling, and running events supported by production factor suppliers in the supply chain, and 5) to develop a sports event business model for Thai boxing, cycling, and running events. The research applied qualitative methodology. Data were collected from in-depth interviews, focus group interviews, participant observation, and small group meetings.

According to the result of value chain analysis, four groups in the value chain were found: 1) sports event organizers or hosts, 2) service providers in sports events, 3) providers of facility services, and 4) sports event supporters. Sports event organizers or hosts were the main players in the value chain. Service quality was achieved by the combination of all elements in the value chain. Without environmental analysis, developmental mechanisms could not make an effective process.

According to the results, materials and support necessary for sports events were categorized into 5 groups: 1) designers of materials showing event identities, e.g. T-shirts, medals, etc., 2) advertising and public relations companies, 3) audio devices and related equipment, 4) equipment used in sports and competitions, and 5) personnel support companies ensuring the enjoyment of the activities and seeking masters of ceremony, dancers, singers, etc. All data were collected in a library database and published in e-book.

The approaches for adding value to the sports event business to ensure the completeness of the value chain were: 1) the encouragement of the participation of local administrative organizations, 2) the application of the ‘smart event’ system to the organization of sports events, 3) an emphasis on ‘safe, fun, and fair’ sports events, 4) the use of a marketing strategy targeting a specific group, and 5) the implementation of regulations and penalties for monitoring and supervising the organization of sports events.

The research also recommended the promotion of collaboration in the area and public-private-community based partnership sport tourism management participated by public and private sectors and the community. Provincial administrative organizations were recommended to be the leaders working together with all sectors to optimize the available resources.

The sports tourism model designed based on the business model canvas and the analysis of the value chain comprised three concepts: 1) the concept of corporate social business for sports tourism that could enhance the potential of sports tourism through the sharing of resources available in the community with tourists, 2) the concept of event tourism business developed on the basis of the existence of gaps in supply chain with no tourist facility businesses, especially in sports event tourism, and 3) the concept of Thai boxing tourism business specialized for Chinese tourists due to a continuous growth of Chinese tourists interested in Thai boxing activities.