



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิง
กีฬาในประเทศไทย

Potential, Opportunities and Guidelines to Develop Sports
Tourism in Thailand

โดย

ผศ. ดร. สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ

ตุลาคม 2561

เลขที่สัญญา RDG60T0019

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิง
กีฬาในประเทศไทย

Potential, Opportunities and Guidelines to Develop Sports
Tourism in Thailand

คณะผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สัจจา ไกรศรีรัตน์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์ ดร. ทศนีย์ นาคเสนีย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช., สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

แผนงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย..ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ประจำปีงบประมาณ 2560 จึงขอขอบคุณคณะกรรมการผู้พิจารณาชุดโครงการ ผู้ประสานงาน ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะ แก้ไขปรับปรุงโครงการวิจัย และให้ทุนสนับสนุนการวิจัยไว้ ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิจากโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่ทำหน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา กำกับ ดูแล ให้คำชี้แนะ ในการดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการ โดยเฉพาะ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล ดร. สุนันทา ชูตินันท์ คุณอุไรรัตน์ เนาวถาวร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรธิกา พังงา ตลอดจนทีมงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการทุกท่าน ที่ช่วยประสานงาน กำกับติดตาม ตลอดจนดูแลช่วยเหลือนักวิจัยอย่างใกล้ชิด

ผู้วิจัยขอขอบคุณหัวหน้าชุดโครงการวิจัยย่อยที่ได้ร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิด และร่วมกันดำเนินงานโครงการจนแล้วเสร็จ ขอขอบคุณ ผศ.ดร.ชัยฤทธิ์ ศิลาเดช อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และ ผศ.ดร.ชฎาพร โพธิ์สุวรรณ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่อำนวยความสะดวกให้ การดำเนินการจนแล้วเสร็จ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะกรรมการจัดงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ให้ข้อมูล และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย และขอขอบคุณผู้ช่วยเหลืออื่น ๆ ในระหว่างการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการสัมมนาระดมความคิดทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำให้ข้อมูล สนับสนุนส่งเสริม จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จ

คณะผู้วิจัย
ตุลาคม 2561

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

1. สรุปโครงการวิจัย

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เป็นการดำเนินงานตามแผนชุดโครงการกำหนดวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน (1) เพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (5) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกันของ 4 ชุดโครงการย่อย ประกอบไปด้วย

โครงการย่อยที่ 1 กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

โครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และ มวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายปลายทางหลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

โครงการย่อยที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ

1. ผลการดำเนินงานของแผนการวิจัย

1.1 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแผนงานวิจัยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1) แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การตื่นตัวในเรื่องการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของคนทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การเชื่อมต่อโลกไร้พรมแดน เหล่านี้ล้วนทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมีแนวโน้มและมีทิศทางการขยายตัวเพิ่มขึ้นไปในทุกกลุ่มอายุ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับผู้สูงอายุและกลุ่มสตรี อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาเติมเต็ม ผสมผสานกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2) นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นสถานที่เล่นกีฬาแบบผจญภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก ภูเขา มีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทิศทางการพัฒนาตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา แบบเล่นคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคนในสังคม ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมมีกิจกรรมกีฬาเพิ่มมากขึ้นและความหลากหลาย ทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศไทยด้านกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น และ ด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม และมีสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ พุงหญ้า พุงนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้หลากหลาย

3) การเล่นกีฬาเป็นแฟชั่น การเพิ่มขึ้นของความสนใจทางด้านกีฬา ความสนใจในกิจกรรมกีฬา กลายเป็นแฟชั่น ที่ปกคลุมไปทั่วโลก ทำให้หลายคนต้องแสดงออกถึง สิ่งที่เป็นกีฬา ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและการออกแบบเสื้อผ้าการแต่งกายโดยมีคำศัพท์เฉพาะ ในวงการแฟชั่นว่า “Athleisure” มาจากคำว่า Athlete ที่หมายถึง นักกีฬา บวกกับคำว่า Leisure ที่หมายถึง สบาย ๆ ไม่รีบร้อน ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วก็เกิดเป็นแฟชั่นที่น่าชุดกีฬาหรือชุดออกกำลังกายมาใส่ในชีวิตประจำวัน การทำงาน และ การเดินทาง

4) นักกีฬามีแนวโน้มสนใจกีฬาที่หลากหลายมากขึ้น มีการผสมผสานกิจกรรมเชิงกีฬา และเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาที่หลากหลายมากขึ้น เช่น วิ่งและปั่นจักรยาน หรือผสมผสานแบบ วิ่ง วาย พาย ปั่น นักกีฬาจำนวนมากมองกิจกรรมกีฬาแบบใหม่ ๆ ที่ตนเองไม่เคย ด้วยความท้าทายและต้องการจะทดลอง นอกจาก ความหลากหลายทางด้านกีฬาแล้วแนวโน้มของกีฬาในปัจจุบันได้ขยายขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายผู้เล่นในหลายมิติ เช่น เดิมทีหลาย ๆ ชนิดจำกัดผู้เล่นอยู่แค่ กลุ่มผู้เล่นเพศใด เพศหนึ่งเท่านั้น ปัจจุบันแนวโน้มที่เป็นข้อจำกัดเหล่านั้นเริ่มลดลง ตัวอย่างแนวโน้มเล่นกีฬาชกมวยที่แต่เดิมนิยมในหมู่นักกีฬาชายเท่านั้นปัจจุบันพบว่า มีเพศหญิงสนใจเล่นกีฬาชกมวยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้เส้นแบ่งระหว่างกีฬาสำหรับผู้ชายและ หญิงที่เริ่มไม่ชัดเจน เหมือนแต่ก่อน แนวโน้มอีกประการได้แก่การเล่นกีฬาเป็นครอบครัว เหล่านี้นับเป็นโอกาสสำคัญของประเทศไทย ในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5) จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้งทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขัน พายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปั่นหน้าผา เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรมและ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหารที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก

1.2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ด้วย แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1) การสังเคราะห์ศักยภาพของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มวยไทย วิ่ง และ จักรยาน ในภาพรวมด้วยแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ(Diamond Model) พบว่า กิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถมากที่สุดคือ มวยไทย ซึ่งเป็นกีฬาประจำชาติ มีปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบและส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันหลายปัจจัย ทั้งองค์ความรู้ บุคลากร ประสิทธิภาพ และความเป็นมืออาชีพ มีทุน มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกีฬาที่ดี แต่มีปัจจัยที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมคือ ปัจจัยทางด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกิจกรรมการวิ่ง การปั่นจักรยาน และ การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ประเทศไทยยังมีจุดแข็งที่เป็นความได้เปรียบหลายประการ หากได้รับ การปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมจะเสริมสร้างศักยภาพ และ โอกาสในการแข่งขัน ทั้งในระดับภูมิภาค และ ระดับนานาชาติได้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

(1) เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิตและการดำเนินการ

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ของประเทศไทย จึงทำให้ขาดแคลนด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งทางด้านกีฬา การท่องเที่ยว และ การจัดกิจกรรมที่ต้องอาศัยการบูรณาการศาสตร์รวมกันในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจเข้าร่วมกิจกรรม จำเป็นต้องการมีการสื่อสารภาษา ตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารก่อนการเริ่มกิจกรรม ระหว่างการดำเนินกิจกรรม และ ภายหลังกิจกรรมเสร็จสิ้น การผลักดันกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้กับบุคลากรเมื่อพิจารณาถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทุน แหล่งความรู้ และ โครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน พบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และ บริบทเชิงพื้นที่ที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา ทำให้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬานอกสถานที่ ในบริบทธรรมชาติ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยมีปัจจัยที่ต้องปรับปรุงเพิ่มเติมได้แก่ การกำกับติดตาม และ ควบคุมกิจกรรมเชิงกีฬาในบริบท

เชิงธรรมชาติ ให้เกิดความยั่งยืน ไม่กระทบสิ่งแวดล้อม และ ควบคุมให้การจัดกิจกรรมเป็นไปตามมาตรฐานของแต่ละชนิดกีฬา อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนาคือการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา ให้ครอบคลุม ทุกพื้นที่ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน และ พัฒนาศักยภาพ และ สภาพแวดล้อมให้กับเหมาะสมและพร้อมสำหรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาระดับนานาชาติ เพิ่มขึ้น

(2) เจาะด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาด

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสและการเติบโต อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังสามารถหนุนเสริมและ เติมเต็มกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น จากอุปสงค์ที่แนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศไทย ควรใช้จุดเด่นในด้านความหลากหลายของทรัพยากรทางธรรมชาติ ทักษะ ความสามารถและ ประสบการณ์ในด้านธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีของประเทศไทย มา พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย สร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ และ ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการให้บริการที่หลากหลายเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และแตกต่าง ในตลาด การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ

(3) เจาะด้าน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งใน ด้านการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม โรงแรมที่พัก การขนส่ง และการเดินทางต่าง ๆ พบว่า ประเทศไทย มีจำนวนโรงแรมที่พักจำนวนมาก และหลากหลาย ในการให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรอง ยังขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่จะเข้ามาร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงในพื้นที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางด้วยตนเอง สำหรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง โรงแรมยังขาดการให้บริการที่เป็นมิตรกับนักกีฬา และโรงแรมที่เป็น Active hotel สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมเชิงกีฬายังมีน้อย

(4) เจาะทางด้านการกลยุทธ์และสภาพการแข่งขัน

เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จัก และจดจำได้เหมือนการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ดังนั้นประเทศไทยควรเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และ การทำการตลาดเชิงรุก ด้วยการพัฒนานักกิจกรรมเชิงกีฬาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้หลากหลาย มีมาตรฐาน ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารตลาดและสร้าง ภาพลักษณ์ มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด สร้างตราสินค้าของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพื่อรองรับการเติบโต ตลอดจนใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ให้เกิดการท่องเที่ยวแบบผสมผสานระหว่าง

การท่องเที่ยวเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ใช้จุดแข็งของตำแหน่งที่ตั้ง ในการจัดท่องเที่ยวเชื่อมโยง ในภูมิภาคอาเซียน โดยให้ประเทศไทยเป็นฐาน

(5) เงื่อนไขด้านรัฐบาล

ในภาพรวมรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่จากศึกษาพบว่า ในเชิงปฏิบัติยังมีอุปสรรคที่ต้องการปรับปรุงแก้ไข อาทิ (1) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ในประเทศไทย ที่ต้องการพำนักระยะยาว กฎหมายระเบียบวีซ่า (VISA) ยังไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว (2) การบังคับใช้กฎหมายยังไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น ระเบียบพัสดุ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ที่ไม่ครอบคลุมถึงการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (3) ยังขาดกลไกในพื้นที่ของภาครัฐที่จะทำงานร่วมกับชุมชน เอกชน ในฐานะหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ขาดการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นนำสินทรัพย์และทุนในชุมชนมาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และยังขาดเอกภาพในการร่วมทรัพยากรที่มีในประเทศในการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน

(6) เงื่อนไขด้านโอกาส และเหตุสุดวิสัย

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยมีปัจจัยส่งเสริมจากภายนอก สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส ของประเทศไทยในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ (1) กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังมาแรงและเติบโต (2) นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย (3) ความมีชื่อเสียงของประเทศไทย และ (4) การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้

2. สรุปผลการดำเนินงานของโครงการย่อยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย

จากการศึกษาโครงการย่อย ทั้ง 4 โครงการ ตามวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยที่ได้วางไว้ร่วมกันสรุปผลรายโครงการได้ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาเพื่อจัดกลยุทธ์และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (สังจา ไกรศรีรัตน์, 2560)

ข้อค้นพบที่เป็นผลการศึกษาของชุดโครงการย่อยที่ 1 ที่นำมาตอบวัตถุประสงค์ของการแผนการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ (1) ผลของการจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย และ (2) ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังนี้

1) ผลการจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ผลการศึกษาได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์

การดำเนินงาน และเป้าประสงค์ ในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังนี้

(1) วิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา “ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event destination) ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน

(2) พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับประเทศและชุมชนท้องถิ่น

2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การจัดกิจกรรมกีฬา ของประเทศไทย ทั้งด้านบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบสารสนเทศ และ ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน

3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

(3) กลยุทธ์การดำเนินงาน ประกอบไปด้วย 5 กลยุทธ์ได้แก่

1. ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล

3. พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

4. ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

5. ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

(4) เป้าประสงค์

1. จำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มมากขึ้น
2. จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งในแบบ passive and Active sport tourism เพิ่มขึ้น
3. เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2) ผลการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event)

ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ชุดโครงการย่อยที่ 1 ได้จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาประเทศไทยควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความได้เปรียบของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์นำต้นต้นความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว มวยไทย วังในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก นอกจากนี้การกำหนดตำแหน่งดังกล่าวยังเป็นการดำเนินการ ที่สอดคล้องกับจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว อาทิ วังเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้นนอกจากนั้น รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย

2.2 ผลการศึกษาเพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ, 2560)

มีข้อค้นพบที่เป็นผลการศึกษาของชุดโครงการย่อยที่ 2 ที่นำมาตอบวัตถุประสงค์ของการแผนการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายมวยสุพรรณภูมิ ดังนี้

1) ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ

(1) ศักยภาพและโอกาสนามมวยของประเทศไทย สนามมวยไทยมีศักยภาพและโอกาสเพราะสินค้านามมวยไทยมีเสน่ห์ให้อาหุรได้ดูต้นสวยาม ทั้งหมัด เท้า เข่าและศอกซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีอัยาศัยไมตรีของคนไทยที่มี

จิตใจโอบอ้อมอารีเป็นกัลยาณมิตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งอยู่ในศูนย์กลางทางด้านภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบทั้งการคมนาคมขนส่ง และด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่ยังขาดบุคลากรที่มีคุณภาพทั้งด้านบริหารงานโดยเฉพาะการใช้ความรู้ด้านมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวระหว่างชมมวย มีโรงแรมที่พักไว้บริการอย่างครบครัน นอกจากนี้สนามมวยยังมีความพร้อมและมีประสิทธิภาพการให้บริการ และมีกิจกรรมเสริมการชมมวยที่หลากหลาย มีyimออกกำลังกายเพิ่มขึ้นตามกระแสสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะปีนี้รัฐบาลเพิ่มการท่องเที่ยววิถีไทย อาจเป็นโอกาสของสนามมวยในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต้องบูรณาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม

(2) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศกัมพูชาประเทศกัมพูชามีมวยประดัลเสรีหรือมวยคุณชะแมร์ที่มีความเชื่อมโยงกับศิลาจารึกบนหินที่นครวัด และนครธม และมีปราสาทต่างๆที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก แต่สนามมวยยังไม่มีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษ ยังไม่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยออกจำหน่ายส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศไทย ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี การแข่งขันทางธุรกิจมวยยังไม่สูงมากนักเพราะยังผูกขาดกับสมาคมมวยคุณชะแมร์ การเพิ่มอุปสงค์ในด้านนี้จำเป็นต้องเชื่อมโยงมวยคุณชะแมร์หรือมวยประดัลเสรีเข้ากับศิลปวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของประเทศกัมพูชา และสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวมาชมมวย

(3) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศลาว ปัจจุบันไม่มีสนามมวยมาตรฐาน รัฐบาลสนับสนุนแต่ไม่ใช้งบประมาณทำให้ดำเนินการต่อไม่ได้ และได้เลิกกิจการไปเป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว

(4) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในสหภาพพม่า ประเทศพม่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีทะเลป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่พุกาม เมืองมัณฑะเลย์ เจดีย์ชเวดากอง ทะเลสาบกันดอจี และพระมหาเมย์มณี ยังมีสนามมวยที่ได้มาตรฐาน เดินทางเข้าชมได้อย่างสะดวกทำให้นักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทางธุรกิจโอกาสในการใช้มวยออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจโดยการชมมวยมากยิ่งขึ้น และธุรกิจต่างๆขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว การบริหารจัดการสนามมวยยังขาดมาตรฐานหลายอย่าง จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ขนาดของอุปสงค์ยังไม่มากนักมีการจัดการแข่งขันที่ย่างกุ้งและมัณฑะเลย์เป็นประจำ อย่างไรก็ตามได้มีการเพิ่มอุปสรรคในกลุ่มชาวญี่ปุ่นและรัสเซีย ซึ่งมีความนิยมมวยแลตเวียมาก

2) ผลการศึกษาแนวทางและวิธีการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ ควรดำเนินการ

(1) แยกกีฬาที่วัฒนธรรมออกจากกัน (2) เชิญแต่ละประเทศมาพูดคุยปรึกษาหารือกันแบบมีส่วนร่วมไม่เอาเปรียบกัน (3) สร้างองค์กรเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ (4) จัดทำกติการ่วมกันในการปฏิบัติ (5) วางแผนการทำงานร่วมกัน (6) จัดหางบประมาณสนับสนุน (7) จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย

1. จัดกิจกรรมการแข่งขัน (Event)
2. สร้างแบรนด์

3. จัดทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้มวยสุวรรณภูมิ
4. จัดกิจกรรมเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น
5. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์มวยสุวรรณภูมิ
6. ร่วมผลักดันกีฬามวยสุโหลิมปิก

3) การจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ

ประกอบไปด้วย 7 แผนงานหลักได้แก่ (1) แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ มีการจัดทำสัมมนาความเห็นร่วมในแต่ละประเทศ จัดทำตำรามวยสุวรรณภูมิ จัดสัมมนากำหนดเป้าหมายร่วมกัน และสร้างการยอมรับในระดับสาธารณะ จัดนิทรรศการจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ และจัดกิจกรรมแข่งขัน (Event) (2) แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ จัดหาเจ้าภาพในแต่ละครั้งของการประชุม จัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิโดยแต่ละประเทศมีเกียรติและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน การจัดทำกฎ กติกา ร่วมกัน ใช้ในการแข่งขันและการบริหาร (3) แผนบริหารจัดการ ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ การบริหารแผนงานและกิจกรรม การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดพัฒนาบุคลากร การจัดกิจกรรมต่างๆในการดำเนินการการประสานกิจกรรมเครือข่าย แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน การสนับสนุนงบประมาณการ (4) สนับสนุนบุคลากร การสนับสนุนเทคโนโลยี การสนับสนุนการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ (5) แผนการแบ่งปันทรัพยากรอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ประกอบด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่การใช้บุคลากร การใช้งบประมาณ ความรู้และวิธีการปฏิบัติงาน เทคโนโลยี ทักษะและความสามารถ (6) แผนการตลาด การประกอบธุรกิจมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ การส่งเสริมการตลาดมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และ (7) แผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย การบริหารจัดการมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และ การส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว

2.3 ผลการศึกษาเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาการพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (เสรี เพิ่มชาติ และ นงลักษณ์ เพิ่มชาติ, 2560)

ข้อค้นพบที่เป็นผลการศึกษาของชุดโครงการย่อยที่ 3 ที่นำมาต่อบัณฑิตุประสงค์ของการแผนการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่ง

1) ผลการศึกษาศักยภาพและสภาพปัจจุบันของการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่าโดยภาพรวมมีความพร้อมเพื่อยกระดับการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจาก กระแสของการออกกำลังกายด้วยการวิ่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ กำลังได้รับความนิยมสูงมาก (Running Boom) และโดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่นิยมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยการวิ่ง และท่องเที่ยวไปในหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดในโอกาสสำคัญต่าง ๆ (Runcation) ซึ่งจะเห็นได้จากการจัดงานวิ่งในประเทศไทยที่มีจำนวนมากขึ้นเป็นเท่าตัว จาก 400 สนามต่อปี เป็น 700 สนามต่อปี และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น รวมถึงความนิยมของคนไทยที่นิยมออกกำลังกายด้วยการวิ่งในต่างประเทศในสนามที่มีชื่อเสียงของโลกมีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งปกติแล้วกลุ่มผู้จัดงานวิ่งมีความต้องการที่จะพัฒนาการจัดการวิ่งเพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักวิ่งที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ที่ได้จาก

การวิ่ง จึงต้องมีการปรับตัวด้วยการคิดค้นปรับปรุงรูปแบบการวิ่งที่แปลกใหม่ในหลากหลายประสบการณ์ และใช้กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดเข้ามาช่วยในการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการตอบสนองนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการสร้างสรรคงานวิ่งให้มีความหลากหลายหลายรูปแบบในการจัดการแข่งขันขึ้นอยู่กับการต้องการของนักวิ่งและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬารุ่นใหม่ที่นิยมการวิ่ง เช่น การจัดงานวิ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ เพิ่มขึ้น การให้สิทธิพิเศษในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การจัดกรุ๊ปทัวร์ในสถานที่สำคัญของพื้นที่ในระหว่างการแข่งขันให้กับกลุ่มผู้ติดตาม การสร้างความร่วมมือกับกรุ๊ปทัวร์ต่างประเทศในการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้ามาร่วมวิ่ง หรือร่วมชมการแข่งขัน การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวในประวัติศาสตร์ของเมืองและจังหวัด เป็นต้น นอกเหนือไปจากการจัดงานวิ่งในรูปแบบที่แปลกใหม่ เช่น การวิ่งสมาธิ การวิ่งแบบผจญภัย การวิ่งเทรล การวิ่งดนตรี การวิ่งแฟนซี เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความหลากหลายเชิงพื้นที่ที่เหมาะสมกับการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของสนามแข่งขันที่เป็นที่รู้จักของชาวไทยและชาวต่างประเทศ ความหลากหลายทางทัศนียภาพธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีเสน่ห์ และคงอยู่การให้การยอมรับในมาตรฐานของกลุ่มผู้จัดการงานวิ่งละกลุ่มให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์เมืองหลัก เมืองรอง เมืองที่ห้ามพลาด ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด รวมถึงชุมชนและพลังของกลุ่มต่าง ๆ ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือ นอกจากนั้น ประเทศไทยยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การส่งเสริมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ขณะที่ปัญหาและอุปสรรคได้รับการปรับปรุงแก้ไขไปพร้อมกับให้การส่งเสริมสนับสนุนจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการรองรับการจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมและพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

2) ผลการวิเคราะห์กระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า การบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ (1) การวางแผน (Planning) (2) การจัดองค์การ (Organization) (3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) (4) การอำนวยการ (Directing) และ (5) การควบคุม (Controlling) โดยทุกองค์ประกอบจะบูรณาการกันเพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการเข้าร่วมงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประสบการณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกลุ่มผู้ติดตามที่มาเข้าร่วมกิจกรรมการวิ่ง เริ่มตั้งแต่ ขั้นตอนการรับรู้ข้อมูล การสมัครเข้าร่วมการเตรียมการ ข้อมูลการเดินทาง การจองที่พัก กฎกติกาการแข่งขัน การทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างอื่นในพื้นที่ การให้บริการบริการสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกลุ่มผู้ติดตามในทุกขั้นตอน ซึ่งวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความมั่นใจว่าผู้ให้บริการจะให้บริการตลอดห่วงโซ่อุปทานที่บริการอย่างมีคุณภาพและน่าพึงพอใจนั้น จะเป็นการสร้างความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง โดยการสร้างร่วมมือให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ในที่นี้อาจแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน โดยการจัดการงานเป็นห่วงโซ่อุปทานในการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็น

รูปธรรม เช่น ความร่วมมือกับบริษัทแท็กซี่เพื่อให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกลุ่มผู้ติดตามในราคาพิเศษ ความร่วมมือกับร้านค้าหรือร้านอาหารที่จะเสนอประโยชน์เพิ่มเติมแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม สิทธิประโยชน์ที่เชื่อมโยงกับการเข้าร่วมงานวิ่งที่ไม่ใช่แต่ในการจัดงานวิ่งเท่านั้น เป็นต้น ขณะเดียวกันการบริหารจัดการงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับประเทศ ควรมีคณะกรรมการเฉพาะในการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับจังหวัด แม้ว่าจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่แล้ว แต่ก็ยังคงดำเนินงานในระดับนโยบายมากกว่าการปฏิบัติจริง คงดำเนินงานแบบแยกส่วนระหว่างกีฬากับการท่องเที่ยว และทำได้เพียงการเข้าร่วมแต่ยังไม่สามารถเป็นแกนนำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ทั้งนี้เพื่อดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เกิดขึ้นได้ในจังหวัดตามเจตนารมณ์ของประเทศไทยต่อไป เช่น การบริหารจัดการในการประสานสร้างความร่วมมือกับภาคที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง การวางแผนและประสานแผนงานรูปแบบการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในระดับพื้นที่เชื่อมโยงให้มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตลอดทั้งปี กำหนดแนวนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการกีฬา และพัฒนาเพื่อแนวโน้มการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ดีในอนาคต

3) ผลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 10 แนวทางสำคัญ เรียกว่า “10S Model to Potential Development and Management Process of Running Events in Thailand in Support of Sports Tourism.” ประกอบด้วย (1) “So Good” สนุก ดี มีความสุข (2) “Social Media” สื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย (3) “Standardization” ความเป็นมาตรฐาน (สากล) (4) “Safety” ให้ความรู้สึกรที่ปลอดภัย (5) “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ (6) “Satisfaction” ต้องสร้างความพึงพอใจ (7) “Self Esteem” ความภาคภูมิใจที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม (8) “Series” กิจกรรมต่อเนื่องหลากหลายประสบการณ์ (9) “Signature” โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ และ (10) “Story” เรื่องราวเล่าขาน ประสานองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งผลการวิจัยที่นำเสนอนี้ได้มาโดยการลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์กลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์แนวทางที่ได้จากรายงานการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.4 ผลการศึกษาเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (ทัศนีย์ นาคเสนีย์และ วสันต์ นาคเสนีย์, 2560)

ข้อค้นพบที่เป็นผลการศึกษาของชุดโครงการย่อยที่ 4 ที่นำมาตอบวัตถุประสงค์ของการแผนการวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตามความสนใจของนักปั่นจักรยานแต่ละประเภท ทั้งเพื่อการพักผ่อน หรือ เพื่อการแข่งขัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ชั้น ของการตระหนักถึงความเข้มข้นของแต่ละปัจจัย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้

ขั้นที่ 1 (Stage I) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานสำหรับนักปั่นจักรยาน ซึ่งเป็นปัจจัย ที่มีความสำคัญอันดับต้น ๆ สำหรับนักปั่นจักรยานมือใหม่ มือสมัครเล่น หรือมืออาชีพ ประกอบไป

1) Safety การจัดกิจกรรมทุกประเภทกีฬา ความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ลำดับแรกที่ต้องให้ความสำคัญ ทั้งระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และการบริหาร ความเสี่ยง ก่อน ระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรม

2) Sharing System (Road/Logistic/Rest Park) หน่วยงานในพื้นที่ จะต้องมีการกำหนดนโยบายการใช้รถใช้ถนนร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการปั่นจักรยานในพื้นที่ ตลอดจนการแบ่งปัน ระบบการขนส่งให้สามารถขนส่งจักรยานด้วยระบบการเดินทางโดยสารสาธารณะ ระบบราง หรือเครื่องบิน ตลอดจนจุดแวะพักที่มีการบริการนักปั่นจักรยาน

3) Satisfaction การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการ ถือว่าเป็น หัวใจสำคัญที่จะรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้

4) Style (Nostalgia and Extreme) กิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นความชอบเฉพาะ บุคคล ดังนั้นการจัดสนามปั่นแต่ละครั้งจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ

5) Social Media (Smart Phone) ด้วยการเดินทางของนักปั่นจักรยานปัจจุบันนิยม เดินทางด้วย Application บน Smart Phone มากกว่าการจัดทำป้ายแสดงเส้นทางปั่นจักรยาน ดังเดิม

ขั้นที่ 2 (Stage II) เป็นปัจจัยขั้นที่สูงขึ้นที่นักปั่นที่มีความเชี่ยวชาญ หรือ นักปั่นมือ อาชีพ หรือปั่นเพื่อการแข่งขัน ปั่นทางไกล ต้องให้ความสำคัญและศึกษาหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนการ เดินทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเสมอ ประกอบไปด้วย

1) Scale คือ ขนาดสนาม ลักษณะสนาม ระยะทางปั่น อันเป็นปัจจัยสำคัญจำเป็น สำหรับนักปั่นจักรยาน เพราะจะสัมพันธ์ไปถึงการเตรียมอุปกรณ์และประเภทจักรยานที่สอดคล้องกับ ลักษณะสนาม

2) Season ฤดูกาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะฤดูฝน ที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยาน ฤดูกาลการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการแออัด ทั้งรถและถนน ซึ่งนักปั่นจักรยานหรือผู้จัดจะต้องให้ความสำคัญเช่นกัน

3) Service (Human) การบริการด้วยคนจะสร้างความโดดเด่น และความพึงพอใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4) Sport Tourism Platform การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานควรมีการสร้าง Platform เพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมการปั่นไว้ใน Platform ให้มีความทันสมัยและพร้อมใช้งาน เสมอ

5) Seamless Experience การเดินทางของนักปั่นจักรยานเรียกว่ากลุ่ม Elite นั้น ประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนและการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางไปยังพื้นที่ใหม่ ๆ ให้ตนเอง

ดังนั้นการเดินทางแบบไร้รอยต่อ “โลกรั้วพรมแดน” จะทำให้เกิดการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนอีกทางหนึ่ง

ขั้นที่ 3 (Stage III) เป็นปัจจัยขั้นที่สูงขึ้นที่นักท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญ หรือนักปั่นมืออาชีพ หรือปั่นเพื่อการแข่งขัน ปั่นทางไกล ใต้น้ำ ฯลฯ มีความหลงใหลการปั่นจักรยานเป็นชีวิตต้องให้ความสำคัญและศึกษาหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนการเดินทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเสมอ ประกอบไปด้วย

1) Subagent การเปิดตลาดในต่างประเทศ กลุ่มบริษัททัวร์จำเป็นต้องใช้บริการของผู้รับจ้างช่วงเพื่อส่งเสริมการขายไปทั่วโลกได้

2) Standard มาตรฐานสนาม กฎกติกาการแข่งขัน กฎระเบียบปฏิบัติ จะต้องคำนึงถึงหากรูปแบบการจัดนั้นเป็น สนาม Inter หรือ รูปแบบการจัดเพื่อรองรับชาวต่างชาติ

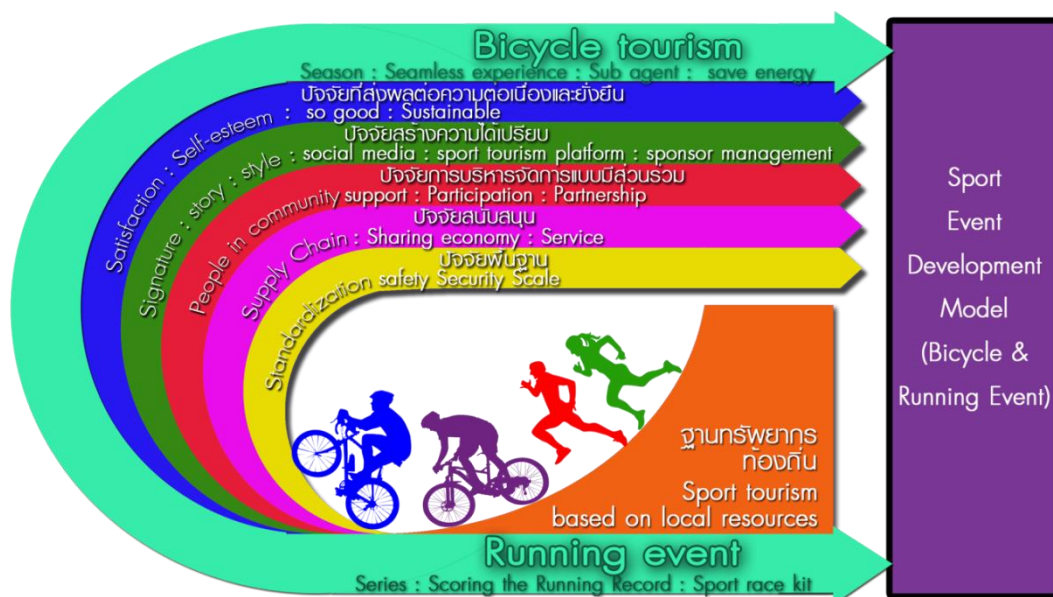
3) Supply Chain การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานจะต้องมองทั้งกระบวนการซึ่งประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาดส่วนหน้า การจัดการส่วนหลัง

4) Save Energy การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถนำไปสู่การประหยัดการใช้พลังงานให้ลดลงได้โดยเฉพาะพลังงานเชื้อเพลิง

5) Sustainable การปั่นจักรยานก่อให้เกิดความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของโลกและสอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่หันมาใส่ใจในการมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals–SDGs

3. สรุปผลการสังเคราะห์ชุดโครงการย่อยแบบบูรณาการเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ผลจากการสังเคราะห์ชุดโครงการได้องค์ความรู้เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยดังแสดงในแผนภาพที่ 1



ภาพที่บ-1 แสดงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยที่ได้จากการสังเคราะห์ชุดโครงการแบบบูรณาการ

แผนงานวิจัยมีการค้นพบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ออกเป็น 7 ด้านดังนี้

1. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีบบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น (Sport tourism based on local resource) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควร ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีบบนฐานเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดและของภูมิภาค สนับสนุนการเป็นเจ้าของภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและ อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่น ๆ

2. ให้ความสำคัญกับปัจจัยพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งได้แก่ การกำหนดมาตรฐาน (Standardization) การบริหารจัดการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security) และ ศักยภาพการรองรับ (Scale) เรียกว่า ปัจจัยพื้นฐาน 4ss ดังนี้

2.1 “Standardization” ความเป็นมาตรฐาน มาตรฐาน เป็นข้อกำหนดหรือเกณฑ์ระดับที่ใช้วัดค่าหรือตัดสินความสมบูรณ์ คุณภาพมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น การลดระดับความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องใด ๆ ให้เกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือไม่เกิดขึ้นเลย รวมถึงความเหมาะสมกับข้อกำหนดตามรายละเอียดของคุณสมบัติ หรือถูกต้องตรงตามมาตรฐานที่องค์การภายนอกกำหนด เพื่อเป็นบรรทัดฐานให้หน่วยงานต่าง ๆ ปฏิบัติตาม กิจกรรมเชิงกีฬาทุกชนิดของประเทศไทยควรพัฒนาให้ได้ตามข้อกำหนดของหน่วยงานภายนอกที่กำกับดูแลแต่ละชนิดกีฬานั้น

2.2 “Safety” ให้ความรู้สึกปลอดภัย ความปลอดภัย นับเป็นสิ่งสำคัญในการจัดกิจกรรมกิจกรรมกีฬา หมายถึง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวยุติกีฬาและผู้ติดตามโดยต้องตระหนักในความปลอดภัยที่ต้องเป็นไปตามมาตรฐานสากล ของแต่ละชนิดกีฬา

2.3 Security ระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับคนจำนวนมาก เนื่องจากความปลอดภัยเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันวิ่ง การแข่งขันชกมวย การปั่นจักรยาน ซึ่งเป็นการรวมคนจำนวนมาก ควรมีการจัดทำมาตรการรักษาความปลอดภัย การป้องกันความสูญเสียจากภัยต่าง ๆ ครอบคลุมทั้ง นักกีฬา ผู้ชม และ ผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวยุติกีฬาและผู้ติดตาม ในการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุทั้งในสนามแข่งขัน แหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางเพื่อเชื่อมโยง อันนำไปสู่ความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน

2.4 “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ การคาดการณ์ด้านจำนวนของกลุ่มนักท่องเที่ยวยุติกีฬาและผู้ติดตาม รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่จะเข้าร่วมในการจัดงานวิ่งในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับจำนวนของนักท่องเที่ยวยุติกีฬาของพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพของสนามแข่งขัน แหล่งท่องเที่ยวที่จำกัด

3. พัฒนาปัจจัยสนับสนุน โดยพิจารณาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้บริการ (Service) สิ่งอำนวยความสะดวกจากท้องถิ่น ตามแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ดังนี้

3.1 Service ด้านการบริการ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) จำเป็นต้องมีการบริการพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทาง ควรตั้งเอาทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มาสร้างมูลค่า และให้บริการแก่ให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น บริการอาหารจากชุมชน การให้บริการขนส่งและการเดินทางระหว่างการจัดกิจกรรมจากระบบขนส่งมวลชนที่มีในท้องถิ่น รถตุ๊กตุ๊ก รถเมล์สองแถว เป็นต้น

3.2 Sharing economy มีการเชื่อมโยงโครงข่ายร้านอาหาร โครงข่ายด้านที่พัก และโครงข่ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นกับพื้นที่ใกล้เคียง การเชื่อมโยงโครงข่ายสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ มาใช้ในการสร้างปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานในลักษณะของ Sharing economy

3.3 Supply Chain การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวยุติกีฬาจะต้องมองทั้งกระบวนการ ซึ่งประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาดส่วนหน้า การจัดการส่วนหลัง

4. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participation) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการจัดกิจกรรมยุติกีฬาจากการมีส่วนร่วมของชุมชน (People in community support) และ สร้างพันธมิตรการดำเนินงาน (Partnership) ด้วยแนวทาง 3 Ps ดังนี้

4.1 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participation) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หลายภาคส่วน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย เปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้ามาร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์ นำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถตอบสนองความต้องการของทุกคนได้อย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องส่งผลประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างแท้จริง

4.2 People in community support การได้รับการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสนับสนุนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ผู้สนับสนุนด้านอุปกรณ์ แรงงาน การปฏิบัติการ เป็นต้น ใช้กิจกรรมกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสุขภาวะของคนในชุมชน

4.3 Partnership องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้งานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬามีความโดดเด่น คือ การบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาด้วยเครือข่ายพันธมิตรจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องหลากหลาย ความลงตัวของเครือข่ายการทำงานในกิจกรรมเชิงกีฬา เกิดจากการเติมเต็มบทบาทซึ่งกันและกัน จากผู้มีประสบการณ์ทางด้านกีฬาชุมชน และคณะกรรมการทำงาน การยึดโยงความสัมพันธ์โดยใช้วาทกรรม “เป็นเจ้าภาพร่วมกัน” ความรู้สึกของการเป็นเจ้าภาพร่วมกันนี้ก่อให้เกิดความรู้สึกของการเป็นเจ้าของที่ผู้มีส่วนร่วมสามารถนำความรู้ และประสบการณ์มาช่วยพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีศักยภาพและเติบโตได้

5. การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

5.1 Signature สร้างความได้เปรียบและความแตกต่างด้วยการนำเสนอจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา สิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ หรือลักษณะอันเป็นเฉพาะมีหนึ่งเดียวของสิ่ง ๆ หนึ่ง และอัตลักษณ์ที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้น ๆ หรือวิธีการที่มีความเฉพาะตัว ความเป็นตัวตนที่ชัดเจนที่สามารถสื่อถึงผู้สร้างสรรค์ ที่ต้องการให้ผู้รับรู้เข้าใจลักษณะเด่นที่มีได้ชัดเจน

5.2 Story สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยใช้เรื่องเล่า ตำนาน ประสบการณ์ เรื่องราวเล่าขานในมุมมองทางประวัติศาสตร์ของการจัดกิจกรรม ของสถานที่ที่จัดกิจกรรม และเรื่องราวอื่น ๆ ล้วนมีที่มาและน่าจดจำ เรื่องราวนั้นจะนำไปสู่เรื่องเล่าที่จะสร้างความประทับใจไม่รู้ลืมให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม

5.3 Style สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงกีฬาที่สอดคล้องมุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคน ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม เป็นต้น

5.4 Social Media สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยสื่อสังคมออนไลน์ การเติบโตของเทคโนโลยีสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครื่องมือโทรศัพท์มือถือบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ที่บุคคลสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ การแพร่กระจายข้อมูลที่รวดเร็ว และการกระจายข้อมูลข่าวสารออกไปในวงกว้างอย่างรวดเร็ว จึงเป็นแนวทางที่จะใช้พัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5.5 Sport Tourism Platform สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วย พัฒนาโครงสร้างและระบบสนับสนุนการพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้ให้บริการปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยกระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเตรียมความพร้อมกับการเชื่อมโยง แพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

5.6 Sponsor management สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการบริหารจัดการหน่วยงานสนับสนุน (Sponsorship) ในมุมมองของผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬา ผู้สนับสนุนถือเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งที่มาของเงินทุน และมีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขององค์กร หน่วยงาน ท้องถิ่น ที่ไม่หวังกำไร ซึ่งรายได้จากค่าสมัคร มักจะไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดังนั้นคณะกรรมการผู้จัดต้องพยายามที่จะแสวงหางบประมาณด้วยตัวเอง เพื่อมาสนับสนุนกิจกรรมการแข่งขันกีฬา รายได้จากการสนับสนุนสามารถนำมาพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งได้

6. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต่อเนื่องและยั่งยืน การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่จะก่อให้เกิดการต่อเนื่องและยั่งยืน ต้องสามารถบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน สร้างความภาคภูมิใจในการเข้าร่วมกิจกรรม (Self Esteem) ก่อให้เกิดความรู้สึกดี So Good สนุกและมีความสุข ในการเข้าร่วมกิจกรรมและ ใช้แนวทางการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้

6.1 Satisfaction การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับทุกภาคส่วน ทั้งในส่วนของ การสร้างความพึงพอใจให้กับนักกีฬา ผู้ชม ผู้จัด ชุมชนเจ้าของพื้นที่ ผู้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม รวมถึงผู้ให้การสนับสนุน แนวทางเพื่อสร้างความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการตามคุณภาพที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตามคาดหวังหรือต้องการ หรืออาจเป็นคุณภาพที่เหนือความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตามเห็นความแตกต่าง และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทั้งนี้คณะผู้จัดกิจกรรมสามารถกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีที่เป็นไปในแนวทางบวก การมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงผลักดันเพิ่มขึ้น สร้างความรู้สึกผูกพันอยากกลับไปร่วมงานอีก

6.2 “Self Esteem” การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนควรมีส่วนช่วยในการเสริมสร้าง ความภาคภูมิใจต่อตัวเอง เป็นความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตามที่รับรู้ ว่า ตนเองมีคุณค่า นำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง ยอมรับนับถือตนเอง ซึ่งเป็นผลจากการประเมินตนเองโดยภาพรวมในด้านความสามารถ ความสำคัญ และความสำเร็จของตนเอง เป็นการตอบสนองความต้องการด้านการได้รับการยกย่อง ยอมรับในความสามารถของตนเอง รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเช่น มีภาพลักษณ์ต่อตนเองว่าคนรักสุขภาพ เป็นคนรักการออกกำลังกาย เป็นนักกีฬา เป็นต้น

6.3 “So Good” การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนควรสร้างความรู้สึที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม ให้มีความสุข รู้สึกดี มีความสุข ในการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิ่ง โดยอาจเป็นการเติมเต็มด้วยจิตวิทยาส่งมอบบริการอย่างเข้าถึง ทั้งด้านสถานที่ ด้านสารสนเทศ ด้านระยะเวลา ด้วยการสร้างเงื่อนไขในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวและการออกกำลังกาย เพื่อกระจายช่วงเวลาในการท่องเที่ยว โดยการกำหนดเป็นช่วงเวลาให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่ เช่น กำหนดเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว กำหนดเป็นช่วงของกิจกรรมเชิงกีฬา (ล่องแก่ง เดินป่า ผจญภัยไปกับธรรมชาติ) เป็นต้น

6.4 Sustainable การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรก่อให้เกิดความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของโลกและสอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ดังนี้

6.4.1 ควรดำเนินกิจกรรมในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

6.4.2 การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน ชนบทธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

6.4.3 การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ ชุมชน ชนบทธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

6.4.5 การประสานเข้าด้วยกันของความต้องการทางเศรษฐกิจ ความคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

7. การสร้างความแตกต่างของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ในกลุ่มกิจกรรม การปั่น และการวิ่ง

7.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน สามารถพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างได้ดังต่อไปนี้

1) Season ฤดูกาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักปั่นจักรยาน ฤดูกาลที่แตกต่างก่อให้เกิดมุมมองต่อภูมิทัศน์ที่แตกต่าง สามารถสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยใช้ ความแตกต่างของฤดูกาลท่องเที่ยว

2) Sub agent การเปิดตลาดในต่างประเทศ เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการกลุ่มบริษัททัวร์โดยใช้ บริการของผู้รับจ้างช่วงเพื่อส่งเสริมการขายไปทั่วโลกได้

3) Save Energy การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถนำไปสู่การประหยัดการใช้พลังงานให้ลดลงได้โดยเฉพาะพลังงานเชื้อเพลิง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานสามารถใช้ประโยชน์จากการรณรงค์ลดโลกร้อน การลดการใช้พลังงาน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มาใช้ร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน ด้วยการนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจ ที่ไม่สามารถเข้าถึงได้โดยเส้นทางรถยนต์ประจำทาง แต่สามารถเข้าถึงได้ด้วยจักรยานเท่านั้น ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติม ใช้เส้นทางสัญจรเดิมที่ชุมชนใช้นำนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่สัมผัสชุมชน ในชนบทหรือในพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้าไป โดยจัดให้เชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ใกล้เคียง สำหรับนักปั่นจักรยานท่องเที่ยวที่มองหาเส้นทางปั่น ที่มีคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การปั่นให้กับตัวเอง พร้อมกับการอนุรักษ์พลังงาน การลดโลกร้อน และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบยั่งยืน

4) Seamless Experience การเดินทางของนักปั่นจักรยานเรียกว่ากลุ่ม Elite นั้นประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนและการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ให้ตนเอง ดังนั้นการจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อสัมผัสพื้นที่ใหม่ที่หลากหลาย จะสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มนักปั่นกลุ่ม Elite ได้

7.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทงานวิ่ง สามารถพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างที่เฉพาะสำหรับกลุ่มนักวิ่งได้ด้วยแนวทางที่หลากหลายดังนี้

1) “Series” ซีรีส์ที่หลากหลายประสบการณ์ การจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการจัดงานวิ่งที่ไม่ใช่จัดกันเพียงครั้งเดียวในแต่ละปี แต่หากเป็นการจัดงานวิ่งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีการจัดการแข่งขันมากกว่า 1 ครั้งตลอดทั้งปี จะเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะว่าการวิ่งทั้งในแบบบรรยากาศเดียวกัน และหลากหลายบรรยากาศ ในสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) Scoring the Running Record บันทึกข้อมูลการวิ่งของนักวิ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมรายบุคคล ให้เห็นถึงพัฒนาการ พร้อมให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา หรือจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของนักวิ่งตามบันทึกสถิติการวิ่งของบุคคล

3) Sport race kit งานวิ่งสามารถใช้การจัดทำและการออกแบบ Sport race kit อาทิ เสื้อที่ระลึก (T-shirt) เสื้อผู้พิชิตมาราธอน (Finisher T-shirt) หมายเลขและเบอร์วิ่ง (BIB) การจัดทำใบประกาศ (E-Certificate) กระเป๋า (Bag) เหรียญที่ระลึก (Medal) เอกสารและข้อเสนอแนะในการร่วมกิจกรรมการแข่งขัน (Race guide) เป็นต้น มาใช้ในการสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์และใช้เป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการวิ่งได้หลากหลายมากขึ้น

3. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการดำเนินการ และ ภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการวิจัยแล้วดังนี้

1. การใช้ประโยชน์มิติการพัฒนาสังคม/ชุมชน/ท้องถิ่น แผนงานวิจัยและชุดโครงการย่อยก่อให้เกิดประโยชน์ในมิติการพัฒนาสังคม/ชุมชน/ท้องถิ่นดังนี้

1.1 การใช้กิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาตลาดชุมชนอมยิ้ม คณะผู้วิจัยในชุดโครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ได้นำองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์โดยร่วมมือกับตลาดชุมชนตลาดย้อนยุควิถีไทย “ตลาดอมยิ้ม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมเชิงกีฬาวังอมยิ้ม

1.1.1 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน เกิดจากการนำเข้ามาของเม็ดเงินจากภายนอกชุมชนที่ทำให้มีผลต่อการซื้อขายสินค้าของประชาชนในชุมชนบ้านตลาดควาย อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจของงานวิ่งอมยิ้ม พบว่า มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1) ผลกระทบทางตรงจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว งานวิ่งอมยิ้มสามารถดึงดูดคนเข้ามาในพื้นที่เฉพาะที่ลงทะเบียนเป็นนักวิ่งได้ถึง 1,600 คน นักวิ่งมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเข้าร่วมงานวิ่งอมยิ้มเฉลี่ยประมาณ 1650 บาท ค่าใช้จ่ายของนักวิ่งที่มาร่วมกิจกรรมวิ่งอมยิ้มเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าสมัคร ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าเดินทาง ซึ่งค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับสถานที่พัก และระยะที่ลงสมัครวิ่ง ส่วนค่าอาหารถึงแม้ว่าการจัดงานจะมีการจัดอาหารและเครื่องดื่มบริการ แต่เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมมักจะมีการไปซื้อหารับประทานเองเพิ่มเติมจากร้าน อาหารในท้องถิ่น หรือแวะพักระหว่างการเดินทาง จากจำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1650 บาทต่อคน สามารถก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจทางตรง ได้โดยประมาณ 2,640,000 บาท (สองล้านหกแสนสี่หมื่นบาท) นอกจากนี้ยังมี ค่าใช้จ่ายจากการลงทุนของคณะผู้จัดงาน และภาคีเครือข่ายที่สนับสนุน จำนวน 739,550 บาท รวมผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่เป็นค่าใช้จ่ายทางตรงที่เกิดจากการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้ม จำนวนทั้งสิ้น 3,379,550 (สามล้านสามแสนเจ็ดหมื่นเก้าพันห้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน)

2) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจทางอ้อม (Indirect effect) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ประกอบการในตลาดอมยิ้ม และ ผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีผลต่อความคล่องตัวในระบบเศรษฐกิจ ภายในชุมชนช่วงที่มีการแข่งขัน วิ่งอมยิ้ม พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดอมยิ้มมีการจัดหาวัตถุดิบสำหรับประกอบการค้าเพิ่มขึ้นในวัดจัดการแข่งขัน โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 โดยวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิต อยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 80

ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดชุมชนอมยิ้ม มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นโดยประมาณ ร้อยละ 100 และปริมาณการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 100 ปริมาณการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม ของกินของใช้ในครัวเรือน อาทิ ผัก ขนม ผลไม้ ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรในครัวเรือน

เนื่องจากนักวิ่งทุกประเภท เมื่อวิ่งเข้าเส้นชัย นอกจากจะได้รับเหรียญแล้ว ยังจะได้รับคูปองอาหาร ที่มีมูลค่า 50 บาท (ห้าสิบบาทถ้วน) ต่อคน เพื่อนำไปจับจ่ายแลกซื้ออาหารและเครื่องดื่มทุกร้านค้าที่จำหน่ายในตลาดอมยิ้ม (120 ร้านค้า) สำหรับการออกแบบกิจกรรมการวิ่งในลักษณะนี้ส่งผลให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดชุมชนอมยิ้ม ได้เตรียมผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อรองรับนักวิ่งให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะได้รับในระหว่างการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้ม เมื่อสอบถามถึงการจัดหาวัตถุดิบในการนำมาประกอบการค้าในวันจัดกิจกรรม วันเสาร์ที่ 31 มีนาคม และ วันอาทิตย์ที่ 1 เมษายน 2561 พบว่าผู้ประกอบการแม่ค้า พ่อค้าในตลาดชุมชนอมยิ้มมีการลงทุนเพื่อจัดหาวัตถุดิบเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 20 และวัตถุดิบที่จัดซื้อจัดหามาใช้เพื่อบริการลูกค้าที่เป็นนักวิ่ง ส่วนใหญ่จัดซื้อจากคนในท้องถิ่น เช่น ร้านสวนมะม่วงโชคอนันต์ ได้นำกล้วยน้ำหว้าสุกมาจำหน่าย จำนวน 70 หวี ซึ่งโดยปกติจะจำหน่ายประมาณ 15-20 หวีต่อวัน ในจำนวนนี้ 55 หวีได้จำหน่ายให้ฝ่ายบริการผลไม้สำหรับนักวิ่ง ส่วนที่เหลือ จำหน่ายให้ลูกค้าที่มาเดินตลาด ซึ่ง กล้วย จำนวน 70 หวีนี้ ได้มาจากเครือข่ายชาวสวน ที่ปลูกในชุมชนบ้านตลาดควาย เป็นต้น การอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีในท้องถิ่นเป็นหลักดังกล่าว นอกจากจะเป็นการกระตุ้นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในชุมชน ทั้งในส่วนของ การผลิต การบริโภค แล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงการกระจายรายได้ การจำหน่ายผลผลิตของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

นอกจากผลกระทบทางเศรษฐกิจของพ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการในตลาดชุมชนอมยิ้มแล้ว ยังพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัย ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอจอมบึง อาทิ อุ่นเรือนรีสอร์ท เรือนชมดาว บ้านชายทุ่งรีสอร์ท โรงแรมจอมบึง กลางบึงรีสอร์ท นกสวนพิชชิงปาก โรงแรมศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจ “จอมพลพาเลซ” มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร อาทิ ร้านหมูป่า ร้านลมโชย ร้านตะหลิว ร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหารตามสั่ง อาทิ ร้านเจ้ตุ่น ร้านอาหารป่าขาว ร้านจัดทำป้าย วัสดุตกแต่ง ผู้ประกอบการให้เช่าเครื่องเสียง เครื่องไฟ รวมถึงผู้ประกอบการรถตุ๋นส่งมวลชน ต่างได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยอ้อมโดยรวมมากที่สุด

1.1.2 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบด้านการท่องเที่ยว การจัดงานวิ่งอมยิ้ม เป็นความตั้งใจของผู้จัดที่ต้องการสื่อกิจกรรมนันทนาการท่องเที่ยวและ สื่อมวลชนเข้ามาในพื้นที่ มาสัมผัส เสน่ห์บรรยากาศ ตลาดชุมชนอมยิ้ม ตลาดวิถีไทยย้อนยุค บ้านตลาดควาย อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เป็นที่ทราบกันดีว่า “กิจกรรมพิเศษ (Special event)” อันเป็นเครื่องมือ (Tool) หนึ่งของการสื่อสารทางการตลาด และสามารถใช้องค์กรพิเศษนี้ เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพที่จัดกิจกรรม ด้วยเหตุที่กิจกรรม สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ชุมชนเจ้าของกิจกรรม และสื่อมวลชนให้เข้ามาในพื้นที่ ผลจากการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้มครั้งนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่กว่า 2,000 คน สามารถดึงคนให้เข้ามาในพื้นที่ เฉพาะที่ลงทะเบียน จำนวน 1,600 คน เป็นคนในพื้นที่จังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 48.44 และ นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นคิดเป็นร้อยละ 51.56

ข้อค้นพบในการจัดงานครั้งนี้ พบว่า สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ (First Visitor) ให้เข้ามาในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 77.50 และกระตุ้นการท่องเที่ยวซ้ำในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ร้อยละ 22.50

1.1.3 ผลลัพธ์ที่เป็นกระหนาบด้านการสร้างภาพลักษณ์และสื่อสารตลาดอมยิ้มในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไปช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน ท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพนั้น ๆ ของการจัดงานวิ่งอมยิ้มกระตุ้นให้สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ โหมกระพือ และ แพร่กระจายข่าวสารท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น สื่อมวลชนช่อง 5 ที่มาร่วมกิจกรรมทำข่าววิ่งอมยิ้ม นำเสนอเรื่องราวความน่าสนใจของบรรยากาศท่องเที่ยวที่เป็นเส้นทางวิ่ง ปิงบัว อาหารชาติพันธุ์ และ บรรยากาศของตลาดเก่า สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ได้เห็นเรื่องราวของตลาดก็จะพากันมาทำข่าว ทำรายการกันเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานและเกิดความประทับใจ ในความเป็นชุมชน มีปิงบัวให้ถ่ายภาพ มีอาหารอร่อยให้รับประทาน จึงได้นำความประทับใจนี้ไปบอกต่อ ให้คนรู้จักฟัง และเนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสาร โลกออนไลน์ทำให้การบอกต่อไปได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏการณ์ของการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน และ การแพร่กระจายข่าวสารจากการบอกต่อโดยสังคมออนไลน์

1.1.3 ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบเชิงสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏเด่นชัดจากการจัดกิจกรรมงานวิ่งอมยิ้ม ได้แก่

1) การเป็นสื่อกิจกรรมในการดึงการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน การจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม เป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนลงแรงทรัพย์และแรงคนจำนวนมาก ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันในชุมชนท้องถิ่นรูปแบบใหม่ ที่องค์การส่วนท้องถิ่นและภาครัฐเข้ามามีส่วนรวมในการบริหารจัดการกิจกรรม งานวิ่งอมยิ้มเป็นกิจกรรมเชิงกีฬาที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มคนในระดับท้องถิ่นและชุมชน ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมตามบทบาทที่ตนได้รับ เป็นอย่างดีและเป็นระบบในลักษณะการร่วมแรงโดยผ่านสถาบันทางสังคม อาทิ วัด โรงเรียน มหาวิทยาลัย องค์การบริหารส่วนตำบล ตามบริบทที่แตกต่างกัน มหาลัยถูกใช้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการจัดการวิ่ง วัดและตลาดอมยิ้มถูกใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรม และ สร้างสภาพแวดล้อมที่สวยงาม และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

2) การเป็นสื่อกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน พบว่า ในการจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม แต่ละครั้ง มีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะผู้จัดงาน มีการแบ่งสรร การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามความรับผิดชอบระหว่างองค์กรท้องถิ่นต่าง ๆ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนาชุดความรู้ท้องถิ่น และ สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการทำงานของท้องถิ่น เกิดพลังชุมชนขึ้น การประชุมและการเรียนรู้ในระหว่างการดำเนินงาน เกิดกระบวนการเรียนรู้และปลูกฝังจิตสำนึกของท้องถิ่น จากการได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมงานวิ่งอมยิ้มของแต่ละคน ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ อาทิ การจัดงานวิ่ง ในส่วนของการจัดเส้นทางวิ่ง และ งานเทคนิค คณะกรรมการผู้จัดต้องระดมคนในท้องถิ่น อาทินักเรียน นักศึกษา ตำรวจ อปพร. อาสา กู้ภัย พยาบาล ที่มีความรู้ ความสามารถมาช่วยในการจัดการ เกิดการรวมกลุ่มกันทำงานของคนละช่วงวัย

โดยเฉพาะนักศึกษาเอกพลศึกษา ที่มีความสามารถในการจัดการแข่งขันกีฬามวลชน เกิดความภาคภูมิใจ ท้องถิ่นของตน ลักษณะดังกล่าวสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทางสังคมและปลูกฝังจิตสำนึกร่วมกันของคนรุ่นใหม่ และรุ่นเก่า เมื่อคนรุ่นใหม่มองเห็นคุณค่าของกิจกรรมและสนใจที่จะฝึกฝนเพื่อเข้าร่วม ขณะที่คนรุ่นเก่าเกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในความสามารถของตนพร้อมที่จะถ่ายทอดให้คนรุ่นใหม่

3) ผลกระทบด้านวัฒนธรรม กิจกรรมวิ่งอมยิ้มนำไปสู่การอนุรักษ์และสืบสาน วัฒนธรรมท้องถิ่น งานวิ่งอมยิ้มมีการนำชุดกลองยาวของชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนมาร่วมในการจัดเชียร์ และสร้างความสนุกสนานบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงมีการอนุรักษ์และสืบสานอาหารพื้นถิ่น และ วัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งกำหนดเป็นแนวคิด หรือ (ธีม (Theme)) ของการจัดงาน “วิ่งอมยิ้ม วิถีไทยสไตล์ย้อนยุค”

4) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การเกิดขึ้นของงานวิ่งอมยิ้มทำให้เกิดการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงทัศนียภาพของชุมชนและ ปรับปรุงสภาพแวดล้อม ให้เหมาะสมสำหรับการจัดงานวิ่ง อาทิ การตัดหญ้า แพร้วถากเส้นทางวิ่งที่รกชัฏ ให้สะอาด เรียบร้อย โดยทีมตัดหญ้าของชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลนำรถฉีดน้ำมาทำความสะอาดถนน ขจัดฝุ่น เส้นทางถนนชนบทที่ใช้เป็นเส้นทางวิ่ง มีการปรับสภาพถนนให้พร้อมสำหรับการใช้งาน ปรับปรุงส่วนที่ชำรุด บริเวณวัดเขากลางตลาด ให้อยู่ในสภาพที่เอื้อต่อการวิ่ง ในส่วนของตลาดชุมชนอมยิ้มเองมีการปรับภูมิทัศน์ และดูแลสภาพแวดล้อมให้พร้อมสำหรับการจัดกิจกรรม เช่น การสร้างจุดชมดอกบัวเพิ่มขึ้น การสร้างจุดถ่ายภาพ และอื่น ๆ เพิ่มเติม

2. การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ/พาณิชย์ แผนงานวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยโครงการย่อยจำนวนทั้ง 4 โครงการ ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน บริษัทบริษัท สวอนงนุช พัทธการเดินดิไซน์ จำกัด ได้ตกลงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัย ได้ผลการวิจัยของชุดโครงการ รวมถึงคณะนักวิจัยในการร่วมพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับบริษัทสวอนงนุช มีการจัดกิจกรรมชมมวย และ วางแผนการจัดกิจกรรมวิ่ง และปั่นจักรยาน เป็นกิจกรรมเชิงกีฬาในระยะเริ่มต้น และมีโครงการจะพัฒนาการในส่วน ของ งานกีฬา (Sport event) อื่น ๆ เพิ่มเติม

3.การใช้ประโยชน์มิติดินโยบาย ได้แก่ การนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการบริหาร / กำหนดนโยบาย แผนงานวิจัย และชุดโครงการย่อย ได้รับการติดต่อจาก สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดราชบุรี ซึ่งจะก่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายดังนี้

1. เป็นวิทยากรจัดอบรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับ เครือข่าย และองค์กรด้านการบริหารจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากภาคส่วนต่างๆ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานศึกษา และ หน่วยงานอื่น ๆ จำนวนทั้งสิ้น 60 คน ซึ่งกลุ่มบุคคลผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้และ มีการแบ่งกลุ่มจัดทำแผนการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ของตนเองที่พร้อมสำหรับการดำเนินกิจกรรมได้

2. จัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด คณะนักวิจัยเป็นทีมงานระดมความคิดเห็นในการของภาคีและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด มีการจัดพาศึกษาดูงาน ในเมืองต้นแบบ ณ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลกระทบจากการใช้ประโยชน์จะทำให้จังหวัดราชบุรีมีแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานของจังหวัดต่อไป

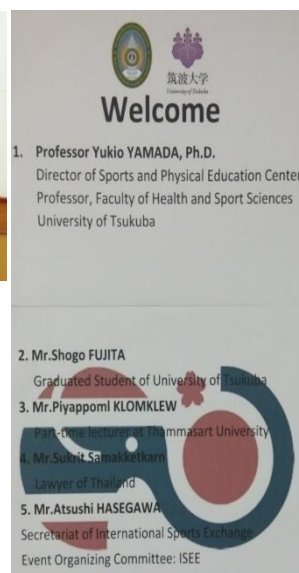


4. การใช้ประโยชน์ในแง่สาธารณะ

4.1 แผนงานวิจัยและโครงการย่อยได้มีการถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบของการจัดนิทรรศการเพื่อให้หน่วยงาน องค์กร และเอกชนสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยมีการจัดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สาธารณะชนในงานแข่งขัน สสส.จอมบึงมาราธอน ซึ่งเป็นงานที่มีจำนวนผู้ลงทะเบียนวิ่งมากกว่า หนึ่งหมื่นคน และ จำนวนผู้ติดตามอีกจำนวนมาก



4.2 นำผลการวิจัยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ มหาวิทยาลัยซึกุกะ (Tsukuba)



ชื่อเรื่อง	ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย
ผู้วิจัย	สัจจา ไกรศรรัตน์ และ ทศนีย์ นาคเสนีย์
คำสำคัญ	ศักยภาพ โอกาส แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทย

บทคัดย่อแผนการวิจัย

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เป็นการดำเนินงานตามแผนชุดโครงการกำหนดวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน (1) เพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (5) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกันของ 4 ชุดโครงการย่อยเพื่อนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ออกมานำเสนอแนวทางการพัฒนา ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถได้เปรียบของประเทศ กล่าวคือ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็น Active sport (กลุ่มคนเล่น) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็น passive sport (กลุ่มคนดู) ด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่สำคัญดังนี้ 1 มวยไทย วิ่งในรูปแบบต่างๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น

ในการพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ ควรเป็นการจัดตั้งเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม (issue network) เป็นปัจจัยหลักในการรวมกลุ่มองค์กร มองข้ามมิติในเชิงพื้นที่ มุ่งเน้นการจัดการในประเด็นกิจกรรมนั้นๆ อย่างจริงจัง และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกับภาคีอื่นๆ โดยไม่ ยึดติดกับพื้นที่ดำเนินการ แนวทางและวิธีการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ ควรดำเนินการ จัดกิจกรรมต่างๆเพื่อพัฒนาเครือข่ายมวยสุพรรณภูมิส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย (1) จัดกิจกรรมการแข่งขัน (Event) (2) สร้างแบรนด์ (3) จัดทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้มวยสุพรรณภูมิ (4) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงมวยสุพรรณภูมิกับแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น (5) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์มวยสุพรรณภูมิ (6) ร่วมผลักดันกีฬามวยสู่โอลิมปิก

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 10 แนวทางสำคัญ เรียกว่า “10S Model” ประกอบด้วย

1) “Safety” ให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย 2) “Satisfaction” ต้องสร้างความพึงพอใจ 3) “Self Esteem” ความเป็นภาคภูมิใจที่ได้เข้าร่วม 4) “Signature” โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ 5) “Standard” ความเป็นมาตรฐาน 6) “Series” ซีรีส์ที่หลากหลายประสบการณ์ 7) “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ 8) “Story” เรื่องเล่าขานประสานองค์ความรู้ใหม่ 9) “Social Media” สื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย และ 10) “So Good” สนุก ดี มีความสุข ในส่วนของข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย จักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ในการสร้างความร่วมมือดังกล่าว จำเป็นอย่างยิ่งที่ ประเทศไทยต้องสร้างความเชื่อมโยงผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการขนส่งคมนาคมระหว่าง ประเทศ (Cross-border Transportation) ตลอดจนปรับปรุงกฎระเบียบและพิธีการข้ามแดนให้ เอื้ออำนวยต่อนักเดินทาง เช่นการขอเอกสารลงตรา รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน (Regional Competitiveness) โดยควรพิจารณาประเทศเพื่อนบ้านเป็นพันธมิตรมากกว่าเป็นประเทศคู่แข่ง มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ให้แก่ นักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกในการเดินทางข้ามแดน ตลอดจนการเชื่อมโยงของ นักท่องเที่ยวในพื้นที่หลักของแต่ละประเทศกับพื้นที่ท่องเที่ยวรอง เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวไปยัง พื้นที่ส่วนต่างๆของอาเซียน

Research Title	Potential, Opportunities and Guidelines to Develop Sports Tourism in Thailand
Researcher	Mrs. Sathcha Kaisornrat and Mrs. Tassanee Naksanee

RESEARCH PROJECT'S ABSTRACT

A multi-dimensional study on a research plan, potentiality, opportunity, and a developmental guideline of the sport tourism in Thailand was a collective set in this research project. The purposes of the study were to (1) develop strategies and a guideline of sport events to promote sport tourism in Thailand, (2) develop an administrative plan on sport tourism network, incorporating Muay-Suvarnabhumi boxing in ASEAN, (3) propose a guideline for enhancing potentiality, and management procedure in organizing running events as parts of sport tourism, (4) propose a guideline for enhancing potentiality, and management policy on sport tourism, incorporating an establishment of cycling network with neighboring countries as to serve both local and foreign tourists, (5) develop a general guideline on potentiality, opportunity of sport tourism in Thailand. The analysis and synthesis of the data were elicited from across 4 topic-related set of the study as in the aforementioned, in order to develop guidelines, and promote potentiality, opportunity of sport tourism in Thailand.

The result revealed that the developmental strategies should be paved on the basis of the strength of the country, which emphasized on the creation of the environment that could provide tourists with exiting and enjoyable experience, in a variety setting of the terrains. Regarding the development of an area structural plan, it was to reinforce quality service provided for tourists. In order to mobilize the sport tourism, active sport (focusing on player group) should be taken into account rather than passive sport. The potential sports should be included in the mobilization, for example, Muay-Thai boxing, running, cycling, and triathlon, football, adventure sports, etc.

Regarding the main factor of the assembly of the sport tourism network in ASEAN, incorporating local cultures, and Muay-Suvarnabhumi, it should be based on general key issues instead of looking at particular geographical issues. For the focus of the network, it should be shifted directly to the designed activities and the development of the network cooperation. For the guideline in establishing Muay-Suvarnabhumi network, there should be an arrangement of the activities including (1) organizing events (2) developing a brand for an identity, (3) publicizing the knowledge of Muay-Suvarnabhumi, (4) connecting Muay-Suvarnabhumi with well-known tourist

attractions, (5) promoting the marketing and public relations of Muay-Suvarnnabhumi, and (6) promoting Muay-Suvarnnabhumi to enter in Olympic Games.

In terms of the development of the potentiality and the managing procedure of running events in Thailand, it should follow “10·S Model”, including 1) “Safety”, 2) “Satisfaction”, 3) “Self Esteem”, 4) “Signature or identity”, 5) “Standard”, 6) “Series or Variety”, 7) “Scale or Scope”, 8) “Story”, 9) “Social Media”, and 10) “So Good or Fun”. For the recommendation on the developmental guideline and the policy on the management of sport tourism, on establishing cycling network in ASEAN in particular, it lied heavily on building the network of the basic infrastructure and the transportation across the borders, as well as improving immigration rules and regulations to ease tourists to go across the countries, like VISA for instance. Additionally, the development of co-regional competitiveness should be established together among the network, changing the view towards the neighboring countries from a competitor to be an alliance instead. The overall development should include the opportunity for tourists to gain experience of fun and travelling convenience, where they could be able expand their destinations from local levels to ASEAN.

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	พ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ม
สารบัญ	ย
สารบัญตาราง	ล
สารบัญภาพประกอบ	ว
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	8
2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	11
2.3 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา	15
2.4 พื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังนี้	16
2.5 ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ เป็นส่วนหนึ่งของมวยสุพรรณภูมิ	18
2.6 การวิ่งในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	21
2.7 การปั่นจักรยานในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	24
2.8 กิจกรรมเชิงกีฬา (Event tourism) ในฐานะผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา	26
2.9 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	30
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย	37
2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	41
3.1 โครงการย่อยที่ 1 กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย (ต่อ)	
3.2 โครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน	
3.3 โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการ งานวิจัยในประเทศไทย	43
3.4 โครงการย่อยที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน	44
บทที่ 4 ผลการวิจัย	46
4.1 การวิเคราะห์สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	46
4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	51
4.3 สถานการณ์ด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	52
4.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชื่อมโยงกับ เมียนมาร์และ กัมพูชา	55
4.5 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียน	67
4.6 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัย	68
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	115
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	115
5.2 ผลการศึกษาของชุดโครงการ	119
5.3 การอภิปรายผล	138
5.4 ข้อเสนอแนะ	140
5.5 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	142
บรรณานุกรม	149
ประวัติผู้วิจัย	155

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดแผนการวิจัยศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย	6
4.1 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2559	52
4.2 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยด้านปัจจัยการผลิต	70
4.3 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยด้านอุปสงค์การตลาด (Demand conditions)	72
4.4 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยด้าน ยุทธศาสตร์โครงสร้าง กลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context	73
4.5 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยอุตสาหกรรมด้านเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support)	74
4.6 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยด้านบทบาทของภาครัฐ และ ด้านโอกาสหรือเหตุผลวิสัย	76
4.7 แสดงสมาชิกเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนโดยใช้ วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ	84
4.8 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน	99
4.9 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model)	108

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินการศึกษา	6
2.1 แสดงองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	12
2.2 แสดงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว	25
2.3 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน 9As	26
2.4 แสดงองค์ประกอบกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport Event)	29
2.5 แบบจำลองเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) (Porter, 1990)	34
3.1 แสดง วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยชุดโครงการศึกษา ศักยภาพ โอกาส และ แนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย	45
4.1 แสดงตัวอย่างของการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อประกอบกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัย	48
4.2 แสดงกิจกรรมกีฬาที่เป็นที่นิยมสำหรับประชากรโลก และ กิจกรรมกีฬาที่มี ความโดดเด่นของประเทศไทย	50
4.3 แสดงอัตราการเติบโตกิจกรรมกีฬาในปี จากปี 2015 -2016	51
4.4 แสดงภาพตัวอย่างการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ประเทศ สปป.ลาว กัมพูชา และ พม่า ..	56
4.5 แสดงตัวอย่างรถเช่า เมืองเสียบเรียบ กัมพูชา	57
4.6 แสดงตัวอย่างแผนผังประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย และ การท่องเที่ยวด้วยจักรยานในกัมพูชา	59
4.7 ภาพตัวอย่างทะเลในประเทศพม่าและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น	62
4.8 แสดงภาพตัวอย่างวิถีชีวิตประมงของชาวเมียร์มา	62
4.9 แสดงตัวอย่างการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในเมืองหลวงพระบาง ประเทศ สปป.ลาว	66
4.10 การจัดประชุมเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ	87
4.11 แสดง “10,S Model” แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหาร จัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	94
4.12 สรุปรูปข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพ	103
4.13 การจัดประชุมเครือข่ายเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	104
4.14 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา	105
4.15 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาระยะก่อน การจัดกิจกรรม	105
4.16 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา	107
5.1 แสดงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยที่ได้ จากการสังเคราะห์ชุดโครงการแบบบูรณาการ	132

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบที่	หน้า
5.2 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านมิติเศรษฐกิจ/พาณิชย์	146
5.3 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านมิตินโยบาย	147
5.4 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านสาธารณะ	148

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือผลที่เกิดขึ้นต่อเศรษฐกิจอันได้แก่ การขยายตัวของ GDP เกิดการสร้างงาน เพิ่มมูลค่าการส่งออกและมูลค่าภาษีรวมทั้งการกระตุ้น การลงทุน การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินของภาครัฐ ในปัจจุบัน ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีแรงขับเคลื่อนในด้านนี้มากที่สุด เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (visitor economy) จึงถือเป็นเสาหลักในการพัฒนาด้านสังคมในภูมิภาคหากจัดการได้อย่างถูกต้องและมีความรับผิดชอบ การท่องเที่ยวจะเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศและความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม (จิรา บัวทอง, 2014, หน้า 27) การรวมกลุ่มอาเซียน เป็นหนึ่งจุดหมายปลายทางเดียว (Single destination) จึงมีการสอดคล้องกับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาค สร้างโอกาสในการเดินทางและการท่องเที่ยว ชาวอาเซียนจะกลายเป็นตลาดเป้าหมายหลักของประชาคมอาเซียน ในขณะเดียวกัน อาเซียนก็จะกลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ

ประเทศไทยมีการส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเริ่มบรรจุเข้าสู่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน มีการจัดทำแผนนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 และ มีการปรับและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของชาติ พ.ศ.2558-2560 เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงก่อนจะนำไปเชื่อมต่อกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2554, หน้า 9) ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ได้กล่าวถึงโครงสร้างตลาดและแนวโน้มการท่องเที่ยวโลกไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกและกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในอนาคตอันใกล้นี้ภูมิภาคเอเชียถือว่าเป็นภูมิภาคสำคัญที่ต้องได้รับการจับตามองเนื่องจากมีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงซึ่งจะทำให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียสูงขึ้นเมื่อเทียบกับสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งโครงสร้างของตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลง และ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่

แตกต่างกันในการการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตวัฒนธรรม หรือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปรับตัวตามกระแสการท่องเที่ยวด้วยการคิดหาโอกาสในการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวหรือการบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่อยู่ในรูปของชนิดกีฬา การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา การจัดมหกรรมกีฬา ตลอดจน กิจกรรมทางกายต่าง ๆ อาทิ การปั่นจักรยาน การวิ่ง กระโดด เดิน การโยน การยิง การพายเรือ เหล่านี้ล้วนสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นสื่อกลางในการกระตุ้นใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ชนิดของกีฬา) ประสบการณ์ การบริการ ตลอดจน ทรัพยากรอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยว (Law, 1996, หน้า 6)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างการรู้จักและสื่อสาร สถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ออกสู่สาธารณะ และเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถใช้ดึงดูดผู้มาเยือนทั้งจากภายในและภายนอก อาทิ นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้ชม สื่อมวลชน ภาคีเครือข่ายต่างๆ ตลอดจน หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ให้เข้ามาภายในพื้นที่ ได้มาสัมผัสและเรียนรู้ชุมชน เส้นแห่งกิจกรรมเชิงกีฬาในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ การผสมผสานความตื่นตัวเร้าใจของการแข่งขันกับบรรยากาศของสถานที่ (ประเทศ เมือง หรือ ชุมชน) ที่เป็นแหล่งจัดกิจกรรม หรือเมืองที่เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันได้ตามลักษณะภูมิสังคมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและชนิดกีฬา จากคุณลักษณะดังกล่าวการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยมีการบรรจุการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแผนการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวปี 2560 (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (สังจา ไกรศรีรัตน์และ คณะ, 2559) พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบ ทั้งในระดับความสำคัญ เวลาและสถานที่ในการจัดกิจกรรม และคุณลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้น ในมุมมองของระดับความสำคัญ กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นได้ทั้งกิจกรรมระดับชุมชน ภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับทวีป นานาชาติ และระดับโลก ในด้านเวลาและสถานที่ กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถที่จะเลือกจัดในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งอย่างเป็นการถาวรตลอดไป หรือเคลื่อนย้ายสลับไปจัดยังสถานที่ต่าง ๆ หรือจัดพร้อมๆ กันในหลายสถานที่ ในช่วงเวลาเดียวกัน ในลักษณะของรูปแบบการจัด อาจจัดในรูปแบบของมือสมัครเล่น หรือจะจัดเฉพาะระดับมืออาชีพได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมเชิงกีฬาแต่ละกิจกรรมมีความโดดเด่นและเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน จึงควรมีการวิเคราะห์แต่ละชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬา โดยเริ่มตั้งแต่ การวิเคราะห์สถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาสู่การท่องเที่ยว รายละเอียดแต่ละชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาภายในประเทศ อันจะนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวม และควรมีการคัดสรรกีฬาที่เป็นจุดแข็งของประเทศมานำร่องสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว จากข้อค้นพบดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแผนงานวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาในประเทศไทย โดยเริ่มจากการศึกษาศึกษากิจกรรมเชิงกีฬาในภาพรวมเพื่อและจัดทำกลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาสู่การท่องเที่ยว และ คัดสรร กิจกรรมวิ่ง ปั่นจักรยาน และมวย ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิงกีฬาที่คณะผู้วิจัยมีฐานข้อมูลเบื้องต้น ที่สามารถนำมาต่อยอดขยายผล และ ยังเป็นกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มใหญ่ (Mass Sport) ได้หลากหลาย ทั้งชาย หญิง เด็ก ผู้ใหญ่ และ ผู้สูงอายุ นักกีฬาที่ต้องการแข่งขัน กลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในช่วงเวลาว่าง เพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย เป็นการส่งเสริมคุณค่าการพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับกระแสโลก อันได้แก่กระแสการวิ่งเพื่อการท่องเที่ยว (Runings+ vacations)) คือการแสวงหาสถานที่วิ่ง ใหม่ ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การวิ่งที่แตกต่าง ในช่วงวันหยุด และกระแสความนิยมการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ที่มีอัตราการเติบโตสูงทั้งการปั่นในระยะสั้น การปั่นระยะไกล แบบทูลูราแบบราคาประหยัด ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในส่วนของกีฬามวยไทย เป็นกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ มาขับเคลื่อนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ สอดรับกับกรอบการวิจัยปีงบประมาณ 2560 ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มอาเซียน ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาสร้างสรรค์ กิจกรรมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับกับสนใจของนักท่องเที่ยว และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน แผนงานวิจัยประกอบไปด้วย 4 โครงการย่อยได้แก่ (1) กลยุทธ์ และ แนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ วัฒนธรรมท้องถิ่นมวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และ มวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายหลายประสบการณ์ฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค (3) การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย

1.2.1 เพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.2.2 เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1.2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.2.5 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงกีฬาในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตการศึกษาด้านพื้นที่ครอบคลุม แผ่นดินสุวรรณภูมิ ได้แก่ ประเทศไทย และ ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชาซึ่งเป็นพื้นที่ ที่มีศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว ด้วยมือเปล่าโดย ใช้การเคลื่อนไหวในการต่อสู้ด้วย หมัด เท้า เข่า ศอกและหัวไหล่ ต่อมาก็พัฒนาเป็นศิลปะการต่อสู้ ประจำชาติของแต่ละประเทศ อาทิ ประเทศไทย มีการพัฒนาเป็นมวยไทย ประเทศเมียนมาเป็น มวยราชวไรย์ ประเทศลาว มีมวยลายลาว และ กัมพูชา มีมวยประดัลเสรี และ เป็นพื้นที่ที่มีอาณาเขต ติดต่อกับประเทศไทยสามารถจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงด้วยจักรยาน ระหว่างประเทศไทย

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา แผนงานวิจัยการศึกษา “ศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) กิจกรรมการวิ่ง มวยสุวรรณภูมิ และ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานศึกษา วิเคราะห์ในประเด็นดังต่อไปนี้ 1) จัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย 2) จัดทำแผนการจัดการ เครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน 3) เสนอนแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เชิงกีฬา 4) เสนอนแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ และ 5) จัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงกีฬาในประเทศไทย มีการศึกษาวิจัยใน 4 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (โครงการย่อยที่ 1)

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาศักยภาพ และโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ ศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิ ศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อ การเรียนรู้มวยสุวรรณภูมิ และ จัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณ ภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (โครงการย่อยที่ 2)

ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาศักยภาพและสภาพปัจจุบันของการจัดงานวิ่งในประเทศไทย พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตามต่อการจัดงานวิ่ง วิเคราะห์

กระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ หาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (โครงการย่อยที่ 3)

ส่วนที่ 4 เป็นการศึกษาศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาปั่นจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านพหุติกรรมนักท่องเที่ยว ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์แนวโน้มกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวปั่นจักรยาน ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งผลกระทบเกี่ยวกับจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวศึกษาเส้นทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวต้นแบบที่เหมาะสมในการเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน และ แนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (โครงการย่อยที่ 4)

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลาการศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ 1 ปี เริ่มดำเนินการระหว่างเดือน 1 มิถุนายน 2560 ถึง 31 พฤษภาคม 2561

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เป็นข้อมูลให้สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งดูแลรับผิดชอบในการวางนโยบายในภาพรวมด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตพื้นที่รับผิดชอบได้

1.3.2 เป็นข้อมูลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.3.3 เป็นข้อมูลให้หน่วยงานภาครัฐกิจ ค่ายมวย ผู้จัดการกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถนำไปใช้ในการวางแผนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

1.3.4 เป็นข้อมูลให้องค์กรธุรกิจ องค์กรภาครัฐที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาใช้ในการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพการดำเนินงานในครั้งต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แผนการวิจัยเรื่อง ศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.3 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.4 พื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.5 ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและเป็นส่วนหนึ่งของมวยสุวรรณภูมิ
- 2.6 การวิ่งในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.7 การปั่นจักรยานในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.8 กิจกรรมเชิงกีฬา (Event tourism) ในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.9 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย
- 2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กระแสการให้ความสนใจต่อสุขภาพ การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การตื่นตัวในเรื่องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของคนทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เชื่อมต่อโลกไร้พรมแดน เหล่านี้ล้วนทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559, หน้า 28) แนวโน้มการเข้าร่วมมหกรรมกีฬาต่างๆ มีอัตราสูงขึ้นในทุกระดับของสังคม มีการขยายตัวของสังคมที่กว้างขึ้นในทุกกลุ่มอายุ การเดินทางท่องเที่ยววันหยุดของกลุ่มเยาวชนเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเดินทางแบบในช่วงวันหยุดสั้นๆ (shot breaks) และ second holidays สูงขึ้นมีนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแบบ active คือ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาและแบบ Passive ที่นักท่องเที่ยวเป็นเพียงผู้ชม (ไศรยา หอมชื่น และฐานิช ลิ้มตระกูล, 2555, หน้า 5) เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีนักวิชาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ดังนี้

กิบสัน (Gibson, H. J., 1998, p. 49) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยอิงแนวคิดการเดินทางเพื่อการพักผ่อนว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหมายถึงการเดินทางจากบ้านและชุมชนเพื่อเล่นหรือชมกีฬา ตลอดจนการไปเยี่ยมชมหอเกียรติยศ (Hall of Fame) ชมพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับกีฬา หรือการชมเวทีการแข่งขันกีฬาหรือสนามกีฬาที่มีชื่อเสียง

สแตนดีเวนท์ (Standeven, J., & De Knop, 1999, p. 12) การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลทั้งในเชิงพาณิชย์/ธุรกิจ และมีใช่เหตุผลเชิงพาณิชย์ที่ทำให้จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ โดยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เกี่ยวข้องอาจจะอยู่ในรูปของกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติ อาทิ กีฬาโอลิมปิกไปจนถึงกิจกรรมกีฬาของท้องถิ่น

กาโกและคณะ (Turco, D. M., Riley, R., & Swart, K. 2002, p. 3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมหรือการไปร่วมกิจกรรมกีฬาที่ได้กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมเพื่อการแข่งขัน เพื่อความบันเทิง เพื่อการศึกษา หรือเพื่อการพักผ่อน และนันทนาการ

ฟิเรนเซ (Firenze, 1998, p. 3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง การเดินทางเพื่อมีส่วนร่วมหรือเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาที่ได้กำหนดหรือจัดขึ้น ต่อมาได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง การใช้กีฬาซึ่งเป็นกิจกรรมทางกาย อาทิ วิ่ง กระโดด เดิน แข่ง วิ่ง การโยน การยิง การพายเรือ เป็นสื่อกลางในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในความหมายของฟิเรนเซ คือ ทั้งผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงกีฬาและผู้ชมในขณะนั้น

ซาลิแมน (Salyman, 2000) เห็นว่าแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรให้ความหมายจากแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การเดินทางที่มี “กิจกรรมทางกาย” เป็นแรงดึงดูดใจของการท่องเที่ยว คำอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาครอบคลุมทั้งในส่วนของความเป็นนักกีฬาหรือผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับกีฬา และผู้ชม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวโดยมีชนิดของกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ต้องใช้ทักษะ มีกฎกติกา มีรูปแบบวิธีการ วิธีการเล่นแม่เหล็กในการดึงดูดใจ หากอธิบายในมุมมองของธุรกิจการท่องเที่ยว นักกีฬาผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ชมกีฬาคือนักท่องเที่ยว ส่วนชนิดของกีฬาหรือกิจกรรมเชิงกีฬาคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนชุมชน สถานที่ หรือเมืองที่ใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว การดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ชนิดของกีฬา) ประสพการณ์ การบริการตลอดจน ทรัพยากรอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวกับกีฬา

โศรยา หอมชื่น (2551, หน้า 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนี้

1. การเดินทางเพื่อเหตุผลที่ไม่ใช่การพาณิชย์เพื่อเข้าร่วมหรือสังเกตการณ์ในกิจกรรมกีฬาในสถานที่ ซึ่งอยู่ห่างไกลจากที่อยู่อาศัยประจำวัน
2. การแสดงออกของรูปแบบพฤติกรรมของประชาชนในระหว่างช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน เช่น ช่วงวันหยุดที่ใช้สถานที่ซึ่งส่วนหนึ่งมีความดึงดูดทางธรรมชาติเป็นพิเศษ และอีกส่วนหนึ่งก็มีกิจกรรมกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเพื่อการนันทนาการด้านกายภาพ
3. วันหยุดพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชม หรือเป็นผู้เข้าแข่งขัน

4. การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่ของชุมชนที่พักอาศัย เพื่อเข้าร่วม ในกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเข้าชมกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายภาพหรือกีฬา

5. การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกประเภท ทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลทั้งในเชิงพาณิชย์ ธุรกิจ และมีใช้เหตุผลเชิงพาณิชย์ที่ทำให้จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ

6. ผู้เยี่ยมชมเยือนชั่วคราวที่มีการพำนักอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกีฬาโดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ส่วนสถานที่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจอันดับที่สอง

7. บุคคลและหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา หรือกีฬาเพื่อนันทนาการไม่ว่าจะเป็น โดยทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดินทางไปและหรือพำนักอยู่ในสถานที่นอกเขตพื้นที่ที่เป็นสิ่งแวดล้อมปกติ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีทั้งนักท่องเที่ยวทางตรง (Active) และนักท่องเที่ยวทางอ้อม (Passive) โดยนักท่องเที่ยวทางตรง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อมาเล่นหรือแข่งขันกีฬา มีส่วนร่วมกับกิจกรรมกีฬาในระหว่างวันหยุด กิจกรรมกีฬานี้รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กอล์ฟ เทนนิส สกีสกิล สกีนํ้า และการเล่นสกีน้ำ ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางอ้อม ได้แก่ ผู้ชมหรือผู้ที่ไปเยี่ยมชม พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกีฬา, หอเกียรติยศ สปอร์ตธีมพาร์ค (Sport Theme Park) หรือสนามแข่งขันกีฬาที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวทางอ้อมนี้อาจจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อต้องการประสบการณ์เกี่ยวกับกีฬานั้น ๆ และอาจจะไปเที่ยวชมกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทั้งเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา และเพื่อชมหรือเฝ้ามองกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา บทบาทของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังขึ้นอยู่กับชนิดของสิ่งจูงใจ ในการเดินทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิกเป้าหมายหลักของกิจกรรม คือ นักกีฬาและผู้เข้าร่วมในบทบาทต่าง ๆ อาทิ ก่อนการจัดมหกรรมกีฬา (Pre - Olympic Visitors) ซึ่งได้แก่ บุคคล คณะบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศเจ้าภาพเพื่อช่วยในการจัดกิจกรรม ในระหว่างการจัดมหกรรมกีฬา จะมีนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลกติกา กรรมการตัดสิน นักกีฬา สื่อมวลชน ส่วนนักท่องเที่ยวทางอ้อมที่เดินทางมาเพื่อชมกีฬา เป็นผลที่เกิดจากการจัดกิจกรรมและการนำเสนอของสื่อมวลชน ต่าง ๆ ในอีกมุมหนึ่ง หากสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นหอเกียรติยศ (Hall of Fame) พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา กลุ่มเป้าหมายหลักจึงเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อชมมากกว่าเพื่อมีส่วนร่วมกับการแข่งขัน จากที่กล่าวมาบ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีขอบเขตความหมายที่กว้าง

มีนักวิชาการชื่อแกมมอนและโรบินสัน (Sean Gammon and Tom Robinson, 2003, p. 21-26) ได้เชื่อมโยงให้เห็นความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวและกีฬา ในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Sport) การเชื่อมโยงดังกล่าวบ่งชี้ให้เห็นว่า ถึงคุณลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสาระสำคัญดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะต้องมีการกีฬาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยว แม้จะไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางนั้นๆ ก็ตาม เช่น คนกรุงเทพเดินทางไปเที่ยวทะเลที่

จังหวัดกระบี่และมีกิจกรรมการปั่นหน้าผา ปั่นจักรยาน เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว หรือ คนกรุงเทพเดินทางไปวิ่งแข่งขันภูเก็ตอินเตอร์เนชั่นนอลมาราธอน และเมื่อภายหลังเสร็จสิ้นการแข่งขันได้แวะเที่ยวชมทะเล ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางจะแตกต่างกัน แต่มีกิจกรรมกีฬาเข้าไปเกี่ยวข้องลักษณะของการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. กิจกรรมกีฬามีความหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ (Halmark event) กิจกรรมเพื่อสุขภาพร่างกาย (health and fitness) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (outdoor recreation) อาทิ การพายเรือแคนู การเล่นสกี การเล่นกระดานโต้คลื่น หรือการท่องเที่ยวผจญภัย เช่น การปั่นจักรยานเสือภูเขา การปีนผา เป็นต้น

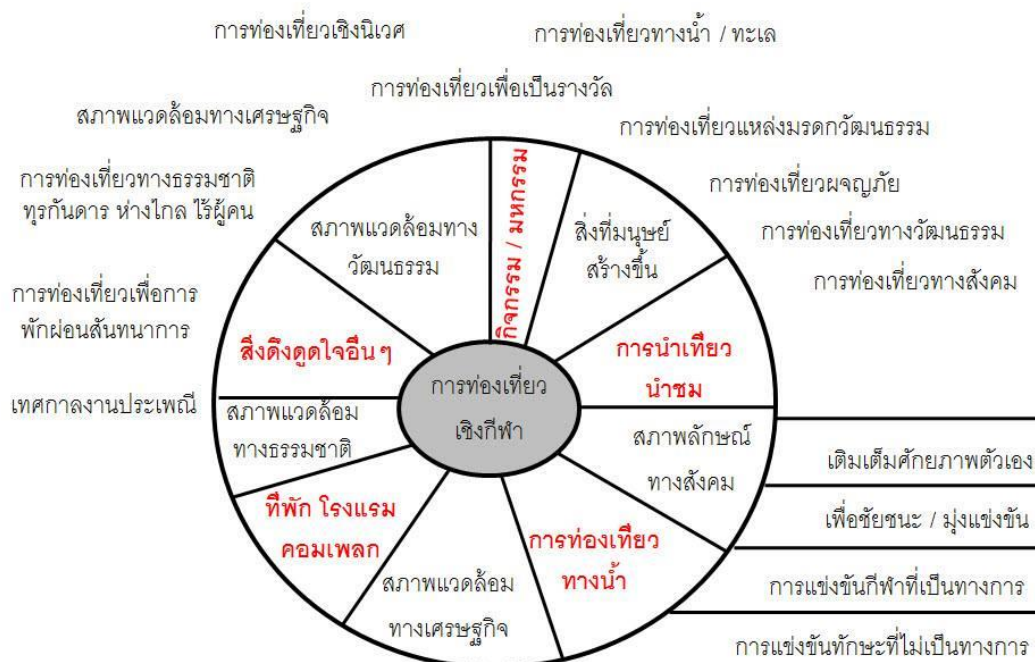
เมื่อพิจารณาถึงการนิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น บ่งชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องเป็นการเดินทางออกจากสถานที่อยู่อาศัยโดยปกติของตน ทั้งการเดินทางแบบค้างคืน และการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ การกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องเดินทางออกจากสถานที่อาศัยโดยปกติ เป็นการจำแนกนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ออกจากการเล่นกีฬาเพื่อการออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน ซึ่งมักจะมีกิจกรรมการออกกำลังกายในพื้นที่อาศัย หรือที่ทำงานซึ่งรูปแบบของการมีกิจกรรมกีฬาในพื้นที่อาศัยปกติ ไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น หากชาวอำเภอจอมบึง เข้าร่วมกิจกรรมการวิ่ง จอมบึงมาราธอน ซึ่งจัดอยู่ในพื้นที่อาศัย ไม่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในทางตรงกันข้ามหาก ชาวกรุงเทพ เดินทางจากกรุงเทพมหานครเพื่อไปร่วมกิจกรรมการวิ่งจอมบึงมาราธอน ในกรณีนี้ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะต้องเป็นการเดินทางที่มีการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬาหรือสถานที่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง ซึ่งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาของนักท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทั้งในฐานะของผู้เล่น (Active involvement) และการมีส่วนร่วมในฐานะของผู้ติดตาม หรือ ผู้ชม (Passive involvement) รวมถึงการมีกิจกรรมกีฬารวมอยู่โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะใดก็สามารถจัดอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมุมมองของเคิร์ตซ์และซาวฮาร์ (Kurtzman & Zauhar, 1997) จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 กลุ่ม และได้พัฒนาโมเดลเพื่อแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กับสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นตัวแปรเชิงพื้นที่ และมีผลต่อการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา รวมถึงนำเสนอบริบทหรือองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังแสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ที่มา : นักวิจัยปรับปรุงจาก เคิร์ตซ์และซาวฮาร์ (Kurtzman & Zauhar, 1997)

จากภาพที่ 2.1 อธิบายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ส่วนที่เป็นวงกลมเป็นแกนหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำแนกการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) 2) กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) 3) สิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬา (Sport Attractions) และ 4) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour) 5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (Sport Cruises) แต่ละกลุ่มเชื่อมต่อกันระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Setting) กิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Economic Setting) สังคม (Social Setting) ซึ่งเป็นบริบทเชิงพื้นที่ที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นกิจกรรมหลัก ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในทัศนะของเคิร์ตซ์และซาวฮาร์ (Kurtzman & Zauhar, 1997) ได้แก่

1.1 กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นภาคส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถ แบ่งหรือจำแนกได้หลากหลายทั้งในระดับความสำคัญ เวลาสถานที่ในการจัดกิจกรรม และคุณลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้น ในมุมมองของระดับความสำคัญ กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นได้ทั้งกิจกรรมระดับชุมชน ภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับทวีป นานาชาติ และระดับโลก กล่าวคือในด้านเวลาและสถานที่ กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถที่จะเลือกจัดในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งอย่างเป็นการถาวรตลอดไปหรือเคลื่อนย้ายสลับไปจัดยังสถานที่ต่าง ๆ หรือจัดพร้อม ๆ กันในหลายสถานที่ในช่วงเวลาเดียวกัน ในลักษณะของรูปแบบการจัด อาจจัดในรูปแบบของมือสมัครเล่น หรือจะจัดเฉพาะระดับมืออาชีพได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถใช้เป็นสื่อเพื่อดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชน

บุคคลภายนอก ผู้ชำนาญเฉพาะทางเกี่ยวกับกีฬา ผู้ฝึกสอน และบุคคลทั่วไป การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ยังสามารถผสมผสานเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับกิจกรรม ดังตัวอย่างของการจัดแข่งขันเรือมังกร (Dragon Boat Festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีบนเกาะฮ่องกง เขตปกครองพิเศษของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีการผสมผสาน ความสนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจของการแข่งขัน และสีสันฉูดฉาดของเรือมังกรจากหลายประเทศ รวมถึงเสียงอึกทึกของกลองการแข่งเรือ และการแสดงศิลปะพื้นเมืองของชาวจีนอีกหลายชนิดที่ถูกนำมาแสดงประกอบตลอดการแข่งขัน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้มาเยือนทุกวันทั้ง 5 เดือน 5 ตามปฏิทินทางจันทรคติหรือวัน “Double Fifth” ได้เป็นอย่างดี กิจกรรมเชิงกีฬายังหมายถึง มหกรรมกีฬานานาชาติ อาทิ กีฬาโอลิมปิก กิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติแบบดั้งเดิม ฮอลล์มาร์ค (Hallmark Events) ตัวอย่างของกิจกรรมเชิงกีฬา อาทิ เอ็นบีเอ แชมป์เปี้ยนชิพ (Championship Bonus NBA) การแข่งขันกีฬาที่สามารถมีส่วนร่วมในเฉพาะในกรณีที่ได้รับเชิญ (Invitational - a Sports Event) กีฬาลีก (League Game) มาราธอน โบลิ่ง เป็นต้น

1.2 กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านการวางแผนผสมผสานกับการพักผ่อน โดยมีสิ่งจูงใจหลักเป็นการเล่นกีฬาในบรรยากาศของรีสอร์ท คอมเพลกซ์หรือวิลล่า พร้อมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับแต่ละชนิดกีฬา ตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกีฬาในรีสอร์ท (Sport Resort) เช่น กอล์ฟรีสอร์ท สกีรีสอร์ท ฟิตเนส แอน สปา รีสอร์ท แคมป์ การตกปลาในรีสอร์ท การขี่ม้า (Ranches) เทนนิสรีสอร์ท กอล์ฟ แอนด์ คันทรี่คลับ (Golf and Country Clubs) เป็นต้น รูปแบบของกิจกรรมที่จัดบริการ อาทิ การสอน การฝึกอบรม การฝึกปฏิบัติภายใต้การกำกับของผู้เชี่ยวชาญ (Coaches) การเข้าค่ายเตรียมความพร้อมสำหรับ การแข่งขัน เป็นต้น

1.3 สถานที่และดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬา (Sport Attractions) ในกลุ่มนี้จะหมายถึงสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ ที่อยู่ในชุมชน ภูมิภาค เมือง หรือในระดับประเทศ เป็นสิ่งดึงดูดใจที่อยู่ในรูปของบริบทและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกาย (Physical Activities) มีพลังและส่งเสริมให้เกิดการเล่นกีฬาในลักษณะต่าง ๆ สิ่งดึงดูดใจนี้มีหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1.3.1 สถานะและสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกกีฬากายในพื้นที่ เช่น ศูนย์กีฬาคบวงจร สนามแข่งขัน (รยยนต์ จักรยานยนต์) สนามฟุตบอล (Stadiums) สนามกีฬากลางแจ้ง เวทีมวย (Arenas) สถานที่เล่นโบว์ลิ่ง (Bowls) สนามกีฬาในร่ม (Domes) ที่สามารถใช้จัดการแข่งขันรายการกีฬาต่าง ๆ ได้ เป็นต้น รวมถึงพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับกีฬา หรือสถานที่ที่เคยจัดกีฬาสำคัญ ๆ ในอดีต อาทิ สนามกีฬาโอลิมปิกเก่า สถานที่ตั้งสโมสรกีฬาที่มีชื่อเสียง บ้านพักนักกีฬาดั้งเดิมหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

1.3.2 สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ อาทิ สวนสาธารณะ แม่น้ำ ธรรมชาติ ป่าเขา ภูเขา ลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพอากาศที่เอื้อต่อการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเล่นสไลด์เดอร์ (Sliders) สกี กระโดด ปีนหน้าผา ล่องแก่ง แข่งเรือ (Canoe Marathon) ล่องแพ แข่งขันเจ็ตสกี เป็นต้น

1.4 โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มนี้เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่จัดเป็นรายการนำเที่ยวเพื่อไปชมกิจกรรม เยือนสถานที่ การร่วมประชุม

สัมมนา ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการตลอดจนโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการผจญภัยในโอกาสต่าง ๆ อาทิ รายการท่องเที่ยวเดินป่า ปีนเขา ปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว วิ่งเพื่อสุขภาพและวิ่งมาราธอน หรือการพายเรือแคนู (Canoeing) ท่องเที่ยว เป็นต้น มักจะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งต้นกำเนิดของแหล่งกีฬา โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงกีฬายังครอบคลุมถึงการเดินทาง เข้าร่วมแข่งขันหรือชมรายการกีฬาอาชีพต่าง ๆ (Professional Sport Game Tour) ที่จัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการที่มีเงินรางวัล ทั้งรูปแบบฤดูกาลและการแข่งขันแบบ Tournament กระจ่ายไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งระดับภูมิภาค และประเทศทั่วโลก

1.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (Sport Cruises) การท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้เรือเป็นส่วนประกอบหลักของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรือขนาดใหญ่ที่สามารถจัดกิจกรรมเชิงกีฬาแข่งขันบนเรือได้ เช่น จัดแข่งขันกอล์ฟ เทนนิส ดำน้ำ มีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา อบรมให้ความรู้ (Training) แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวบนเรือ หรือจะเป็นเรือขนาดเล็ก เช่น แข่งเรือใบ การพายเรือแคนู (Canoeing) เรือคายัค (Kayaking) รวมถึงการดำน้ำแบบสกูปา (Scuba Diving) การดำน้ำแบบสนอร์กเกิล (Snorkel) และการเล่นเจ็ตบอร์ด (Jet Boating)

2. ลำดับถัดไปรอบนอกวงกลม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) รูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ และ (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

2.1 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสังคม (Social Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Tourism) การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Educational Tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางไกลไร้ผู้คน (Wilderness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนสันทนาการ (Leisure Tourism) รวมถึงงานประเพณีอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำมาเชื่อมโยง บูรณาการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ได้อย่างหลากหลายและแตกต่างกันไปตามลักษณะของภูมิศาสตร์ และต้นทุนทางสังคมวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่

2.2 แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาและรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความหลากหลาย ทั้งในส่วนที่เป็นนักกีฬาและผู้ชม ดังนั้นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงแตกต่างกันไป นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการเติมเต็มศักยภาพของตัวเอง เพื่อชัยชนะหรือเพื่อการแข่งขัน ซึ่งรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาอาจจะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการกีฬาที่ไม่เป็นทางการ (Participate in Unorganized Sport) เป็นกิจกรรมทางการกีฬาที่นัดหมายกันเป็นกลุ่ม โดยไม่ได้รับการรับรองหรือการควบคุมจากสังคมภายนอก เช่น การเล่น Skateboard ที่สวนสาธารณะ การเล่น Hockey บนถนน การวิ่งเบา ๆ การปั่นจักรยาน เป็นต้น และมีส่วนร่วมในการกีฬาที่เป็นทางการ (Participate in Organized Sport) ซึ่งเป็นกิจกรรมการแข่งขันที่ถูกอนุมัติหรือถูกควบคุมโดยผู้มีอำนาจสั่งการ เช่น การแข่งขันระดับอาชีพ (League) จะมีสมาคมที่ดูแลอย่างใกล้ชิด สามารถแบ่งผู้มีส่วนร่วมออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มสมัครเล่น (Amateur Sporting Events) เป็นการแข่งขันกีฬาเพื่อให้นักกีฬาได้เล่นโดยไม่ได้เงินเป็นค่าตอบแทนจากการแข่งขัน และ

(2) กลุ่มระดับอาชีพ (Professional) เป็นการแข่งขันกีฬาโดยที่รับค่าตอบแทนเป็นรางวัลจากการแข่งขัน อาจได้รับเป็นเงินเดือนหรือค่าจ้าง

2.3 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ไศรยา หอมชื่น (2551, หน้า 4-8) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่อาจกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อขยายกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยว ที่ถูกดึงดูดให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่อาจเข้าถึงได้โดยทั่วไปดังเห็นได้จากการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวมวลชน เมื่อมีการจัดมหกรรมกีฬารั้งสำคัญ ๆ แต่ในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบไปด้วยตลาดเฉพาะที่แตกต่างกัน หลายระดับ การทำความเข้าใจกับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามความเข้มข้นของกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วมในสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1. กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top Performance Athletes) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันจึงต้องการการเข้าถึงสนามแข่งขันได้สะดวก มีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นสำคัญ ผู้จัดการเดินทาง และผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พักเฉพาะ และความต้องการเรื่องอาหารของนักกีฬา รวมทั้งการจัดเตรียมแพทย์ และเครื่องมือเครื่องมือที่จำเป็นตลอดจนบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานของนักกีฬา

2. กลุ่มนักกีฬามวลชน (Mass Sport) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการรักษาสภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ และมีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทางเข้าถึงเขตพื้นที่พักผ่อนวันหยุด และคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มตลาดนี้

3. กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional Sports (wo)man) สำหรับกลุ่มนี้ การชดเชย และชื่อเสียงเกียรติยศมีบทบาทสำคัญกว่าความทะเยอทะยานทางด้านกีฬาในการแสวงหา กีฬาที่เกิดขึ้นเฉพาะทางบางโอกาส กลุ่มความต้องการนี้ให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องฝึกซ้อมมาก เช่น สกิและโบว์ลิ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมด้านกีฬามีได้มีความสำคัญมากไปกว่า การเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม และความสนใจอื่นภายในกลุ่มตลาดนี้

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive Sports Tourist) กลุ่มนี้ไม่ได้แสวงหา กิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใด เป้าประสงค์ของกลุ่มนี้ คือ มหกรรมกีฬารั้งยิ่งใหญ่ และสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาที่ทรงเกียรติ รวมถึงโค้ชและผู้ติดตามนักกีฬาคนสำคัญ ตลอดจนผู้รายงานข่าว กลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬา จำนวนมหาศาล

2.4 พื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงพื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความหลากหลายดังนี้

2.4.1 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตั้งอยู่นอกสนามแข่งขัน (Sport Tourism in Peripheral Location) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ที่ไม่ใช่สนามกีฬา มักอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ ตัวอย่างของทรัพยากรเหล่านี้ ได้แก่ ภูเขา ทะเลสาบ และแม่น้ำที่เป็นทรัพยากรพื้นฐานสำหรับกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น ปีนเขา (Mountain Claiming) สกี (Sking) ล่องแก่ง (Rafting) เล่นเรือใบ (Sailing) ดำน้ำ (Diving) และตกปลา (Angling) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่นอกเมือง โดยปกติจะเป็นกีฬาที่ต้องขึ้นอยู่กับทรัพยากร ดังนั้นจึงถูกกำหนดโดยลักษณะทางธรรมชาติของภูมิประเทศมากกว่าระยะห่างจากพื้นที่ตลาด เขตพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบของการเดินทาง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แข่งขันกันแบบเปิดมีลักษณะตรงกันข้ามกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่แข่งขันในสนามกลาง ทฤษฎีพื้นที่แข่งขันกีฬาที่ใช้กับพื้นที่ แบบเปิดชี้ว่าทรัพยากรธรรมชาติเป็นตัวกำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเกิดขึ้นมิใช่การ เข้าถึงตลาด ตัวอย่างเช่น สกีรีสอร์ท ต้องขึ้นอยู่กับระดับความสูงของภูเขา สภาพหิมะ และลานที่มีหิมะปกคลุมมากพอที่จะสามารถเล่นสกีได้ ซึ่งเรื่องนี้เป็นกรณีสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เฉพาะเจาะจง มีแรงจูงใจจากกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยลักษณะโดดเด่นของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่หลากหลาย ซึ่งมีได้พร้อมเสมอที่จะเอื้อต่อการสร้างความพึงพอใจ ไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิศาสตร์ (การเข้าถึง) ด้านประชากรศาสตร์หรือด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น เมื่อใดก็ตาม ที่ทรัพยากรธรรมชาติเอื้ออำนวย และการเข้าถึงของตลาดเกิดขึ้นพร้อมกัน สถานที่นั้นก็จะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่นอกจากเมือง อาจจะกระตุ้นการลงทุนในด้านการขนส่ง และโครงสร้างพื้นที่ ทำให้มีการพัฒนาการเข้าถึง ส่วนการพัฒนาการประกอบการเชิงพาณิชย์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นแรงผลักดันไปสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม ตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เปิดนอกเมืองที่โดดเด่นของโลก เช่น การแข่งขันจักรยานทางไกล Tour de France ของประเทศฝรั่งเศส ที่จัดขึ้นประจำปีทุกปี ในช่วงเดือนกรกฎาคม ส่วนในประเทศไทยก็มีการจัดการแข่งขันพัตยมาราธอนเป็นรายการประจำปี ช่วงเดือนกรกฎาคม นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันไตรกีฬานานาชาติที่จังหวัดภูเก็ตที่จัดขึ้นเป็นประจำ ช่วงเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของฝั่งทะเลอันดามัน

2.4.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ณ ศูนย์การแข่งขันกีฬา (Sport Tourism in Central Location) การแข่งขันกีฬาที่จัดในสนามแข่งขันของเมืองต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางระหว่างเมือง และส่งผลต่อเศรษฐกิจของเมืองที่จัดการแข่งขัน ส่วนใหญ่สนามกีฬาก็จะอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีประชากรค่อนข้างมาก และมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่จะเข้าชมการแข่งขันทั้งที่เป็นคนในพื้นที่ และคนที่เดินทางมาจากต่างถิ่น เช่น การแข่งขันฟุตบอลแบบเหย้า เยือน กองเชียร์ของทีมฟุตบอลก็จะเดินทางไปเชียร์ในสนามทั้งนัดที่แข่งในเมืองของตนเอง และเมื่อต้องไปแข่งขันที่ต่างเมืองทั้งนี้ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยวอาจจะหากกลยุทธ์ที่จะกระตุ้นให้มีแฟนกีฬา ที่ไม่ใช่คนในพื้นที่เดินทางมาชม หรือนักท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ร่วมชมการแข่งขันกีฬาในเมืองนั้นด้วย ตัวอย่างที่เด่นชัดในกรณีนี้

คือ การแข่งขันฟุตบอลที่เป็นกีฬาแพร่หลายในยุโรป และมีทีมฟุตบอลของแต่ละเมืองมีการจัดการแข่งขันกันเป็นประจำ และเป็นธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล

2.4.3 อีกรูปแบบหนึ่งของการแข่งขันกีฬาในสนามแข่งขันที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวด้วยคือ การทำให้กีฬาประเภทนั้นๆ เดินทางไปยังสนามแข่งขันต่างๆ ทั่วโลกที่มีผู้นิยมชมชอบกีฬาประเภทนี้อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นเมืองใหญ่ที่มีความพร้อมและโดดเด่น หรือมีทัศนียภาพ ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การแข่งขันกีฬาในลักษณะนี้มีการทำการตลาดแบบ “Periodic marketing” ที่รวมเอาวงจรของการเดินทางผนวกกับลำดับของสนามแข่งขันต่างๆ จะจัดการแข่งขัน โดยการออกแบบเพื่อปรับปรุงการเข้าถึงของผู้ชม ตัวอย่างของการแข่งขันประเภทนี้ ได้แก่ กอล์ฟ PGA Tour (Professional Golf Association Tour) เทนนิส ATP Tour Association of Tennis Professional Tour) เพื่อให้ได้ประโยชน์จากสภาวะของฤดูกาล ในพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง การแข่งขัน Periodic Marketing มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยประการแรก เป็นการเปลี่ยนผู้แข่งขัน หรือนักกีฬาให้กลายเป็นผู้เดินทางเพื่อกีฬา (Sport Traveler) เนื่องจากวงจรของการแข่งขันเป็นการเคลื่อนย้ายสนามโดยเปลี่ยนสถานที่จากประเทศ/ทวีปหนึ่งไปยังอีกประเทศหรือทวีปหนึ่ง ประการที่สองเป็นการสร้างโอกาสสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับการจัดการแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ นักท่องเที่ยว มักจะมีความเอาใจใส่กับการเชื่อมโยงศูนย์กลางต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นสอดคล้องกับความต้องการประสบการณ์ของผู้มาเยี่ยมชม ถูกกล่าวอ้างโดย Leiper (1990) การพัฒนาสนามกีฬาในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้เห็นศักยภาพในการสนับสนุนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดมหกรรมกีฬาในเชิงการท่องเที่ยว พลังที่ผสมผสานกันเป็นหนึ่ง เกิดขึ้นในสถานที่ใดก็ตามที่มี สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านกีฬา ได้รับการพัฒนาควบคู่กับการสร้าง Sport bar พิพิธภัณฑสถานหอเกียรติภูมิ (Hall of Fame) และสิ่งบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ส่วนการพัฒนากิจกรรมเสริม (ที่อาจจะไม่ใช่กิจกรรมด้านกีฬา) และการบริการนักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ที่พัก ธนาคาร และศูนย์ให้บริการข้อมูลเป็นการยกระดับพื้นที่ท่องเที่ยวซึ่งการพัฒนาเหล่านี้จะเป็นการพัฒนาแบบถาวรหรือไม่ก็ได้ การพัฒนาพื้นที่ชั่วคราวในบริเวณของนักท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่พยายามชมุขมหกรรมกีฬา เพื่อกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์ที่กว้างขวางขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงของนานาชาติเข้าสู่ระบบประชาธิปไตย แม้ว่าการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาบางประเภทยังคงถูกจำกัดด้วยปัจจัยบางอย่าง เช่น ขนชั้นทางสังคม โดยมีความเชื่อมโยงระหว่างสถานะทางสังคม ประชากรศาสตร์ วิถีชีวิต มีการขยายขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมในกิจกรรมเชิงกีฬา ความสนใจในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกายที่เพิ่มสูงขึ้นในสังคมตะวันตก มีความต้องการและกระตือรือร้นในประกอบกิจกรรมสันทนาการระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีความสนใจกิจกรรมกีฬาหรือมหกรรมกีฬาต่างๆ ที่จัดขึ้นในเขตเมืองใหม่ และเมืองที่มีภาพลักษณ์ดี แนวโน้มดังกล่าวจึงเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับการเล่นกีฬา และงานมหกรรมกีฬาที่จัดขึ้นในพื้นที่

หากพิจารณาถึงชนิดของกีฬาสำหรับการออกกำลังกายและเล่นกีฬาที่เป็นกีฬาสากลและเป็นกีฬามวลชน (Mass participation) ที่นิยมนำมาใช้ในการออกกำลังกายและเล่นกีฬาได้แก่ การวิ่ง ปั่นจักรยาน วายน้ำ เป็นต้น ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ (ไทยโพสต์, 2560) ได้รายงานบทสัมภาษณ์ นายบุญเพิ่ม อินทนปสาธน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจจัดงานอีเวนต์นานาชาติว่าในช่วงที่ผ่านมาการจัดแข่งขันกีฬาและกิจกรรมพิเศษที่เรียกว่า กีฬาแห่งมวลชน (Mass Participation) ได้แก่ การวิ่ง ปั่นจักรยาน และไตรกีฬา เป็นต้น มีอัตราเติบโตอย่างก้าวกระโดด เห็นได้จากการจัดอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับชนิดกีฬาดังกล่าวปีละ 500 รายการ และมีกระแสดีโตไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 มีปัจจัยบ่งชี้ให้เห็นถึงกระแสของการเติบโต อาทิ การจัดกิจกรรมปั่นจักรยาน และการวิ่งเพื่อสุขภาพกระจายทั่วไปในทุกภูมิภาคของประเทศ ในส่วนของนักท่องเที่ยวและนักกีฬาเองก็มีการตั้งกลุ่มชมรม และเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงกีฬาในระหว่างสมาชิกผ่านทาง โซเชียลมีเดียต่าง (Social Media) ทั้งทางไลน์ (line) เฟสบุ๊ก (facebook) สมาชิกอัพเดท (Update) กิจกรรมเกี่ยวกับการวิ่ง และการปั่นจักรยาน พร้อมบรรยากาศภายในพื้นที่ มีเว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มเฉพาะตามความสนใจ เช่น กลุ่มวิ่งเพื่อสุขภาพ และกลุ่มจักรยานในพันทิป มีเว็บไซต์ Thai MTB.com มีเว็บไซต์ของสมาพันธ์การวิ่งเพื่อสุขภาพ สมาพันธ์จักรยาน มีการชวนกันออกทริปปั่นไปนอกพื้นที่ มีนักวิ่ง ดารา และบุคคลมีชื่อเสียงต่าง ๆ อาทิ ตูน บอดี้สแลม นาวันต้า โน้ต วัชรบูล ลี้สุวรรณ มีความชื่นชอบนักกีฬาชาวไทยที่ไปสร้างชื่อเสียงด้านกีฬาจักรยานในการแข่งขันสนามต่าง ๆ ในส่วนของกีฬาซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรมประจำชาติ พบว่า มวยไทย ได้รับความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการขายทัวร์ที่รวมเรื่อง การดูมวย การเรียนมวย และการซ้อมมวย จบด้วยการถ่ายรูปกับมวยไทย กอปรกับกระแสภาพยนตร์เรื่ององค์บาก กระตุ้นให้ชาวต่างชาติรู้จักเมืองไทย มวยไทย ช่างไทยมากขึ้น ความเคลื่อนไหวเหล่านี้ เป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มวิ่งเพื่อสุขภาพ กลุ่มจักรยาน และการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งเป็นกลุ่มกิจกรรมที่คณะผู้วิจัยเลือกศึกษา การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกีฬาทั้ง 3 ชนิดดังกล่าวจะนำเสนอในลำดับต่อไป

2.5 ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ เป็นส่วนหนึ่งของมวยสุพรรณภูมิ

ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวหมายถึงสิ่งดึงดูดใจ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์และสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหมายถึงทุกสิ่งอย่างที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งจูงใจที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการ อาจจะเป็นลักษณะทางกายภาพ การออกแบบ และข้อเสนอต่าง ๆ ตลอดจนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นมากกว่าสถานที่ที่น่าสนใจ เป็นมากกว่าการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน แต่เป็นผลรวมของประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนต่างถิ่น บุคคลที่นักท่องเที่ยวได้เกี่ยวข้องสัมผัส กิจกรรมที่กระทำระหว่างการท่องเที่ยว และการบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ ในการตัดสินใจซื้อนักท่องเที่ยวไม่ได้ซื้อที่ตัวผลิตภัณฑ์ แต่นักท่องเที่ยว

ข้อความคาดหวังของประโยชน์ที่จะได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งประโยชน์ที่ได้ อาจจะเป็นประโยชน์ทางด้านเหตุผล หรือคุณประโยชน์ทางด้านอารมณ์ การขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นการขายประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถพบได้จากการใช้ชีวิตประจำวันที่บ้านหรือสถานที่พำนัก นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมายังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเพื่อได้รับประสบการณ์นั้น หากพิจารณาถึงศิลปวัฒนธรรมมวยไทย ในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว อาทิ กลุ่มที่ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อผ่อนคลาย เพื่อนันทนาการ เรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมไทย เรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับความเชื่อ เครื่องราง และเครื่องแต่งกายอื่น ๆ กลุ่มเรียนมวยไทยเพื่อเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของดนตรีสำหรับการต่อสู้ เพื่อการออกกำลังกาย เพื่อใช้ประกอบอาชีพ และเพื่อเป็นนักกีฬาเป็นต้น มวยไทยเป็นสื่อวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ต่างวัฒนธรรม

ปัจจุบันประเทศไทยมีค่ายมวยทั่วประเทศอยู่ถึง 3,975 ค่าย อยู่ในกรุงเทพมหานคร 912 ค่าย ภาค 1 จำนวน 331 ค่าย ภาค 2 จำนวน 368 ค่าย ภาค 3 จำนวน 1,431 ค่าย ภาค 4 จำนวน 547 ค่าย และภาค 5 จำนวน 369 ค่าย ซึ่งเป็นการบ่งชี้ถึงศักยภาพของการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจมาศึกษามวยไทยในประเทศไทย (ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ, 2560) ได้ศึกษาสำรวจความคาดหวังการสำรวจความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาพบกับสภาพที่เป็นจริง ได้สัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้มวยไทย จากแหล่งเรียนรู้ที่เป็นประเทศต้นกำเนิด จากนักมวยอาชีพ จากเจ้าของวัฒนธรรม จากคุณลักษณะการให้บริการต่าง ๆ มีรับรู้สภาพที่เป็นจริงค่าสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในทุกรายประเด็น ซึ่งข้อค้นพบนี้นับเป็นจุดเด่นที่จะสร้างความพึงพอใจและความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจค่ายมวยไทย ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้สภาพที่เป็นจริง สามารถนำไปสู่การพยากรณ์ความพึงพอใจที่เป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้สภาพที่เป็นจริงกับความคาดหวังได้ว่าธุรกิจค่ายมวยซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้มวยไทยของชาวต่างประเทศสามารถจัดการให้เกิดความพึงพอใจอย่างมากต่อผู้รับบริการ ดังจะเห็นได้จากค่าความแตกต่างระหว่างค่าความคาดหวังกับการรับรู้สภาพที่เป็นจริง ข้อค้นพบนี้อธิบายด้วยแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดได้ว่า คุณค่าบริการ (Value added) ที่เกิดจากกระบวนการผลิต กระบวนการให้บริการ การยึดหลักคุณภาพโดยรวม (Total quality) ที่ส่งมอบให้กับลูกค้ามีมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) และสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างมาก ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจค่ายมวยได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้น ด้วยอัตลักษณ์ความโดดเด่นของแม่ไม้มวยไทย ผนวกกับแรงผลักดันทั้งจากกระแสคนรุ่นใหม่ใส่ใจสุขภาพ ความสนใจทางด้านกีฬา การเผยแพร่ศิลปะแม่ไม้มวยไทยในสื่อภาพยนตร์ สื่อออนไลน์ และการจัดการแข่งขันที่เริ่มกระจายไปสู่ต่างประเทศ เหล่านี้ล้วนทำให้มีผู้สนใจที่จะเรียนรู้มวยไทยเพิ่มมากขึ้น หากพิจารณาถึงองค์ความรู้ในการจัดการค่ายมวยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในมุมมองของผู้ประกอบการค่ายมวยที่สำคัญได้แก่

1. ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและเพียงพอ มีเนื้อที่เหมาะสม สะอาด และเป็นสัดส่วน

2. ปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัย ได้แก่ ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ความปลอดภัยจากมีจางชีพ ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า และความปลอดภัยของอาคาร

3. ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย คุณภาพของครูฝึก สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียน การเอาใจใส่ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน

4. ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน ได้แก่ มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ และมีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน

5. ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา ได้แก่ มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน

6. ปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด ได้แก่ มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม และความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศและอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย การสร้างแฟนคลับ จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย จัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม จัดที่พักไว้บริการ จำหน่ายของที่ระลึก การจัดช่องทางทางการตลาด และคุณภาพของการให้บริการ

เมื่อพิจารณาต้นกำเนิดและบริบทเชิงพื้นที่ เดิมประเทศไทยอยู่ในพื้นที่เรียกว่า “สุวรรณภูมิ” เป็นชื่อเรียกดินแดนที่มีการกล่าวถึงในคัมภีร์โบราณหลายฉบับในทางพระพุทธศาสนา ซึ่งคำว่าสุวรรณภูมิ นี้มีความหมายว่า แผ่นดินทอง ดินแดนสุวรรณภูมิ จึงแปลว่า ดินแดนแห่งทองคำ หมายถึงดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ อดุดรเถระเป็นประธาน สุวรรณภูมิเป็นดินแดนที่เป็นแผ่นดินใหญ่ สุวรรณทวีป คือ เกาะที่อยู่ติดกับสุวรรณภูมิ และเนื่องจากในชาดกกล่าวว่า สุวรรณภูมิอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ เมื่อพิจารณาจากแผนที่โลก จึงน่าจะสันนิษฐานได้ต่อไปว่า สุวรรณภูมิ คือส่วนที่เป็นแผ่นดิน ได้แก่ ประเทศพม่า ลาว ไทย กัมพูชา ส่วนสุวรรณทวีปซึ่งเป็นเกาะ น่าจะได้แก่ เกาะชวา สุมาตรา หรืออินโดนีเซีย ตลอดทั้งฟิลิปปินส์เมื่อพิจารณาหลักฐานทางโบราณคดีเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาพบว่า เมืองหงสาวดี และเมืองนครปฐมสมัยทวารวดี มีอายุเก่าแก่ที่สุด และร่วมสมัยกัน คือ ราวพุทธศตวรรษที่ 6 ศิลปะการต่อสู้แห่งอินโดจีน ศิลปะการต่อสู้ของคนในแถบอินโดจีนหรือแถบสุวรรณภูมิมีความคล้ายคลึงกับการต่อสู้ที่ถ่ายทอดต่อมาจากศิลปะการต่อสู้ของชาวอินเดีย ซึ่งจุดเด่นของศิลปะการต่อสู้ดังกล่าวนี้ คือ การต่อสู้แบบมวยอินโดจีน ประกอบไปด้วย ศิลปะการต่อสู้ในแบบต่าง ๆ ดังนี้ (ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ, 2560)

1. มวยโบราณ (Ancient Boxing) โดยบรรพบุรุษคนไทยได้ใช้ในการป้องกันตัวต่อศัตรู ควบคู่ไปกับการใช้ดาบและกระบี่กระบอง

2. มวยไทย (Muaythai or Thai Boxing) เป็นศิลปะการต่อสู้ของคนไทยโดยใช้ทักษะหมัดเท้า เข่า ศอก ที่มีความแข็งแกร่งและมีพลังที่สามารถเอาชนะคู่ต่อสู้ได้

3. เลตเวयी (Burmese Lethwei) เป็นศาสตร์การต่อสู้ของชาวพม่าแต่สมัยโบราณ ใช้ หมัด เท้า เข่า ศอก และแม้กระทั่งศีรษะในการป้องกันการตัว

4. มวยลาว (Lao Kick boxing)

5. มาเลโตมอย (Malay Tomoi) เป็นศิลปะการต่อสู้ของชาวมาเลเซียถ่ายทอดมาจากมวยไทยสมัยโบราณหรือมวยโบราณนั่นเอง

6. มวยประดัลเสรี (Pradal Seri) เป็นศิลปะการต่อสู้ของชาวกัมพูชาที่เน้นทักษะการใช้ศอก

ดินแดนสุวรรณภูมิ มีศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิของแต่ละประเทศเรียกชื่อแตกต่างกัน ดังนี้ มวยไทยของประเทศไทย มวยแลตเวียของประเทศสหภาพพม่า มวยประดัลเสรีหรือกุนคะแมร์ของประเทศกัมพูชา และมวยลาวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยในการศึกษาครั้งนี้เลือกพื้นที่ศึกษาใน ประเทศ กัมพูชา ลาว และ เมียนมาร์ เป็นพื้นที่ศึกษา

2.6 การวิ่งในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การวิ่ง เป็นกีฬารูปแบบหนึ่งที่มีผู้นิยมเป็นจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ เป็นการออกกำลังกายที่เป็นที่นิยมของคนทุกเพศทุกวัย ที่ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ ผู้ที่ไม่มีทักษะทางการกีฬาก็สามารถวิ่งได้ ประหยัด สะดวก สามารถวิ่งได้ทุกสถานที่ วิ่งกลางแจ้ง วิ่งบน พื้นถนน ในทุ่งกว้าง วิ่งชายทะเล บนสนามหญ้า วิ่งรอบบ้าน หรือวิ่งอยู่กับที่ในห้อง การวิ่งยังช่วยให้สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง และยังมีบทบาทในด้านการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือนในสถานที่ที่มีการวิ่งเพื่อสุขภาพ ทั้งในกลุ่มนักกีฬาที่สนใจ ผู้ติดตามนักกีฬา กลุ่มเพื่อน รวมถึงผู้ชมงาน (Department Sport and Recreation South Africa, 2012, p. 3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) จัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของไทยในประเภทของการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

กระแสการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง ในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ทั้งในส่วนของจำนวนนักวิ่ง สนามแข่งขัน ประเภทของการวิ่ง รวมถึงระยะทางการวิ่ง ทั้งนี้เพื่อสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งมาราธอนที่ปรับเปลี่ยนไป (Olgay Buyukkayali, 2012) สอดคล้องกับการรายงานของ เว็บไซต์ FindMyMarathon.com (2017) ซึ่งได้แสดงสถิติจำนวนการเพิ่มขึ้นของนักวิ่งจาก 467 สนาม ในปี 2017 พบว่าแต่ละสนามมีจำนวนนักวิ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 88 คนต่อสนาม ในปี 2018 โดยคาดว่า ประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีการจัดงานวิ่งมาราธอนจำนวนประมาณ 809 สนาม โดยอันดับสูงสุด 66 สนามจัดในรัฐ California USA. รองลงมา 41 สนามจัดในรัฐ Washington USA และสนามที่มีการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนน้อยที่สุดอยู่ที่รัฐ North Dakota USA. มีเพียง 3 สนาม

จำนวนนักวิ่งมาราธอนทั่วโลกยังคงเติบโตต่อเนื่องโดยทางด้านอเมริกาเหนือยังคงเติบโตแบบคงที่ ในภาคส่วนของเอเชียกลับมีนักวิ่งมาราธอนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

เสรี เพิ่มชาติ และ นางลักษณ์ เพิ่มชาติ (2559) ได้รายงานว่า การจัดการแข่งขันวิ่งในประเทศไทยได้มีการจัดกันโดยต่อเนื่อง ขณะเดียวกันได้มีการพัฒนารูปแบบและวิธีจัดการแข่งขันมาโดยตลอด เช่น ความพยายามปรับเปลี่ยนระบบการจัดการแข่งขันให้มีความหลากหลายสนองต่อความต้องการของนักวิ่งและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น ทั้งด้านระยะทางการแข่งขัน การจัดกิจกรรมเสริม เช่น การแข่งขันจักรยานทางเรียบ เสือภูเขา การจัดแรลลี่ประเภทครอบครัว การจัดตลาดนัดสินค้าสุขภาพ

การจัดบริการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความสนใจให้กับนักวิ่งและนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเข้าร่วมการแข่งขันวิ่งแต่ละครั้งมากขึ้น ผู้จัดการวิ่งมีหลายรูปแบบทั้งจัดกันเองในหน่วยงาน จัดโดยหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จัดโดยความร่วมมือของภาคีเครือข่าย จัดโดยผู้สนับสนุน รวมถึงจัดโดยผู้รับจ้างจัดการงานวิ่ง (Organizer) และหากเรากล่าวถึงสนามแข่งขันวิ่งทั่วประเทศแล้ว ประกอบกับประเทศไทยได้มีการรณรงค์สร้างกระแสการออกกำลังกายในคนไทย หากพอจะย้อนกลับไปเกี่ยวกับกระแสการวิ่งที่เป็นที่นิยมในยุคนี้ เริ่มจากยุคการวิ่งบนสะพานซึ่งระนาบเดียวเสากลางที่ยาวที่สุดในโลก ในราวปี พ.ศ. 2530 ถัดมาเป็นการสร้างกระแสด้วยภาพยนตร์เรื่อง รัก 7 ปี ดี 7 หน (Seven Something) ส่วนหนึ่งของภาพยนตร์นำเสนอเรื่องราวของการวิ่งมาราธอนที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ชมได้ทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น และในปลายปีเดียวกันนั่นเอง การสร้างกระแสการวิ่งโดยการนำของนักวิ่งซูเปอร์สตาร์ อาทิวราห์ คงมาลัย หรือตูน บอดี้สแลม ที่ขออาสาเป็นแกนนำวิ่งระดมหาเงินทุนซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลบางสะพาน เมื่อ 10 ธันวาคม 2559 ตามโครงการก้าวคนละก้าว เพื่อโรงพยาบาลบางสะพาน จากเดิมที่โรงพยาบาลต้องการจัดวิ่งการกุศลกระตุ้นให้คนมาออกกำลังกาย และให้ตูนมาร่วมเป็นเซเลบหรือกระบอกเสียงเท่านั้น และการสร้างกระแสการวิ่งที่เสริมส่งให้เกิดกระแส Running Boom ในประเทศไทย หรือตูนทั้งประเทศ ในโครงการก้าวคนละก้าวเพื่อ 11 โรงพยาบาลทั่วประเทศ จากเบตง-แม่สาย ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2560 ซึ่งช่วยให้เกิดกระแสการวิ่งในคนไทยมากขึ้นตามลำดับ

กาญจนา ศรีสิงห์ (2555) ได้แบ่งประเภทการจัดงานวิ่งทั่วไปตามระยะทางการวิ่ง ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. ฟันรัน (Fun Run) หรือที่เรียกกันว่า เดิน วิ่งเพื่อการกุศล ระยะทาง 3.5-5 กิโลเมตร เหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มต้นออกกำลังกายใหม่ ๆ ผู้วิ่งจะรู้สึกสนุกสนานเพราะมีเพื่อนร่วมเดินวิ่งจำนวนมาก

2. มินิมาราธอน (Mini Marathon) ระยะทาง 10.550 กิโลเมตร เป็นระยะทางที่นักวิ่งเพื่อสุขภาพนิยมกันมาก เพราะระยะทางไม่มากไม่น้อยจนเกินไป เหมาะสำหรับการออกกำลังกายทั่วไป

3. ฮาล์ฟมาราธอน (Half Marathon) ระยะทาง 21.097 กิโลเมตร เป็นอีกระยะทางหนึ่งที่นักวิ่งที่เคยผ่านการวิ่งหลาย ๆ สนามชื่นชอบ ซึ่งผู้วิ่งควรผ่านการฝึกซ้อมมาพอสมควรเพื่อป้องกันการบาดเจ็บ

4. มาราธอน (Marathon) ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร เป็นระยะทางมาตรฐานที่จัดแข่งขันระดับนานาชาติทั่วโลก ในประเทศไทยจะมีการจัดวิ่งมาราธอนอยู่หลายสนาม เช่น กรุงเทพฯ มาราธอน หาดใหญ่มาราธอน จอมบึงมาราธอน ขอนแก่นมาราธอน พัทยามาราธอน กรุงเทพฯ มาราธอน ฯลฯ และมีแนวโน้มจะมีการจัดวิ่งในระยะทางประเภทนี้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งนักวิ่งระยะนี้จะมีทั้งนักวิ่งสมัครเล่นและนักวิ่งอาชีพ ผู้วิ่งควรฝึกฝนเตรียมความพร้อมให้ดีและควรผ่านการตรวจสุขภาพมาก่อน

5. อัลตรามาราธอน (Ultra marathon) ระยะทางมากกว่า 42.195 กิโลเมตร เช่น เกาะสมุยอัลตรามาราธอน เป็นการจัดวิ่งรอบ ๆ เกาะสมุย ระยะทางมากกว่า 50 กิโลเมตร นักวิ่งส่วนใหญ่เป็นผู้แข็งแกร่งผ่านสนามวิ่งมาอย่างโชกโชน ถือเป็นการทดสอบสมรรถภาพที่ดี การจัดงานวิ่งแบบ

มาราธอนและอัลตร้ามาราธอน มีแนวโน้มจะมีการจัดการแข่งขันมากขึ้น ขณะที่การจัดงานวิ่งอาจแบ่งย่อยตามระยะทางให้สั้นลง และมีการเรียกชื่อใหม่ ๆ เช่น ไบโคมาราธอน ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร

การวิ่งจะมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปที่เรียกว่า การวิ่งบนเส้นทางที่ไม่ปกติ (ผจญภัย) โดยอธิบายเพิ่มเติมว่า การวิ่งจะเป็นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการออกกำลังกายกลางแจ้งที่กลายเป็นที่นิยมมากขึ้นไปทั่วโลก และผู้คนหันกลับมานิยมการออกกำลังกายในแบบร่วมสัมผัสกับธรรมชาติและกิจกรรมกลางแจ้ง การวิ่งแบบผจญภัยเป็นสิ่งที่ใหม่และเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมในระยะเวลาอันสั้น โดยลักษณะของการแข่งขันกีฬาวิ่งผจญภัยนี้ถูกผสมผสานระหว่างการแข่งขันและความงามทางธรรมชาติได้อย่างลงตัว และกำลังเป็นที่นิยมและรู้จักกันมากขึ้นทั่วโลก การวิ่งแบบผจญภัยนี้เป็นการผสมผสานกันระหว่างการวิ่งโดยอาศัยเทคนิคการเคลื่อนไหวของร่างกายลู่ไปกับเส้นทางตามธรรมชาติอันสวยงามกับบรรยากาศของผืนป่าสีเขียวตลอดแนวไหล่เขาที่ทอดยาว ซึ่งถือเป็นความท้าทายและตื่นเต้นสำหรับนักวิ่งในปัจจุบัน การวิ่งบนเส้นทางที่ไม่ปกติ (ผจญภัย) แบ่งเป็น

1. การวิ่งเทรล (Trail Running) เป็นการวิ่งผจญภัยในธรรมชาติ โดยมีระยะทางไม่แน่นอน ขึ้นกับภูมิประเทศที่จัดการแข่งขัน เช่น 15 กม. 25 กม. 50 กม. 100 กม. หรือมากกว่า การวิ่งแบบนี้เหมาะสำหรับนักวิ่งที่ชอบท้าทายและมีความแข็งแรง

2. การวิ่งแอดเวนเจอร์ (Adventure Running) เป็นการวิ่งผจญภัยผสมกับกีฬาที่หลากหลาย ระยะทางไม่แน่นอนขึ้นกับภูมิประเทศและกิจกรรม เช่น 15 กม. 25 กม. 50 กม. 100 กม. หรือมากกว่า เหมาะสำหรับนักวิ่งผู้กล้าที่แข็งแรงและชอบความท้าทาย

3. การวิ่งเอ็กซ์ทรีม (Extreme Running) เป็นการวิ่งผจญภัยเพื่อเอาชีวิตรอดจากความหลากหลาย ทั้งในธรรมชาติและสร้างสรรค์ขึ้นตามกลุ่มสนใจ ระยะทางไม่แน่นอน เหมาะสำหรับนักวิ่งที่ชอบท้าทายและมีความแข็งแรงสูงมาก

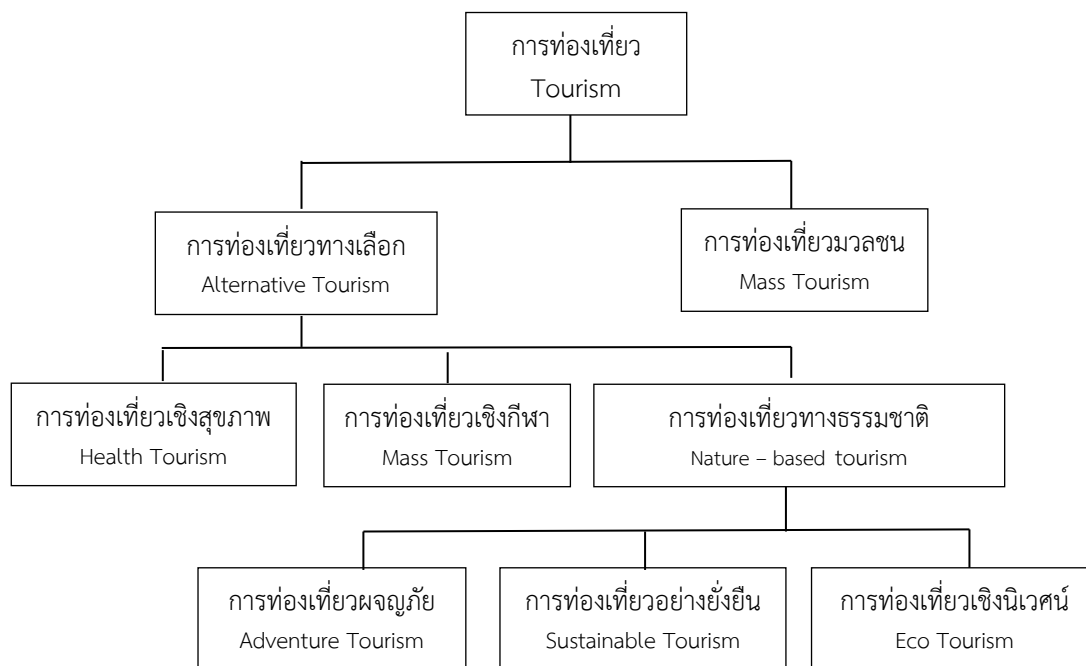
ในส่วนของผู้จัดการแข่งขันวิ่งในปัจจุบัน ต่างมีการพัฒนารูปแบบและวิธีการบริหารจัดการแข่งขันวิ่งให้เป็นไปตามความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่ง เช่น ความพยายามปรับเปลี่ยนระบบการแข่งขันวิ่งมาราธอนในแต่ละครั้งให้มีประเภทของระยะทางหลากหลายมากขึ้น แทนที่จะมีให้เลือกเพียง 1 หรือ 2 ระยะทางเท่านั้น อาจเพิ่มให้มีระยะทางให้เลือกเข้าร่วมการแข่งขันได้มากถึง 3, 4 และ 5 ระยะทาง (ประเภทของการแข่งขันวิ่งมาราธอน) นอกจากนั้นอาจมีกิจกรรมอื่นจัดร่วมด้วย เช่น การแข่งขันจักรยานทางเรียบ (เสือหมอบ/เสือภูเขา) การแข่งขันจักรยานครอสคันทรี่ (เสือภูเขา) การแข่งขันการออกกำลังกายประกอบดนตรี การจัดแรลลี่ประเภทครอบครัว การขี่จักรยานเพื่อสุขภาพและเพื่อเป็นสร้างความน่าสนใจให้กับนักวิ่งและครอบครัวเหล่านั้นมีทางเลือกได้มากขึ้นไปอีก มีการจัดทัวร์เพื่อการท่องเที่ยวมาผนวกเสริมเข้ากับการนำนักกีฬาเดินทางไปเข้าร่วมการแข่งขันในแต่ละครั้ง การจัดงานมหกรรมสินค้าสุขภาพ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมุมมองตลอดจนการสร้างโอกาสทางการตลาดของผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งในครั้งนั้น ๆ ได้อีกด้วย ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จของการจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดงาน ดังนี้

1. การให้การยอมรับและไว้วางใจต่อทีมผู้จัดงาน ความมีชื่อเสียงของผู้จัดการแข่งขัน และชื่อเสียงของงานวิ่งรวมถึงผู้ให้การสนับสนุนหลัก ที่นำสู่ความเป็นมาตรฐานทั้งการจัดการแข่งขันและการให้บริการ
2. ความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่ ชุมชน และพลังของกลุ่มต่าง ๆ (กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มเยาวชน กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มอาสาสมัคร) ที่มีความเชี่ยวชาญ มีจิตอาสา และมีความตั้งใจทำงานสูง
3. สิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมในแต่ละพื้นที่ ทั้งในส่วนของ การเข้าถึงสถานที่ แหล่งที่พัก สถานที่จัดงานวิ่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ในราคามิตรภาพ
4. ความหลากหลายของรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ท้าทาย ตื่นเต้น แปลกใหม่ งานประเพณีที่ไม่หวังผลกำไร รวมถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมการวิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การมีโอกาสได้รับรางวัลพิเศษ (อายุมากที่สุด อายุน้อยสุด น้ำหนักตัวมากที่สุด) เหรียญที่ระลึก ถ้วยใบใหญ่ ฯลฯ

2.7 การปั่นจักรยานในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมแพร่กระจายไปทั่วโลก มีอัตราการเติบโตสูงทั้งการปั่นในระยะสั้น การปั่นระยะไกล แบบทูลูรา แบบราคาประหยัด ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีสัญญาณบ่งชี้ที่สำคัญ ได้แก่ (1) การจัดกิจกรรมจักรยานมีจำนวนและปริมาณเพิ่มขึ้น (2) รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเดินทางด้วยจักรยาน มีการสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำเส้นทางจักรยานและสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงเส้นทางไปยังพื้นที่ต่าง ๆ (3) มีการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาด้วยจักรยานขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดทั้งปีหลายกิจกรรม (4) ในสื่อออนไลน์ เว็บไซต์เกี่ยวกับจักรยาน ได้รับความนิยมมากขึ้นรวมถึง web page สำหรับนักปั่น พัฒนาเป็นสังคมชุมชนนักปั่นออนไลน์เพิ่มขึ้น มีการส่งเนื้อหาเกี่ยวกับการปั่นจากนักจักรยานเข้ามาแจ้งข้อมูลปัจจุบัน และสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง การเพิ่มขึ้นของความต้องการปั่นจักรยานดังกล่าว ส่งผลต่อการปรับตัวของบริษัทนำเที่ยว มีการเพิ่มบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เพื่อให้บริการกับลูกค้า มีการสำรวจสถานที่ใหม่ ๆ จัดเป็นเส้นทางบริการลูกค้าแบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ โรงแรมที่พัก สายการบิน รถไฟสาธารณะ มีบริการพิเศษสำหรับนักปั่น เหล่านี้ล้วนเป็นสัญญาณสู่การเป็นปีแห่งการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน (Marisa Rene Lee, 2015)

การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน (bicycle tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบหนึ่ง (alternative tourism) ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Interesting tourism) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังแสดงในรูปที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ของการท่องเที่ยว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก : Buckley, 2000; Hall, 2003; Neirotti, 2003; Weaver & Lawton, 2006)

การท่องเที่ยวด้วยจักรยานเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกรูปแบบหนึ่ง (alternative tourism) ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Interesting tourism) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกจัดอยู่ทั้งในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา sport tourism การท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure) และเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐาน (Nature based tourism) จึงมีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ มากกว่าพื้นที่ สนามกีฬาในเมือง สิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยจักรยานมีรูปแบบของการเดินทางกล่าวคือ 1) มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ 2) เกิดการจูงใจให้เกิดเป็นความต้องการที่จะเดินทางเข้าไป 3) มีสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม และ 4) เกิดการรับรู้ของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง และส่วนใหญ่พบว่านักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวไปด้วยการปั่นจักรยานนั้น ต่างนิยมปั่นในวันหยุด เป็นความต้องการปั่นเพื่อนันทนาการและการพักผ่อนหรือนักปั่นจักรยานบางกลุ่มก็จะมีวัตถุประสงค์ของการปั่นที่หลากหลาย เช่นปั่นเพื่อเก็บสถิติเพื่อการแข่งขัน เพื่อก้าวเป็นมืออาชีพ และปั่นตามเทศกาล

การท่องเที่ยวด้วยจักรยานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยได้ นิยามความหมาย ในการศึกษาครั้งนี้ หมายรวมถึง การปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวทั้งระยะไกลและระยะใกล้ การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา เช่น การแข่งขันจักรยานประเภทต่างๆ ทั้งในฐานะของผู้แข่งขันและรวมถึงกลุ่มบุคคลที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่เพื่อชม เชียร์ และให้การสนับสนุนกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับจักรยาน ในการศึกษาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และ วสันต์ นาคเสนีย์ (2559) ได้นำเสนอข้อค้นพบองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ซึ่งแตกต่างจากองค์ประกอบด้วยการท่องเที่ยวอื่น ๆ เพิ่มขึ้น อีก 3 องค์ประกอบ อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้ Smart phone พบว่านักท่องเที่ยว นิยมบริโภคข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านการสืบค้น ค้นหาข้อมูล จากโทรศัพท์มือถือ (Smart phone) จึงค้นพบองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาอีก 1 องค์ประกอบได้แก่ Android Application/iOS หรือโปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Smart phone) รวมเป็น องค์ประกอบ 9 A ดังแสดงในภาพที่ 2.3

องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน 9A	1. ปัจจัยด้านความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	ความโดดเด่นของพื้นที่หลากหลาย SEA SUN SAND DAM and MOUNTAIN และได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน
	2. ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ไม่ไกลจากกรุงเทพ สามารถไปกลับได้ในวันเดียว เดินทางสะดวกด้วย รถยนต์ รถไฟ และมีความปลอดภัย
	3. ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation)	มีมากมายหลายระดับตั้งแต่บังกะโลจนถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว ที่โดดเด่นคือที่พักแกลง เติร์ดศรีศร ซึ่งที่พักมีความร่มรื่น
	4. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	ไฟฟ้า น้ำใช้ เข้าถึงทุกพื้นที่ ตลอดทาง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีบริการของสถานีน้ำมันวัด สามารถแวะพักได้
	5. ปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรม (Activities)	สามารถสร้างกิจกรรมการปั่นจักรยานได้ตลอดทั้งปี ปั่นชมวิถีชีวิตปั่นทำกิจกรรมกับสังคม หรือปั่นชมเทศกาลงานประเพณี
	6. ปัจจัยด้านความเป็นดั้งเดิม (Authenticity)	ภาพลักษณ์ของความเป็นเมืองเก่าสมัยทวารวดีความหลากหลายของ 8 ชาติพันธุ์ และความคงอยู่ของธรรมชาติ
	7. ปัจจัยด้านการยอมรับของสังคม ชุมชนในท้องถิ่น (Acceptance -Community)	ต่างยินดีต้อนรับผู้มาเยือน ไม่มาพักแค่ปั่นผ่านก็ยังส่งยิ้มให้สอบถามเส้นทาง ชาวบ้านก็ช่วยกันตอบ
	8. การตระหนักรู้เข้าใจ (Awareness)	นักปั่นจักรยานตระหนักถึงการอนุรักษ์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือธรรมชาติ มีการรวมกลุ่มกันจัดกิจกรรมปั่นไปปลูกป่า
	9. โปรแกรมที่ใช้สืบค้นข้อมูลต่างๆ ผ่าน โทรศัพท์มือถือ /Smart phone (Android Application/iOS)	นักปั่นจักรยาน นักท่องเที่ยว นิยมใช้โทรศัพท์มือถือ /Smart phone ในการหาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว สถานที่กิน ชิม พัก ผ่านระบบ Android Application/iOS มากขึ้น

ภาพที่ 2.3 แสดงองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน 9As

ที่มา : ทศนีย์ นาคเสนีย์, 2559, หน้า 275)

2.8 กิจกรรมเชิงกีฬา (Event tourism) ในฐานะผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กิจกรรมเชิงกีฬา (sport Event) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) ที่สามารถใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนให้เข้ามาในพื้นที่ และเป็นภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดี กิจกรรมเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบตั้งแต่กิจกรรมขนาดเล็กจัดขึ้นในระดับชุมชน เช่น การจัดการแข่งขันบาสเก็ตบอลท้องถิ่น ไปจนถึงมหกรรม

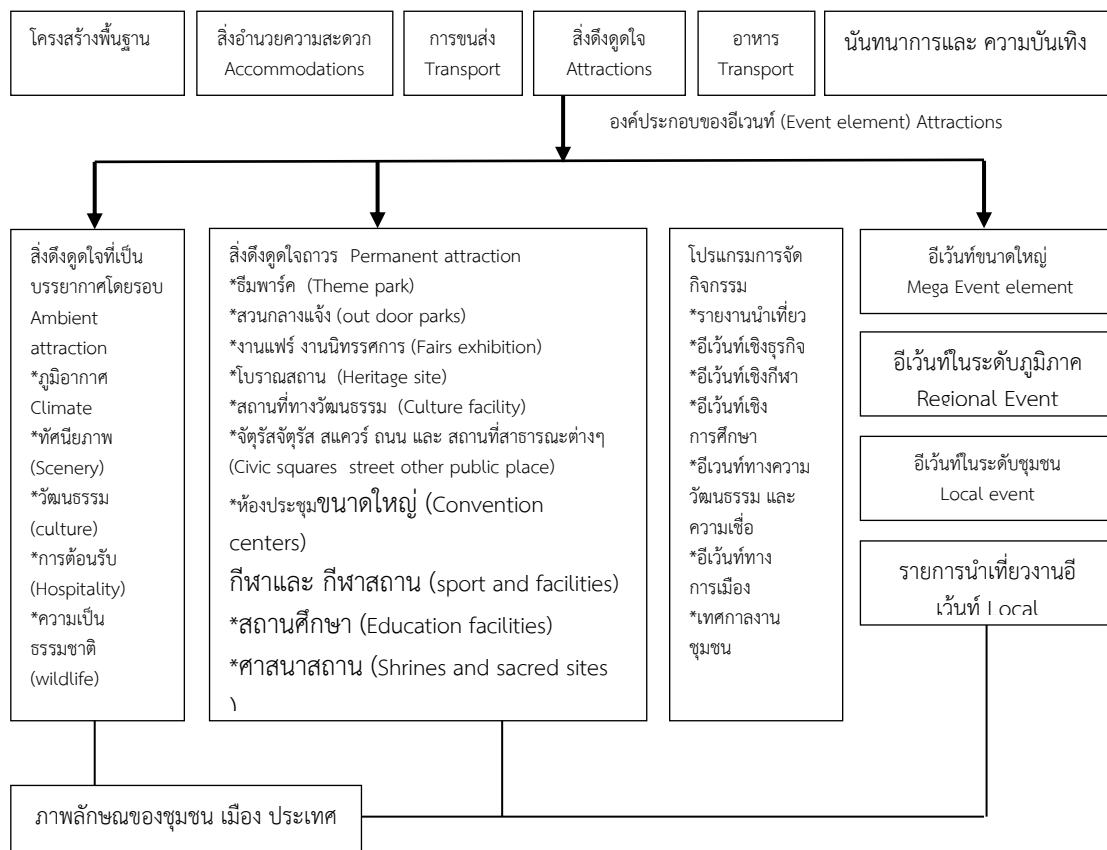
กีฬาขนาดใหญ่ของมวลมนุษยชาติ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับรู้โดยทั่วไปว่า กำลังมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั่วทุกมุมโลก นอกจากจะส่งเสริมการท่องเที่ยวของเจ้าบ้านที่จัดการแข่งขันแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์เมืองหรือชุมชนให้เป็นที่รู้จักได้กว้างขวาง กล่าวคือ กิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา สามารถดึงดูดผู้คนจากภายนอก อาทิ นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้ชม สื่อมวลชน และ ภาควิชาการต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ให้เข้ามาภายในพื้นที่ ได้มาสัมผัสและ เรียนรู้ชุมชนเสน่ห์ของกิจกรรมเชิงกีฬาในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ การผสมผสานความตื่นตัวใจของเกมส์การแข่งขันกับบรรยากาศของสถานที่ (ประเทศ เมือง หรือ ชุมชน) ที่เป็นแหล่งจัดกิจกรรม หรือเมืองที่เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันได้ ตามลักษณะภูมิสังคมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและชนิดกีฬา ดังนั้นหลายประเทศจึงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ ในประเทศออสเตรเลียภาคการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นเครื่องมือที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และ ยังเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศ อันเป็นผลมาจากการประสบความสำเร็จใน การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาของประเทศหลายรายการ อาทิ การแข่งขันคริกเกต (cricket) รักบี้ (Rugby) ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ทำให้ประเทศเห็นโอกาสและศักยภาพของกิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษมุ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว เฉพาะทาง (Niche Tourism) เป็นการแนวคิดของการท่องเที่ยวที่เน้นรองรับความต้องการของส่วนแบ่งตลาดเป้าหมายทางการท่องเที่ยว (segment) ที่มีลักษณะและความสนใจที่แตกต่างกันไป คำว่า "niche tourism" ยืมมาจากคำว่า "niche marketing" ซึ่งเป็นคำศัพท์ทางการตลาด ในทางการตลาดคำว่า "niche" หมายถึงแนวคิดสองเรื่องที่สัมพันธ์กัน แนวคิดแรก หมายถึงสถานที่ในตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ และแนวคิดที่สองหมายถึงลูกค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทั้งสถานที่และลูกค้าของผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ ในที่นี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นให้มีลักษณะเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเฉพาะส่วนหรือลูกค้าเฉพาะบุคคลที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจงที่แตกต่างกัน จนนำไปสู่การพัฒนาแผนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศในหลายประเด็นรวมถึง การสร้างตราสินค้าประเทศในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา มุ่งเน้นการเป็นผู้ให้บริการกีฬาและการพักผ่อนระดับโลก (world class providers of sport and leisure goods and services)

ในขณะที่ภายในประเทศเองมีการรณรงค์ให้ประชาชนออกมาเที่ยวชมมหกรรมกีฬา จึงนับได้ว่าสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งจากภายนอกประเทศและ นักท่องเที่ยวภายในประเทศได้ในคราวเดียวกัน ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน กระตุ้นให้ประชาชนสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม สร้างโอกาสการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบอื่น บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น กระจายทั่วไปในภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ ปีนเขา ล่องแก่ง สกี กอล์ฟ ศิลปะการป้องกันตัว และการสำรวจทะเลทราย เป็นต้น การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นจุดเปลี่ยนทางการท่องเที่ยวของจีนไปสู่การเปิดเวทีเพื่อพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ (Xu, 2006, หน้า 95)

การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เป็นรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้จัดงาน ประชาชนที่มาร่วมงานหรือมาชมงาน ผู้จัดงานและผู้จัดหาบริการที่เกี่ยวข้อง มีระบบการบริหาร

การออกแบบและมีกิจกรรมหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีvents ที่จัดขึ้นมักจะมีพลังในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรม เนื่องจากมีการออกแบบสร้างสรรค์ไม่ซ้ำแบบกัน แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ และโปรแกรมที่จัดขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นงานเฉลิมฉลองของทางราชการ เช่น หลายประเทศที่เคยตกเป็นอาณานิคมมักจะมีการเฉลิมฉลองวันประกาศอิสรภาพ หรืออาจจะเป็นงานเฉลิมฉลองของชุมชน (Community Festivals) ในโอกาสใดโอกาสหนึ่ง อาจเป็นเพื่อความสนุกสนาน ความบันเทิง หรือเพื่อธุรกิจ เป็นต้น การจัดอีเว้นต์ (event) แต่ละประเภท มีองค์ประกอบหลากหลาย เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาร่วมงาน (facilities) และต้องมีผู้จัดการเฉพาะทาง เช่น ผู้จัดการหรือผู้บริหาร Convention Centres หรือผู้บริหาร Sports Arena เป็นต้น

กิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นรูปแบบหนึ่งของสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬา ด้วยเหตุที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ชมกีฬา และสื่อมวลชนให้เข้ามาในพื้นที่ กิจกรรมที่จัดหากได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไปจึงช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการรู้จัก และประชาสัมพันธ์ให้กับเมืองหรือชุมชนที่เป็นเจ้าภาพนั้นๆ (Bull and Weed 1999, p. 144) นอกจากนี้เมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาทิ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะใช้ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สามารถใช้การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนได้ การท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม สามารถแบ่งออกเป็นหลายชนิดดังแสดงในแผนภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงองค์ประกอบกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport Event)
ที่มา วิดและบูล (Weed & Bull, 2004, หน้า 124–131)

จากภาพที่ 2.4 หากเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวต้องการสร้างความแตกต่างสามารถดำเนินการได้โดยใช้สิ่งดึงดูดใจทั้งในส่วนที่เป็นสภาพแวดล้อมบรรยากาศ สิ่งดึงดูดใจถาวรที่มีอยู่ในพื้นที่และ อีเวนต์ มาสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับเมือง ที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอื่นๆ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เป็น อีเวนต์เพื่อการท่องเที่ยว หากพิจารณาในด้านขนาดและขอบเขตของการดำเนินกิจกรรมสามารถจำแนกออกเป็น อีเวนต์ขนาดใหญ่ (Mega event) อาทิ การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ไปจนถึงขนาดเล็กในสวนสาธารณะ หรือ ในพื้นที่ของชุมชน เป็นต้น

จากความสำคัญของกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาดังกล่าว นำไปสู่การพยากรณ์ความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาไม่ว่าจะเป็น การวางแผนกลยุทธ์ ทักษะในด้านการสื่อสาร ทักษะการทำงานเป็นทีม และสามารถทำงานภายใต้แรงกดดันสูงได้ (Tassiopoulos, 2005, หน้า 32) เพอร์รี่และคณะ (Perry et al, 1996) เห็นว่าการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ผู้จัดการ (ผู้รับผิดชอบ) ควรมีความรู้ขั้นต้นในประเด็น เกี่ยวกับ (1) การตลาด (2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ (3) การบริหารจัดการโครงการ (4) การจัดทำงานงบประมาณ (5) การหาหน่วยงานสนับสนุน การหาสปอนเซอร์ (6) การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (7) การวางแผน

ธุรกิจ (8) การวิจัยตลาด (9) กฎระเบียบข้อบังคับของท้องถิ่น (10) การวางแผนความเสี่ยงและรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉิน องค์ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษโดยทั่วไป รวมถึงกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา จากการทบทวนเอกสารพบว่า กิจกรรมเชิงกีฬา เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) การวิ่ง การปั่นจักรยาน และ ศิลปะการต่อสู้แบบมวยสุวรรณภูมิแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำกรอบทฤษฎีการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) การวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยโมเดลเพชรพลวัต (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT analysis และ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PESTEL Analysis รายละเอียดของการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวจะนำเสนอในลำดับต่อไป ในหัวข้อ เครื่องมือในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.9 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ในการวางแผนแนวทางการพัฒนานั้นมีเครื่องมือหลายอย่างที่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยให้การวางแผนมีความถูกต้องและบังเกิดผลดี อาทิ วิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) การวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยโมเดลเพชรพลวัต (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT analysis และ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PESTEL Analysis รายละเอียดของการวิเคราะห์มีดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม , 2560, หน้า 7-14)

2.8.1 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการศึกษา สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ สถานภาพ และโครงสร้างอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ศึกษาจะต้องทราบว่าอุตสาหกรรมนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมที่ผลิตทดแทนการนำเข้า หรืออุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมหลักภายในประเทศ เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม นั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสมประกอบด้วย

2.8.1.1 การศึกษาสถานการณ์ภายใน (Internal Environments) การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในสำหรับการพัฒนารายสาขาจะเริ่มต้นจากการพิจารณานโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ดัชนีการบริโภคภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และ อุตสาหกรรมภาพรวมและรายสาขา เช่น ความสามารถด้านแรงงานของประเทศ ชีตความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และรายสาขา อุตสาหกรรม สถานภาพของอุตสาหกรรม ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึง สถานภาพ สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมรายสาขาในประเทศ นอกจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิเบื้องต้นแล้ว ในการวิเคราะห์สถานการณ์ยังสามารถศึกษาข้อมูลจากบทวิเคราะห์ของ

ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย หรือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

2.8.1.2 การศึกษาสถานการณ์ภายนอก (External environment) การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก หมายถึงการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก หรือระดับประเทศของประเทศคู่แข่ง ที่อาจจะส่งผลต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยการเปลี่ยนแปลงภายนอกอาจมีอิทธิพลต่อการผลิต การลงทุน หรือการค้า ขึ้นอยู่กับรูปแบบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทั้งผลกระทบทางบวก (โอกาส) และทางลบ (อุปสรรค) เพื่อวางยุทธศาสตร์ในการสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมสามารถแสวงหาประโยชน์จากโอกาส และวางแผนรับมือหรือหลีกเลี่ยงผลกระทบจากอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อม มหาภาค(Macro environment analysis) จะใช้วิธีการวิเคราะห์ PESTEL Analysis โดยองค์ประกอบในการวิเคราะห์ประกอบด้วย

การวิเคราะห์เชิงนโยบาย (Politic :P) ทั้งนโยบายของประเทศคู่ค้า /คู่แข่ง นโยบายความร่วมมือระดับภูมิภาค แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงโลก (Megatrends)

การวิเคราะห์ภาพรวมเชิงเศรษฐกิจ (Economics : E) เช่น เศรษฐกิจโลก ซึ่งได้รับอิทธิพลจากประเทศผู้นำเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกา จีน สหภาพยุโรป กลุ่มประเทศ OPEC รวมถึงการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานระดับโลกของอุตสาหกรรม (Global Supply Chain) ข้อมูลเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า คู่แข่งและประเทศพันธมิตร

การวิเคราะห์เชิงสังคมวัฒนธรรม (Social cultureal :S) เช่น ระดับการยอมรับของชุมชน และองค์กรพัฒนาเอกชน ต่อการลงทุนของภาคอุตสาหกรรม พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์เชิงเทคโนโลยี (Technology :T) เช่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (Environmental) เช่น ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นผลเสียต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ระดับการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติในการพัฒนาอุตสาหกรรม ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

การวิเคราะห์เชิงกฎ ข้อบังคับ กฎหมาย (Legal :L) เช่น มาตรการควบคุมคุณภาพ มาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมการพัฒนาในรูปแบบมาตรการกีดกันการค้าของประเทศคู่ค้า ความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ

2.8.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม

มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้เข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรม และการแข่งขันในอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ รวมถึงปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ของแต่ละรายสาขาอุตสาหกรรมจะมีความเหมาะสมแตกต่างกัน นอกจากนี้ อาจใช้หลายเครื่องมือประกอบกันเพื่อให้เข้าใจอุตสาหกรรมได้มากขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่นิยมใช้มีหลายวิธีซึ่งมีหลายละเอียดดังนี้

2.8.2.1 SWOT Analysis การวิเคราะห์โดย SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพในปัจจุบันโดยการสำรวจสถานภาพ (Situation Analysis) ทั้งสถานภาพภายใน และภายนอก

เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญต่อการดำเนินการในอนาคต สามารถวิเคราะห์การแข่งขันของตลาดในประเทศ และต่างประเทศได้ รวมถึงจะช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรม ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น โดยข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป อย่างไรก็ตามเครื่องมือดังกล่าวมีข้อจำกัดคือไม่สามารถเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นต่าง ๆ ได้ ไม่สามารถสะท้อนความเป็นพลวัตได้ ไม่สามารถระบุความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละปัจจัยได้

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ของอุตสาหกรรมเช่น ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) จุดแข็ง (S-strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเช่น ผู้ประกอบการ นักลงทุน ในการพิจารณาข้อได้เปรียบหรือจุดเด่น เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม

(2) จุดอ่อน (W-Weakneses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม เช่น ภาครัฐ ผู้ประกอบการ นักลงทุน ในการพิจารณาจุดด้อย หรือข้อเสียเปรียบที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น

(3) โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O -Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกของอุตสาหกรรมที่เป็นผลกระทบเชิงบวก เช่น แนวโน้มการตลาด ประเทศคู่ค้า คู่แข่ง โดยเป็นข้อมูลในระดับมหภาคซึ่งอุตสาหกรรมสามารถฉกฉวยโอกาสเหล่านี้มาเสริมสร้างให้เกิดความเข้มแข็งขึ้นได้

(4) อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกของอุตสาหกรรมที่เป็นผลกระทบเชิงลบทั้งทางตรง และทางอ้อม ซึ่งอุตสาหกรรมต้องหลีกเลี่ยง หรือวางมาตรการเพื่อรับมือ

ตัวอย่างของคำถามในการวิเคราะห์ SWOT สำหรับอุตสาหกรรม เช่น

สภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง : S	จุดอ่อน : W
	1. จุดแข็งด้านวัตถุดิบและทรัพยากรบุคคลคืออะไร 2. จุดแข็งด้านการตลาดคืออะไร 3. จุดแข็งด้านการผลิตคืออะไร 4. ความได้เปรียบด้านต้นทุนคืออะไร 5. จุดแข็งด้านนโยบายคืออะไร 6. จุดแข็งอื่น ๆ คืออะไร และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร	1. จุดอ่อนด้านวัตถุดิบและทรัพยากรบุคคลคืออะไร 2. จุดอ่อนด้านการตลาดคืออะไร 3. จุดอ่อนด้านการผลิตคืออะไร 4. จุดอ่อนด้านเงินทุนคืออะไร 5. การเชื่อมโยงของธุรกิจในอุตสาหกรรมมีจุดอ่อนอย่างไร 6. นโยบายและสถาบันของรัฐให้ความช่วยเหลือหรือทำให้เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจอย่างไร 7. นโยบายสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมคืออะไร
สภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส : O	อุปสรรค : T
	1. ปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมคืออะไร 2. ตลาดหรือสินค้าเฉพาะ (Niche) ที่มีศักยภาพคืออะไร 3. โอกาสหรือช่องทางในการเข้าถึงตลาดใหม่มีหรือไม่ 4. สมาคมหรือสถาบันการค้าอะไรที่ช่วยให้เข้าตลาดต่างประเทศได้ 5. แนวโน้มการตลาดหรือการค้าอะไรที่จะช่วยสร้างโอกาสใหม่ให้เกิดขึ้น 6. ปัจจุบันคู่แข่งคือประเทศใดและสินค้าประเภทใด	1. สภาพการแข่งขันในปัจจุบันเป็นอย่างไร 2. แนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมคืออะไร 3. มุมมองของผู้ซื้อหลักต่อสินค้าคืออะไร 4. สินค้าอะไรที่สามารถทดแทนสินค้าของเราได้ 5. สินค้าของเราได้มาตรฐานสากลในด้านแรงงาน คุณภาพ และ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคหรือไม่

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2560, หน้า 12

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส (S : O) จุดแข็งกับข้อจำกัด (S : T) จุดอ่อนกับโอกาส (W : O) และ จุดอ่อนกับข้อจำกัด (W : T) จะทำให้เกิดยุทธศาสตร์ 4 ประเภท ได้แก่

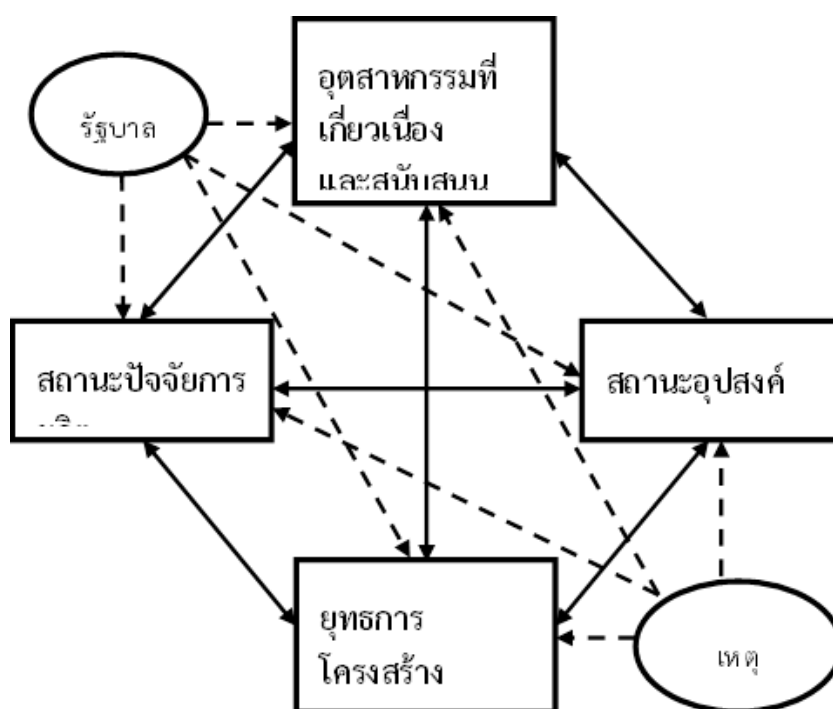
(1) กลยุทธ์เชิงรุก (S : O) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและ โอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อจะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก

(2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S : T) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและ อุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อใช้จุดแข็งที่มีในอุตสาหกรรมมา กำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน

(3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W : O) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน และ โอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข โดยการหาโอกาสใหม่ ๆ มาแก้ไขจุดอ่อนที่ เกิดขึ้นในปัจจุบัน

(4) กลยุทธ์เชิงรับ (W : T) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นทั้งจุดอ่อน และ อุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรับ ต่อปัญหา หรืออุปสรรคที่เกิดจากปัจจัย ภายนอกและไม่สามารถควบคุมได้

2.8.2.2 การวิเคราะห์ระบบเพชรพลวต์ (Diamond model) ในการวิเคราะห์โอกาสและความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในระดับสากลหลายองค์กร ได้นำแบบจำลองเพชรพลวต์ (Diamond Model) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ตามทฤษฎีของ Michael E. Porter (1990) ที่ได้นำมาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (Determinants) ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 6 กลุ่มตัวแปร ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) (Porter, 1990)
ที่มา : Porter (1998)

(1) ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยดำเนินงาน (Factor Conditions) ปัจจัยการผลิตในที่นี้หมายถึง ฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based of the Firm) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ผลการดำเนินงานขององค์กรจะถูกกำหนดโดยทรัพยากรภายในขององค์กร ทั้งนี้ประกอบด้วยทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capabilities) เช่น บุคลากร งบประมาณ สถานที่ อาคาร วัสดุอุปกรณ์ กระบวนการบริหารจัดการที่ดี ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ชื่อเสียง คุณภาพการบริการ ความน่าเชื่อถือ ความรู้ ความชำนาญ เป็นต้น ดังนั้นทรัพยากรองค์กรต้องมีความพิเศษและมีคุณค่าที่องค์การอื่นอาจไม่มี ฐานทรัพยากรองค์กรจึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้

(2) อุปสงค์ความต้องการในตัวสินค้า (Demand Conditions) หากในอุตสาหกรรมมีผู้บริโภคที่ชาญฉลาดรู้เท่าทัน (Sophisticated) และเรียกร้องหาแต่สินค้าที่มีคุณภาพก็จะช่วยเพิ่มแรงกดดันให้กลุ่มอุตสาหกรรมนั้นต้องปรับปรุง คิดค้นนวัตกรรม ไม่หยุดคิดที่จะผลิตงานที่มีคุณภาพออกมาสนองความต้องการของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น ในการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างจะนำหน้ากว่าการจัดงานทางการกีฬาประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะด้วยกระแสการรักสุขภาพกระแสโครงการวิ่งก้าวคนละก้าว ทำให้ผู้จัดงานวิ่งต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะคนไทยต้องการเข้าร่วมงานวิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตนได้ครบถ้วน

(3) องค์กรที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Related and Supporting Industries) หมายถึง การมีธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนกัน ทำให้อุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์ทางธุรกิจมีความเข้มแข็ง ตัวอย่างเช่น ในด้านการท่องเที่ยวเชิงการกีฬา เรามีองค์กรของรัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว มีเอกชนซึ่งเข้ามาลงทุนสนับสนุนส่งเสริมงบประมาณ ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในแนวหน้าของอาเซียนและเป็นที่รู้จักทั่วโลก

(4) โครงสร้าง กลยุทธ์ และสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure, and Rivalry) นโยบายของธุรกิจที่ไม่หยุดคิดที่จะพัฒนาผลักดันให้เกิดนวัตกรรม เพื่อคิดค้นหาสินค้าที่มีคุณภาพสูง ต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง และแข่งขันสู่ความเป็นเลิศในธุรกิจ โดยการลงทุนในเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า ก็จะเป็นแรงกดดันให้ธุรกิจใอุตสาหกรรมมุ่งมั่นที่จะเอาชนะคู่แข่ง

(5) ภาครัฐ (Government) โดยนโยบายของภาครัฐจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะมีส่วนในการผลักดันให้อุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์ทางธุรกิจหนึ่ง ๆ มีความเข้มแข็ง และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจเป็นในรูปของการออกกฎหมาย การกำหนดนโยบาย การให้ความสนับสนุนแหล่งงบประมาณ การกำหนดนโยบายภาษีที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมสนับสนุนการจัดงานวิ่ง

(6) โอกาส (Chance) เป็นปัจจัยที่องค์กรธุรกิจหรือภาครัฐ ไม่สามารถควบคุมได้ โดยในการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่างอาจมีผลในทางบวกหรือลบกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม เช่น สภาพอากาศร้อน หนาว ฝนตก หรือกระแสความนิยม เป็นต้น

ในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีจุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์เรื่องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตและการค้าระหว่างประเทศ และความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรม ขณะที่การเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมในเชิงพลวัตนั้น พื้นฐานได้ถูกกำหนดจากปัจจัยทางด้านราคาและปัจจัยที่ไม่ใช่ราคาประกอบกัน ดังนั้นในระดับความสามารถ

ทางการแข่งขันจะเป็นไปตามรูปแบบหรือไม่เป็นไปตามรูปแบบของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบก็ได้ เพราะนอกจากปัจจัยทางด้านราคาแล้ว ยังมีปัจจัยที่มีใช้ราคาเป็นตัวกำหนดที่สำคัญด้วย เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต รูปแบบการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศ รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลและการประสานงานของเอกชน สิ่งเหล่านี้มีบทบาทที่สำคัญในการเสริมสร้างระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม การรวมกลุ่มเป็นการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมไม่ใช่เพื่อเป้าหมายในแต่ละบริษัท แต่เป็นวิธีการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม จะต้องวิเคราะห์จากคุณภาพของปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้บริษัทต่าง ๆ ในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น สามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

3) การวิเคราะห์โมเดลแรง 5 ประการ (Porter's Five Forces Model) ในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเป็นการรวมกันของความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการแข่งขัน การปรับปรุงกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ซึ่งพอร์เตอร์ได้ออกแบบโครงสร้างการวิเคราะห์ธุรกิจที่ได้รับอิทธิพลจากแรงกดดัน เสนอเป็นแนวคิดการบริหารจัดการแรงกดดันทางการแข่งขัน (Competitive Forces) โดยเป็นการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งความรุนแรงในการแข่งขัน โอกาสในการทำกำไร ประเมินความเข้มแข็งและโอกาสทางธุรกิจ จากแบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ดังนี้ (วิพุธ อ่องสกุล และธัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์, 2550, หน้า 8-9)

(1) แรงผลักดันของการเข้ามายังธุรกิจของคู่แข่งรายใหม่ (New Entrants) เป็นแรงผลักดันจากภายนอกที่เป็นภัยคุกคามที่ร้ายแรง เพราะจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจลดลง ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการทำกำไร ใช้เงินลงทุนน้อย หรือมีระยะเวลาในการคืนทุนสั้น ย่อมดึงดูดให้ผู้ประกอบการธุรกิจให้ความสนใจจำนวนมาก การที่ผู้ประกอบการเลือกทำธุรกิจที่มีเงื่อนไขบางอย่าง (Moat) จะทำให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ยาก เงื่อนไขดังกล่าว ได้แก่ ตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ฐานลูกค้าที่จงรักภักดีในตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งการเข้ามาของคู่แข่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและการวิเคราะห์งบการเงินด้วย

(2) แรงผลักดันจากคู่แข่งรายเดิมในธุรกิจ (Segment Rivalry) ผู้ประกอบการจะต้องวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงจำนวนคู่แข่งรายเดิมในตลาด สัดส่วนตลาดของคู่แข่งในแต่ละราย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ทั้งนี้เพื่อประเมินกลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งในตลาดปัจจุบันว่ามีความได้เปรียบมากน้อยเพียงใด

(3) แรงผลักดันของสินค้าทดแทน (Substitute) ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาว่าในธุรกิจหากมีสินค้าทดแทนจำนวนมากจะส่งผลต่อการทำกำไร ไม่สามารถตั้งราคาสูงได้ ความเสี่ยงต่อยอดขายที่ตกลงเป็นไปได้สูง ลูกค้าสามารถหาสินค้าทดแทนได้ยากง่ายเพียงใด การเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนมีความยากง่ายเพียงใด ระดับราคาและคุณภาพของสินค้าทดแทน

(4) แรงผลักดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyers) ในยุคของข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสูง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมีความสามารถในการหาข้อมูลและประเมินทางเลือกสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อจาก

หลายช่องทาง ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างคุณค่าในตัวสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการใช้งานสินค้าตามความต้องการของลูกค้า หากธุรกิจต้องพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่รายนับว่าเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าสามารถต่อรองราคาสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งจะทำให้เสียเปรียบทางการแข่งขันและโอกาสในการสร้างกำไรของธุรกิจลดลง ผู้ประกอบการจึงต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนและต้องสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่ง

(5) แรงผลักดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาในสภาพแวดล้อมของธุรกิจว่ามีผู้จำหน่ายหรือตัวแทนในการจัดส่งวัตถุดิบรายใดมีอำนาจในการต่อรองได้สูง หรือมีจำนวนตัวแทนน้อยราย ย่อมทำให้เกิดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายได้สูง

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยในครั้ง ผลการศึกษาของแผนงานวิจัยส่วนหนึ่งมาจากการสังเคราะห์ชุดโครงการย่อย คณะผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย ในสาระที่สำคัญดังนี้

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) กล่าวว่า การสังเคราะห์งานวิจัยเป็นเทคนิควิธีการวิจัยที่นำผลการวิจัยจากหลายๆ งานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นปัญหาวิจัยเดียวกันมาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบ ทำให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการ โดยการสังเคราะห์งานวิจัยมีข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ คือ งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์แต่ละเรื่องให้ข้อค้นพบแต่ละมุมของปรากฏการณ์ที่ นักวิจัยต้องการศึกษา และเมื่อนำผลการวิจัยมาสังเคราะห์รวมกัน ผลการสังเคราะห์ที่ได้รับจะมีความ กว้างขวางและลุ่มลึกมากกว่าที่จะได้รับจากงานวิจัยแต่ละเรื่อง จุดมุ่งหมายของการสังเคราะห์การวิจัย เพื่อให้ได้ข้อความรู้ในเชิงสรุปผลการวิจัยที่มีอยู่กระจัดกระจาย ให้มีความชัดเจน โดยแบ่งประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัยออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

1. การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ (Qualitative synthesis) คือ การสังเคราะห์เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบของรายงานการวิจัย โดยใช้วิธีการสังเคราะห์ด้วยวิธีการบรรยายจะได้บทสรุปรวมข้อค้นพบของรายงานการวิจัยที่นำมาสังเคราะห์โดยอาจยังคงสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่องไว้ด้วย หรืออาจแนะนำเสนอบทสรุปรวมลักษณะภาพรวมโดยไม่คงสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่องก็ได้

2. การสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative synthesis) คือการใช้ระเบียบวิธีทางสถิติเป็นการนำเสนอข้อค้นพบจากงานวิจัยทุกเรื่องในหน่วยมาตรฐานเดียวกัน และบูรณาการข้อค้นพบของรายงานการวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมด พร้อมทั้งแสดงให้เห็นความเกี่ยวข้องระหว่างลักษณะงานวิจัย การสังเคราะห์เชิงปริมาณจึงเป็นการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ (Analysis of analysis) หรือการวิเคราะห์เชิงผสมผสาน (Integrative analysis) หรือการวิจัยงานวิจัย (Research of research) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis)

จากการแบ่งประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัยดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณลักษณะ เนื่องจากมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใน

การสังเคราะห์นั้นมียุทธศาสตร์เพื่อคงสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่อง มาบรรยายภาพรวมของชุดโครงการตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3. ขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัยโดยทั่วไปมีขึ้น ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นที่ 1 การกำหนดหัวข้อปัญหา การสังเคราะห์งานวิจัยเริ่มจากการกำหนดปัญหาการวิจัย ซึ่งต้องเป็นปัญหาที่มีการวิจัยอย่างน้อย 2 ราย เนื่องจากปัญหาการวิจัยนั้นต้องมีคุณค่า น่าสนใจ และยังไม่มีความชัดเจน มักจะเป็นปัญหาที่นักวิจัยสนใจและทำการวิจัยจำนวนมาก ปัญหาดังกล่าว จึงเหมาะสมต่อการสังเคราะห์งานวิจัย

ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหา เมื่อกำหนดปัญหาวิจัยแล้ว ผู้วิจัยต้องนิยามปัญหาให้ชัดเจน โดยศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดแบบแผนการวิจัย

ขั้นที่ 3 การสืบค้น คัดเลือก และรวบรวมงานวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า สืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำหนดไว้ โดยศึกษาตรวจสอบงานวิจัยแต่ละเรื่องโดยละเอียด มีเกณฑ์ในการคัดเลือกรายงานวิจัยเพื่อคัดเลือกรายงานวิจัยที่มีคุณภาพ มีความเที่ยงตามเกณฑ์ที่กำหนด ส่วนการรวบรวมผลของการวิจัยนั้นใช้วิธีการจดบันทึก ถ่ายเอกสาร หรือกรอกแบบฟอร์มก็ได้

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัย เป็นขั้นตอนที่มีการจัดกระทำและวิเคราะห์ ข้อมูลที่ประกอบด้วยผลการวิจัย รายละเอียด ลักษณะและวิธีการวิจัยจากงานวิจัยทั้งหมด เพื่อ สังเคราะห์หาข้อสรุป จากนั้นจึงแปลความหมายของผลการวิเคราะห์เพื่อตอบปัญหาการวิจัย

ขั้นที่ 5 การเสนอรายงานการสังเคราะห์งานวิจัยจะมีหลักการเช่นเดียวกับการเขียนรายงานการวิจัยทั่ว ๆ ไป โดยจะต้องเสนอรายละเอียดวิธีการ ค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยภาษาที่ถูกต้องและชัดเจน สำหรับการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ ผู้วิจัยจะต้องสรุปเป็นประเด็นหลักของผลการวิจัยในแต่ละเรื่องด้วยความเที่ยงธรรม ไม่ลำเอียง และไม่ผนวกความคิดเห็นของตนเองในการสังเคราะห์

วิธีการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะของผลการวิจัยนี้เป็นวิธีการที่สามารถใช้กับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งในการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสังเคราะห์ด้วยวิธีการบรรยาย งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์เป็นจุดวิจัยย่อยของชุดโครงการใหญ่ ประกอบไปด้วย 4 เรื่อง ได้แก่

1. กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

2. แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่อการเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค

3. การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.11 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุรพร ศุภธรัตน์และ คณะ (2559) ได้ศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย การศึกษาเป็นลักษณะของการดำเนินแผนงานวิจัย ประยุกต์ใช้ กรอบทฤษฎีการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) การวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยโมเดลเพชรพลว้ตร (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT analysis และ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PEST Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยร่วมกับชุดโครงการย่อย ผลการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE พิจารณาได้ 2 ทางคือ ศักยภาพที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ และศักยภาพที่ควรพัฒนาปรับปรุง โดยศักยภาพที่ไทยมีข้อได้เปรียบนั้น ได้การมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนกิจกรรม MICE รวมถึงประเทศไทยมีการส่งเสริมทางธุรกิจ และเปิดโอกาสให้มีการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบในตำแหน่งที่ตั้ง ซึ่งเป็นประตูสู่ภูมิภาค อาเซียน ตลอดจนมีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในธุรกิจ MICE ที่ได้รับการยอมรับ ในส่วนที่ต้องมีการปรับปรุงศักยภาพเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้แก่ การพัฒนาบุคลากรด้าน MICE การกำหนดกลยุทธ์สำหรับ MICE โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเช่น การเร่งรัดในเรื่องการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะ ภาครัฐควรเร่งพัฒนาหรือให้การสนับสนุนภาคเอกชน ในการพัฒนาสื่อสารและเทคโนโลยี และการปรับปรุงกฎหมายระเบียบ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม MICE ของประเทศ การศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยใช้แนวทางการดำเนินวิจัยชุดโครงการ มาปรับประยุกต์ใช้กับแผนงานวิจัย และนำผลการวิจัยมาใช้ในการอภิปรายผล

พรรณี สอนแพง (2556) ศึกษายุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์การวิจัยในแผนการวิจัยเป็นแผนงานเป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ โดยการนำผลการวิจัยในโครงการย่อยที่ 1 และ โครงการย่อยที่ 2 มาสังเคราะห์เพื่อให้ได้องค์ความรู้ และนำผลของการวิจัยไปจัดงานสัมมนาให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้นำผลการวิจัยไปประยุกต์ในธุรกิจแผนงานมีการจัดทำยุทธศาสตร์การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ การศึกษาคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์ โดยมีการกำหนดขั้นตอนของการดำเนินการดังนี้ (1) การรวบรวมและวิเคราะห์เอกสาร จากการทบทวนวรรณกรรม และเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ เอกสาร ผลงานวิจัย วารสาร วิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถึงปัญหา อุปสรรค และจำกัด (2) รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการศึกษาวรรณกรรม การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการสนทนากลุ่มย่อย แล้วมาสรุปประเด็นเพื่อวิเคราะห์ถึงโอกาส ภาวะคุกคามหรือข้อจำกัด อันเป็นสภาวะแวดล้อมภายนอก ที่มีผลต่อการพัฒนาด้านต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์จุดอ่อน และจุดแข็ง อันเป็นสภาวะแวดล้อมภายในองค์กร ทั้งหมดเป็นการประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันโดยเป็นการตอบคำถามว่า “ปัจจุบันสถานประกอบการของท่านอยู่ที่จุดใด สำหรับใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดประเด็นในกรณีวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในอนาคต ดำเนินการวิเคราะห์ SWOT Analysis ซึ่งการจัดทำวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ใช้การจัดกลุ่มสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Work shop) ระดมความคิดเห็นให้เกิดฉันทามติร่วมกัน โดยใช้กลุ่มประชากรกลุ่มเดิมดำเนินการต่อเนื่อง หลังจากวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้ว (3) การจัดทำยุทธศาสตร์ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ในการพัฒนา โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ครั้งนี้นำผลจาก การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวจากเทคนิค SWOT มาพิจารณาแนวทางการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์ และ ขั้นตอนที่ (4) การทดสอบแนวโน้มความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมิน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเป็นสถิติเบื้องต้น คือ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ได้แก่ ฐานนิยม (Mode) ,มัธยฐาน (Median) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการจัดการกระจายของข้อมูล คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ กระบวนการในการจัดทำยุทธศาสตร์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้การทำกลยุทธ์และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย นำเสนอในบท 3

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง ศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาจากข้อมูลระดับปฐมภูมิ (Primary Data) และระดับทุติยภูมิ (Secondary data) โดยผู้ให้ข้อมูลปฐมภูมิประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผู้ประกอบการแหล่งที่พัก ผู้ประกอบการรถรับจ้างประจำทาง รวมถึงนักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย และนักท่องเที่ยวเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ส่วนข้อมูลระดับทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของแผนงานมาจากการมีส่วนร่วมของโครงการย่อยทั้ง 4 โครงการ ที่ประกอบเป็นแผนการวิจัย มีวิธีการดำเนินการวิจัยที่มีส่วนของการดำเนินงานร่วมกัน และการดำเนินงานเฉพาะของแต่ละโครงการ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การดำเนินงานร่วมกันของทั้ง 4 โครงการ ในแผนงานวิจัยนี้ได้มีการประสานให้นักวิจัยทั้ง 4 โครงการได้ดำเนินการวิจัยในขั้นตอนของการประชุมกลุ่มย่อยจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อศกยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย โดยมีวิธีการดำเนินการดังนี้

1.1 การศึกษาเอกสารโดยการรวบรวมเอกสารการศึกษาวิจัย บทความวิชาการและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เชื่อมโยงสู่ประเทศในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

1.2 จากที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 การศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัยขีดความสามารถเชิงการแข่งขัน ตามทฤษฎีของ Michael E. Porter (1990) ที่ได้นำเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในกลุ่มกิจกรรมเชิงกีฬา การวิ่ง การปั่นจักรยาน และ ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในกลุ่มกิจกรรมเชิงกีฬา การวิ่ง การปั่นจักรยาน และ ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ของแต่ละโครงการย่อยแล้ว นำผลมาสังเคราะห์ร่วมกัน

1.3. ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อนำผู้ที่มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาร่วมระดมความคิดเห็นต่อผลการสังเคราะห์ศักยภาพ และโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย และ หาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

2. การดำเนินการของแต่ละโครงการ โครงการย่อยทั้ง 4 โครงการได้ดำเนินการวิจัย โดยนักวิจัยในโครงการของตนเองดังนี้

3.1 โครงการย่อยที่ 1 กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

โครงการย่อยที่ 1 กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 2 ฉบับ ประกอบด้วยแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ใช้เก็บรวบรวม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) และแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรม และ แบบสอบถามสำหรับชุมชน และภาคีที่เกี่ยวข้อง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ศักยภาพ จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. วิธีเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากผู้รู้ที่รู้จริง (Key Informant) ในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการชุดข้อมูลมาประมวลเป็นผลการวิจัยที่สำคัญจาก 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับประเด็น ศักยภาพ โอกาส แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ผู้รู้ในกลุ่มนี้จะประกอบด้วยผู้แทนคณะกรรมการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผู้ประกอบการแหล่งที่พัก ผู้ประกอบการรถรับจ้างประจำทาง รวมถึง นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และคนในชุมชน ที่จะเชิญมาร่วมให้ข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคลและกลุ่มบุคคล สำหรับการคัดเลือกกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลคัดเลือกจากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย การกำหนดหน่วยของข้อมูลที่จะศึกษาอยู่ในสัดส่วน จำนวน ระหว่าง 30 -50 คน (Morse ,1994) ในการดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงอาจจะมีการลดทอนลงได้ เมื่อเข้าสู่จุดอิ่มตัวของข้อมูล รวมถึงความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลที่ค้นพบเพื่อตอบคำถามการวิจัยได้การอิ่มตัวในที่นี้หมายถึง การอิ่มตัวในทางข้อมูล หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาได้มาถึงจุดที่ไม่มีอะไรใหม่ ไม่มีอะไรแตกต่างไปจากที่ได้รวบรวมมาก่อนหน้านี้ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้หน่วยของข้อมูลจำนวน 45 คน

2) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการศึกษาศักยภาพของกิจกรรมเชิงกีฬา จุดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และจุดขาย (Selling Point) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬากลุ่มนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้ จะนำมาใช้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 ที่เรียกว่า เทคนิคสามเส้าในรูปแบบต่างวิธีการเก็บข้อมูล และต่างแหล่งข้อมูล

3.2 โครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน

โครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรม ท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งวิธีเชิงปริมาณ(Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ดังนี้

1. วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยในกลุ่มประเทศเป้าหมายหลัก (ประเทศไทย ประเทศกัมพูชา ประเทศสหภาพพม่า และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) รวมถึงกลุ่มคนที่มาชมรายการมวยที่จัดการแข่งขันในแต่ละประเทศที่เป็นเป้าหมายของการวิจัย

2. วิธีเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่สำรวจค่ายมวยและสัมภาษณ์และรวบรวมองค์ความรู้จากองค์กรมวยสุพรรณภูมิโดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร นายสนามมวย ผู้จัดการมวย ค่ายมวย นักมวยไทย และชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ชมมวยที่เป็นชาวต่างชาติ โดยการสัมภาษณ์ถึงศักยภาพและโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมวยสุพรรณภูมิในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยและประเทศแถบสุวรรณภูมิ

3.3 โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทย

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทย เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ดังนี้

1. วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตามที่เข้าร่วมกิจกรรมงานวิ่งในสนามเป้าหมายที่จัดขึ้นในประเทศไทยระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560 - เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561

2. วิธีเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 2 กลุ่มได้แก่ (1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับประเด็นศักยภาพและสภาพปัจจุบันของการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย ผู้จัดการงานวิ่ง ผู้ให้การสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและชุมชน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการงานวิ่ง จำนวน 21 คน จาก 8 สนาม ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคลและกลุ่มบุคคล นอกจากนี้ได้ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) โดยคณะผู้วิจัยจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในการจัดงานวิ่งด้วย รวมถึงใช้การสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) ที่มีลักษณะเป็นการสนทนากลุ่มขนาดเล็ก ที่มีผู้ให้ข้อมูลหลัก 2-3 คน จำนวนไม่น้อยกว่า 4-5 กลุ่ม กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬารวบรวมข้อมูลจากผู้รู้กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเนื้อหาประเด็นการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา ผู้แทนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้แทนกระทรวง

การท่องเที่ยวและกีฬา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 15 คน โดยการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3.4 โครงการย่อยที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน

โครงการย่อยที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ทั้งวิธีเชิงปริมาณ(Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ดังนี้

1. วิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก นักปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีประสบการณ์ในการปั่นจักรยานในต่างประเทศ หรือในกลุ่มอาเซียน และนักปั่นจักรยานที่มีแนวโน้มหรือสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยจักรยานไปต่างประเทศ อย่างละ 400 ชุด รวมเป็น 800 ชุด โดยกระจายเก็บข้อมูลในหลายพื้นที่ จนกว่าจะครบตามจำนวน

2. วิธีเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลจากผู้รู้ที่รู้จริง (Key Informant) ในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการชุดข้อมูลมาประมวลเป็นผลการวิจัยที่สำคัญจาก (1) กลุ่มนักปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดกิจกรรมปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ สมาคม ชมรม กลุ่มนักปั่นจักรยานในแต่ละประเทศ (3) ผู้ประกอบการหรือผู้รับจ้างจัดกิจกรรมปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในและต่างประเทศ และ (4) ผู้วางแผนหรือกำหนดนโยบาย สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ (5) ภาคราชการหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต่อการเดินทางท่องเที่ยวข้ามแดน

นำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ร่วมกันด้วยวิธีปริทัศน์แบบพรรณนา (Narrative review) โดยทำการศึกษาเชิงเนื้อหาด้วยวิธีการบรรยายและการวิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

1. รวบรวมงานวิจัยที่อยู่ในแผนงาน การศึกษาเพื่อเพิ่มคุณภาพและศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในเขตภูมิภาคตะวันตก

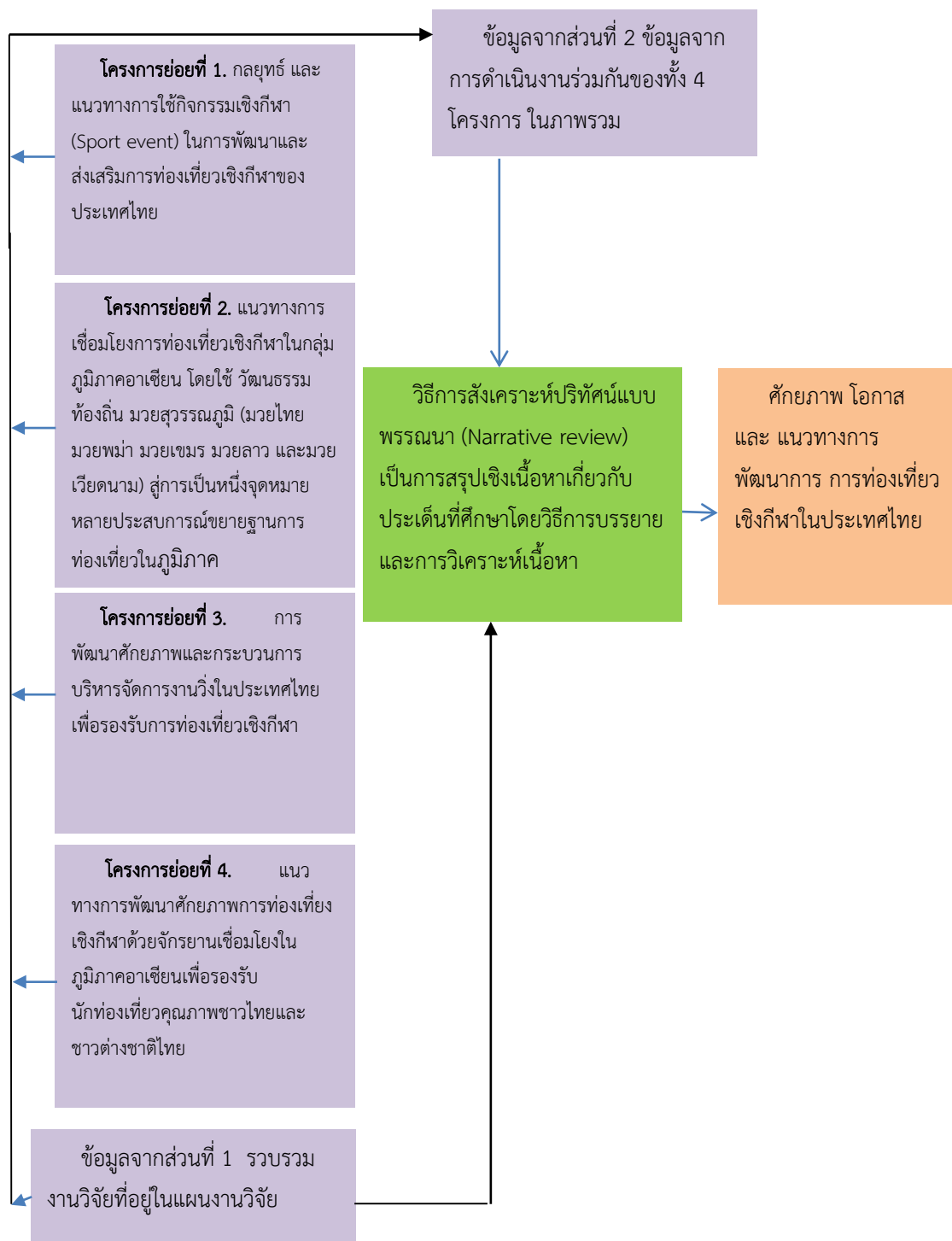
2. กำหนดประเด็นที่เป็นสาระของการสังเคราะห์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของชุดโครงการวิจัย

3. วิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยตามประเด็นที่กำหนดไว้ โดยอิงกับกรอบแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) การวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยโมเดลเพชรพลวตร (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วย SWOT analysis และ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก PESTEL Analysis

4. สังเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

5. รายงานผลการสังเคราะห์งานวิจัย

วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยชุดโครงการการศึกษาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาในประเทศไทย ดังแสดงในแผนภูมิที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 แสดง วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยชุดโครงการการศึกษา ศักยภาพ โอกาส และ แนวทาง
การพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เป็นการดำเนินงานตามแผนชุดโครงการกำหนดวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน (1) เพื่อจัดทำกลยุทธ์และ แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย (2) เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่ม ภูมิภาคอาเซียน (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งใน ประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบาย การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (5) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินงานร่วมกันของ 4 ชุดโครงการย่อย ประกอบไปด้วย

1. กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (ผศ.ดร.สัจจา ไกรศรีรัตน์ และ อาจารย์ ดร.ทัศนีย์ นาคเสนีย์)

2. แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรม ท้องถิ่นมวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และ มวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค (ผศ.ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ)

3. การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา (อาจารย์ ดร. เสรี เพิ่มชาติ และ ผศ.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ)

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อน บ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ (อาจารย์ ดร. ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และ ผศ.ว่าที่ร้อยตรี วสันต์ นาคเสนีย์)

ผลการศึกษาตามในบทที่ 4 นำเสนอการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาใน ภาพรวม ผลการการสังเคราะห์องค์ความรู้จากชุดโครงการย่อย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของแผนงาน และ ผลการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงกีฬาในประเทศไทย ดังนี้

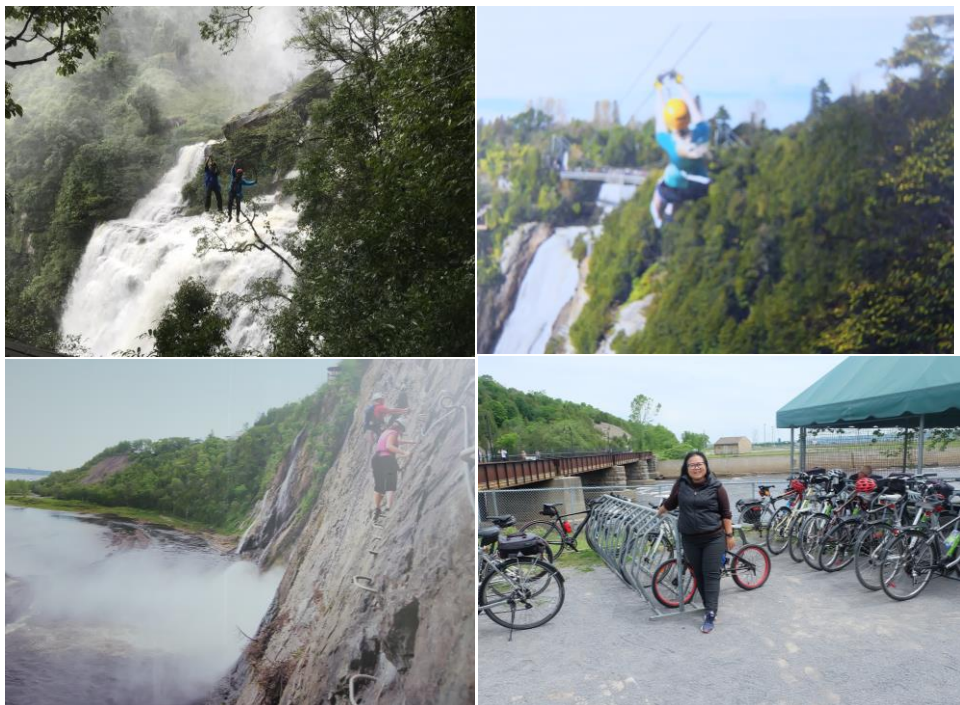
4.1 การวิเคราะห์สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวของโลก นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มและ ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาท้องถิ่น และกิจกรรมผจญภัยยังมีแนวโน้มเป็นที่นิยมสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้และสัมผัส ประสบการณ์ท้องถิ่น ภาครัฐให้การสนับสนุน และกำหนดเป็นนโยบายสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริม การท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่มประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural

Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) และ การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาเติมเต็ม ผสมผสานกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่แตกต่างโดยใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูง เป็นการยกระดับขีดความสามารถศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นจุดขายของ ไทยในอนาคต

กระแสความนิยมในศตวรรษที่ 21 พบว่าลูกค้ามีความต้องการธุรกิจและการบริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการเพิ่ม คุณภาพชีวิต ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดูแลสุขภาพ จึงเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเฉพาะทาง (Niche Market) และมีแนวโน้มและมีทิศทางการขยายตัวเพิ่มขึ้นไปในทุกกลุ่มอายุ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับผู้สูงอายุ ทิศทางการเติบโตดังกล่าวส่งผลให้หลายประเทศ มีเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงประเทศไทย และ ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน อาทิ ประเทศสิงคโปร์ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการจัดการแข่งขันไตรกีฬา โดยเริ่มเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาไตรกีฬาตั้งแต่ปี 2500 มาจนถึงปัจจุบัน การแข่งขันไตรกีฬาในประเทศสิงคโปร์ ได้ถูกจัดให้เป็นการแข่งขันแบบ Half Ironman รายการที่ดีที่สุดในรายการหนึ่งของโลก การแข่งขันดังกล่าวสามารถดึงดูดผู้เข้าแข่งขัน และผู้ชมให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจโดยรวม นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ ไม่ว่าจะเดินทางเข้ามาเพื่อแข่งขันหรือเยี่ยมชมกีฬา มักจะมีผู้ติดตามเดินทางเข้ามาด้วย และมีเวลาพักอาศัยในประเทศมากกว่า 4 คืน ประเทศมาเลเซียเป็นอีกประเทศหนึ่งที่รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังจะเห็นได้จากการสร้างสนาม Sepang international circuit ที่ทันสมัย ดึงดูดการแข่งขันรถยนต์ระดับโลกหลายรายการให้เข้ามาจัดในประเทศมาเลเซีย รวมทั้งให้การสนับสนุนการสร้าง Sport complex Bukit Jalit ให้เป็นศูนย์กีฬาระดับโลกที่สามารถดึงดูดทีมและสโมสรฟุตบอลระดับโลกให้เดินทางเข้ามาฝึกซ้อมในประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาเติมเต็ม ผสมผสานกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบผจญภัย โดยเฉพาะท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยในพื้นที่ธรรมชาติ พบว่ากิจกรรมผจญภัยยังมีแนวโน้มเป็นที่นิยมสูงขึ้น ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงที่ให้ความสนใจกิจกรรมผจญภัยและโลดโผน เช่น การปีนเขาและปั่นจักรยานมากขึ้น นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นสถานที่เล่นกีฬาแบบผจญภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก ภูเขา มีการเพิ่มกิจกรรมผจญภัยให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างของการใช้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยดังแสดงในภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างของการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติเพื่อประกอบกิจกรรม
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัย
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะนักวิจัย, พฤษภาคม 61

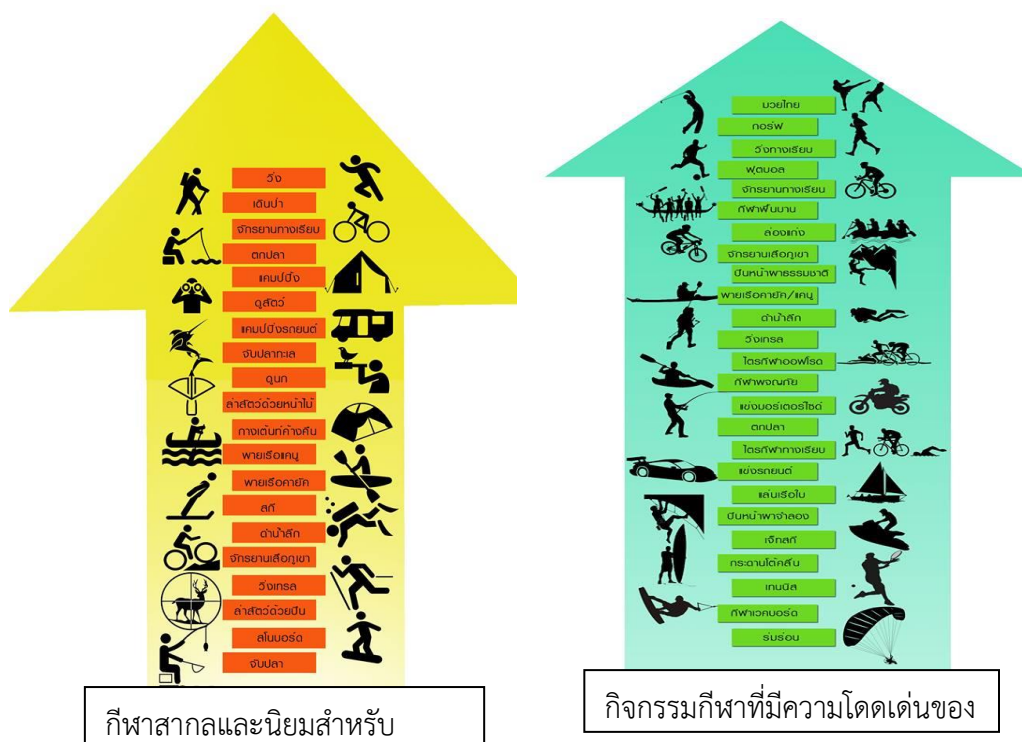
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทิศทางการพัฒนามุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคนในสังคม ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมมีกิจกรรมกีฬาเพิ่มมากขึ้นและความหลากหลาย

ในทิศทางการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในกลุ่มประชาคมอาเซียน มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่ม มิลลิเนียน (Millennial) หรือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 18-34 ปี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมการท่องเที่ยวแบบ “ทริประยะสั้น” 3-5 วัน ในแบบหลายประเทศใน ต่อหนึ่งครั้งของการเดินทาง นิยมที่พักประเภท “โรงแรมหรูขนาดเล็กและโฮสเทล” (Luxury Inns and Hostel) มากกว่าจองที่พักในโรงแรมใหญ่ แม้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกจะไม่ครบครันเมื่อเทียบกับโรงแรมขนาดใหญ่ แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีมุมมองว่า ที่พักขนาดเล็กลงมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า อีกทั้งบางแห่งยังมีโลเคชั่น (Location) ที่ดีกว่าโรงแรมใหญ่ ทั้งยังสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้ง่าย

นักท่องเที่ยวมีการผูกติดและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมากขึ้น จากความเจริญทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง มีผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวในอนาคตมีแนวโน้มที่

จะจัดการด้วยตนเอง ทำให้การซื้อแพคเกจทัวร์ในลักษณะที่รวมบริการทุกอย่างไว้ด้วยกันจะมีน้อยลง รวมถึงมีระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางที่สั้นลง สนใจการเดินทางแบบกระชั้นชิด (Last Minute holiday) มากขึ้น มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายทางสังคม (Social network) เพื่อการเล่าเรื่อง ประสบการณ์ในการเดินทางให้ผู้อื่นได้รับรู้ และเป็นที่แสดงออกถึงความพึงพอใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ได้รับในแต่ละแหล่งที่ไปเยือน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้รับรู้เรื่องราวและใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้รับรู้เรื่องราวและใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ ทิศทางและแนวโน้มของกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่เป็นสากลและนิยมสำหรับประชากรโลก มีผลสำรวจในปี 2016 พบว่า มี 20 ลำดับ ได้แก่ (1) วิ่ง (2) เดินป่า (3) ปั่นจักรยานทางเรียบ (4) ตกปลาน้ำจืด (5) แคมป์ปิ้ง (6) ส่องสัตว์ (7) แคมป์ปิ้งด้วยรถยนต์ (8) ตกปลาในทะเล (9) ดูนก (10) ล่าสัตว์ด้วยหน้าไม้ (11) กางเต้นท์ค้างคืน (12) พายเรือแคนู (13) พายเรือคายัค (14) สกี (15) ดำน้ำลึก (16) จักรยานเสือภูเขา (17) วิ่งเทรล (18) ล่าสัตว์ด้วยปืน (19) สโนบอร์ด (20) จับปลาในทะเล

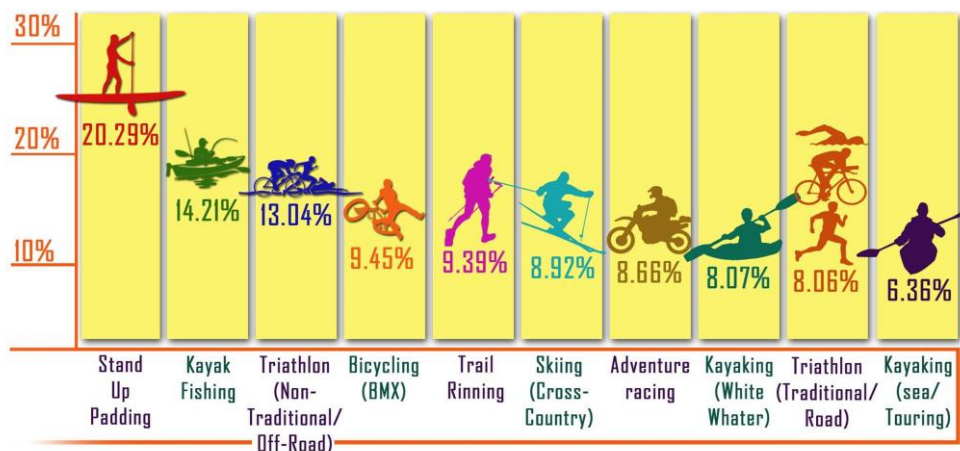
กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทยในมุมมองของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 25 ชนิดกีฬา ได้แก่ (1) มวยไทย (2) กอล์ฟ (3) วิ่งถนนทางเรียบ อาทิ วิ่งมาราธอน วิ่งเพื่อสุขภาพ (4) ฟุตบอล (5) การปั่นจักรยานทางเรียบ (6) กีฬาพื้นบ้าน อาทิ แข่งเรือ กีฬาชนเผ่า (7) ล่องแก่ง (8) การปั่นจักรยานเสือภูเขา (9) ปีนหน้าผาธรรมชาติ (10) การแข่งขันเรือคายัค / เรือแคนู (11) ดำน้ำ (Snorkeling) และ การดำน้ำสกุบา หรือ การดำน้ำลึก/ สกุบา Scuba driving (12) การวิ่งเทรล Trail Running (13) การแข่งขันไตรกีฬาแบบออฟโรด(Triathlon Off-Road) (14) การแข่งขันในรูปแบบผจญภัย (Adventure racing) อาทิ กระบี่ วิ่ง ว่าย พาย ปั่น (15) การแข่งมอเตอร์ไซด์ (16) ตกปลา (17) ไตรกีฬาทางเรียบ (18) การแข่งรถยนต์ (19) เล่นเรือใบ (20) ปีนหน้าผาจำลอง (21) เจ็ทสกี (22) กระดานโต้คลื่น (23) เทนนิส (24) กีฬาเวคบอร์ด (Wakeboarding) และ 25 ร่มรอน พาราไกลด์ดิ้ง ดังแสดงในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 แสดงกิจกรรมกีฬาที่เป็นที่นิยมสำหรับประชากรโลก และ กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย

ที่มา : สัจจา ไกรสรรัตน์ , 2560, หน้า 78

จากภาพที่ 4.2 กิจกรรมกีฬาที่โดดเด่นของไทย มีหลายประเภทมีศักยภาพสอดคล้องกับค่านิยมของกีฬาสากล อาทิ การวิ่งทางเรียบ การปั่นจักรยาน การพายเรือ เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเติบโตของชนิดกีฬาและกิจกรรมนั้นพบว่าการที่มีอัตราการเติบโตเร็วเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก ได้แก่ (1) การพายเรือแบบยืน (Stand up paddling) (2) การพายเรือคายัค (3) ไตรกีฬาแบบออฟโรด (4) จักรยานผาดโผน (BMX) (5) การวิ่งเทรล (6) สกีแบบครอสคันทรี่ (7) การแข่งขันแบบผจญภัย (Adventure racing) (8) การพายเรือคายัค น้ำจืด (9) ไตรกีฬา Traditional/Road (10) พายเรือคายัคน้ำทะเล ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงอัตราการเติบโตกิจกรรมกีฬาในปี จากปี 2015 -2016

ที่มา : สัจจา ไกรศรีรัตน์, หน้า 79

จากภาพที่ 4.3 กิจกรรมกีฬาที่มีอัตราการเติบโตสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนใหญ่เป็นชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนา มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ๆ เช่น การแข่งขันแบบแอดเวนเจอร์ (Adventure race) เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคนในสังคม ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมมีกิจกรรมกีฬาเพิ่มมากขึ้นและความหลากหลาย ดังที่ได้นำเสนอไปแล้วข้างต้น ซึ่งทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศไทยด้านกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น และ ด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม และมีสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้

4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ข้อมูลรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ประจำปี 2559 (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) ได้รายงานถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยว่า มี มูลค่าอย่างน้อย ไม่ต่ำกว่า 21,003 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น กิจกรรม Sport Event 527 ล้านบาท กิจกรรม Active Sport Tourism 18,395 ล้านบาท และกิจกรรม Nostalgia Sport Tourism 2,080 ล้านบาท ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2559

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism)	ล้านบาท
การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมเชิงกีฬา (sport event tourism)	527
การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active sport tourism)	18,395
การท่องเที่ยวกีฬาเพื่อความทรงจำ	2,088
รวม	21,003

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , 2559 หน้า 72

4.3 สถานการณ์ด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านอสังหาริมทรัพย์และการให้บริการ สามารถให้บริการที่เหนือกว่า และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้สภาพที่เป็นจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาพบกับสภาพที่เป็นจริง ได้สัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้มวยไทยจากแหล่งเรียนรู้ที่เป็นประเทศต้นกำเนิด จากนั้นมวยอาชีพ จากเจ้าของวัฒนธรรม จากคุณลักษณะการให้บริการต่าง ๆ มีรับรู้สภาพที่เป็นจริงค่าสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในทุกรายประเด็น ซึ่งข้อค้นพบนี้นับเป็นจุดเด่นที่จะสร้างความพึงพอใจ และความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจค่ายมวยไทย ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผลการเปรียบเทียบค่าความคาดหวังและสภาพที่เป็นจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนรู้ มวยไทย บ่งชี้ว่า ธุรกิจค่ายมวยซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้มวยไทยของชาวต่างประเทศสามารถจัดการให้เกิดความพึงพอใจอย่างมากต่อผู้รับบริการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้ามีมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) และสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างมาก

2. ประเทศไทยมีต้นทุนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในส่วนของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และทรัพยากรท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมและการบริการ สามารถนำมาใช้เติมเต็มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ กิจกรรมดำน้ำ ปีนหน้าผา วิ่ง ปั่นจักรยาน มวย ฟุตบอล กอล์ฟ ไตรกีฬา เป็นต้น ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเหล่านี้ ก่อให้เกิดความหลากหลายในตลาดการท่องเที่ยว สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มนักกีฬามวลชน (Mass Sport) หรือกีฬาที่นิยมเล่นกันทั้งชาย หญิง เด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในช่วงเวลาว่าง เพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย เป็นการส่งเสริมคุณค่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยมิได้มุ่งผลสัมฤทธิ์จากการแข่งขัน เช่น เดิน วิ่ง เพื่อสุขภาพ กีฬาหว่านเมือง แรลลี่ทัวร์ การทดสอบสมรรถภาพทางกาย ดำน้ำ และปีนเขา ชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาในประเทศไทย สามารถใช้กิจกรรมเชิงกีฬาที่มีในพื้นที่ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเล่นกีฬาในช่วงวันหยุด วันว่าง ให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่ โดยใช้กิจกรรมเชิงกีฬาที่มีในท้องถิ่น และความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ เช่น ชายหาดชะอำหรือพื้นที่อุทยานธรรมชาติในจังหวัดกาญจนบุรี เพชรบุรี สามารถใช้กิจกรรมเชิงกีฬาไปผนวกรวมเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น เช่น มาเที่ยวชายหาด ปั่นจักรยานชมวิถีชุมชน ไปเที่ยวแก่งกระจาน ปั่นจักรยานชมป่าเขา เป็นต้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรที่มี ทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไม่ต้องรอเงินสนับสนุนจากภาครัฐก็สามารถจัดการท่องเที่ยวได้โดยชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้

3. กีฬามวยไทยมีความโดดเด่นและได้รับความนิยม มีการจัดการแข่งขันประจำวัน ประจำสัปดาห์ อีกทั้งยังมีการเผยแพร่การแข่งขันผ่านสื่อจำนวนมาก จุดเด่นของมวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นศิลปะการป้องกันตัวและเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ เป็นศิลปะการต่อสู้ที่ใช้หลักพื้นฐาน และทักษะการต่อสู้ในระดับต่าง ๆ คือ ท่าร่าง เเชิงมวย ไม้มวย และเพลงมวยอย่างผสมผสานกันจนมีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งการรุกและการรับ ท่าร่าง คือ การเคลื่อนไหวและการเคลื่อนที่ เเชิงมวย คือ ท่าทางของการใช้อาวุธในการต่อสู้ แบ่งออกเป็น เเชิงรุก ได้แก่ เเชิงหมัด เเชิงเตะ เเชิงถีบ เเชิงเข่า เเชิงศอก และเเชิงหัว เเชิงรับ ได้แก่ ป้อง ปิด ปิด เปิด ประกบ จับ รั้ง เป็นต้น ซึ่งเเชิงมวยนี้ถือว่าเป็นพื้นฐานสำคัญในศิลปะมวยไทย ไม้มวย คำว่า ศิลปะมวยไทย จึงหมายถึง การผสมผสานหลักพื้นฐานของศิลปะการต่อสู้เข้ากับท่าร่างและเเชิงมวย ถ้าใช้เพื่อการรับเรียกว่า “ไม่รับ” ถ้าใช้เพื่อการรุกเรียกว่า “ไม่รุก” ไม้มวย ยังแบ่งออกเป็นแม่ไม้ ลูกไม้ และไม้เกร็ด แม่ไม้ คือ การปฏิบัติการหลักที่เป็นแม่บทของการปฏิบัติการรุกและรับ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกำลัง พื้นที่ที่ใช้กำลัง และจังหวะเวลาในการใช้กำลัง ลูกไม้ คือ การปฏิบัติการรองที่แตกย่อยมาจากแม่ไม้ ซึ่งแปรผันแยกย่อยไปตามการพลิกแพลงของท่าร่างและเเชิงมวยที่นำมาประยุกต์ใช้ และไม้เกร็ด คือ เคล็ดลับต่าง ๆ ที่นำมาปรุงทำให้แม่ไม้และลูกไม้ที่ปฏิบัติมีความพิสดารมากยิ่งขึ้น ไม้มวยนั้นมีการตั้งชื่อไม้มวยต่าง ๆ ให้ไพเราะ เข้าใจและจดจำได้ง่ายโดยเทียบเคียงลักษณะท่าทางของการต่อสู้กับชื่อ หรือลีลาของตัวละคร เหตุการณ์ หรือสัตว์ในวรรณคดี เช่น เอร่าวัน เสงยา หนูมานถวายแหวน มณโฑนั่งแท่น อิเหนาแทงกฤษ ไม้มวยบางไม้เรียกชื่อตามสิ่งที่คุ้นเคยในวิถีชีวิตของคนไทย เช่น เกรกวาดลาน คลื่นกระทบฝั่ง หนูไต่ราว มอญยันหลัก ญวนทอดแห เป็นต้น เพราะเมื่อเอ่ยชื่อท่ามวยแล้ว จะทำให้นึกถึงท่าทางของการต่อสู้ได้อย่างชัดเจน ส่วนเพลงมวย หมายถึง การแปรเปลี่ยนพลิกแพลงไม้มวยต่าง ๆ ต่อเนื่องสลับกันไปอย่างพิสดารและงดงามในระหว่างการแข่งขัน การเป็นเอกลักษณ์เหล่านี้สามารถนำมาใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อีกทั้ง มวยไทยเพื่อการออกกำลังกายและกระแสนิยมของมวยไทยในกลุ่มสตรี กีฬามวยไทยเป็นกีฬาที่ใช้กล้ามเนื้อและใช้พลังงาน เป็นการออกกำลังกายแบบเต็มรูปแบบที่ดี ผู้เล่นได้ใช้กล้ามเนื้อในทุกส่วน ช่วยให้การเต้นหัวใจเพิ่มขึ้น เลือดสูบฉีด ผสมกับกระแสการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายทำให้มวยไทย พิเศษได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยมีความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มผู้หญิง คือ มวยไทยสำหรับผู้หญิง ดารา นายแบบ เป็นสินค้าและบริการที่มวยไทยทำให้ผู้หญิงสวยขึ้น มีการใช้บุคคลมีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นผู้ทำหน้าที่สื่อสารการตลาดไปยังลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ กีฬามวยไทย ยังสามารถนำมาใช้เป็นสื่อวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมไทย ในด้านวัฒนธรรมกีฬามวยไทยเป็นวัฒนธรรมด้านศิลปะศาสตร์แขนงศิลปะการต่อสู้ที่ฝังรากลึกอยู่ในประเทศมาตั้งแต่โบราณ เป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรมไทยในหลาย ๆ ด้าน อาทิ วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับ ความกตัญญูและความเชื่อ เมื่อเรียนมวยไทยกับครูมวยต้องไหว้ครู มีระเบียบแบบแผนการปฏิบัติ ก่อนชกหรือเริ่มการแข่งขันต้องทำการไหว้ครูและรำรำมวยไทย เพื่อรำลึกถึงบุญคุณครูบาอาจารย์ ปิตามารดา มีเครื่องรางของขลัง

ผ้าพันมือและศิลปะของการพันมือ มงคลและประเจียด เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตลอดจนดนตรีที่ใช้บรรเลงในระหว่างการแข่งขัน มวยไทยถูกอบรมสั่งสอนโดยคนที่ทำหน้าที่เป็นครูมวยที่มีทักษะความรู้ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียน เพื่อนร่วมค่าย ศิษย์พี่ ศิษย์น้องร่วมค่าย เหล่านี้ล้วนอยู่ในวิถีมวยไทย ดังนั้นมวยไทยจึงเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สามารถสะท้อน อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของความเป็นไทย วัฒนธรรมไทยได้ในหลายมิติ เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้การท่องเที่ยว พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของ วัฒนธรรม อีกทั้งเป็นรูปแบบที่จะสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนและผู้ถูกเยือน ระหว่างแขกและเจ้าบ้านที่สามารถซึมซับความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนพื้นที่ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ นั้น ๆ และจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ Greg Richards (2009) จากข้อค้นพบนี้ จากจุดเด่นของมวยไทยในฐานะสื่อวัฒนธรรมดังกล่าว จึงเป็นโอกาสของกีฬามวยไทยในการขยายฐานไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4. ประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ที่สามารถนำมาใช้เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ การปั่นจักรยานในพื้นที่ทางธรรมชาติ การวิ่งเทรล การปั่นจักรยานชมเส้นทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น อีกทั้งการท่องเที่ยวชายทะเลของประเทศไทยมีชื่อเสียงในระดับโลก ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ และทางทะเลของไทย ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาดำน้ำ ที่ประเทศไทยมีจุดดำน้ำหลากหลายและกระจายอยู่ทั้งฝั่งอ่าวไทย และ ฝั่งทะเลอันดามัน และแต่ละจุดต่างก็มีความสวยงามแตกต่างกันไป ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเลนี้ หากเปรียบเทียบกับประเทศเมียนมาร์ ซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกันข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเลของพม่ามีความสด สะอาด และใหม่มากกว่า ประเทศไทย และเริ่มมีกลุ่มนักดำน้ำลงพื้นที่สำรวจเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวดำน้ำของประเทศ แต่ประเทศไทยยังมีความได้เปรียบทางด้านอื่น ๆ ที่ยังคงสามารถแข่งขันได้ ความหลากหลายของทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและกิจกรรมเชิงกีฬา ถือเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เติบโตต่อไป

5. ประเทศไทยมีความหลากหลายของกีฬาพื้นบ้าน ที่มีองค์ประกอบของความเป็นท้องถิ่น (Local) ที่สามารถนำมาใช้พัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความเป็นท้องถิ่นเหล่านี้ นับเป็นจุดขายที่สำคัญตามแนวโน้มการท่องเที่ยวในโลกยุคปัจจุบัน สามารถนำมาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่น กีฬาพื้นบ้านที่สำคัญได้แก่ การแข่งขันเรือพายประจำปี การแข่งขันเรือยาว การแข่งขันการเล่นหมากรูก หมากล่อม การแข่งขันว่าวไทย เป็นต้น

6. ประเทศไทยกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยที่หลากหลาย ทั้งที่เป็นกิจกรรมผจญภัยทางอากาศ อาทิ การนั่งบอลลูนชมทัศนียภาพจากที่สูง (บอลลูนนิ่ง Ballooning) แสงไกร่ดดิ้ง (Hang Gliding) หรือการกระโดดจากที่สูงโดยใช้เครื่องร่นแบบไม่มีเครื่องยนต์ อาศัยกระแสลม พาราชูตติ้ง (Parachuting) เป็นการกระโดดร่มในระดับสูงโดยอาศัยเครื่องบิน พาราไกร่ดดิ้ง (Paragliding) เป็นการกระโดดร่มจากภูเขาสูงหรือหน้าผา และการเที่ยวชมทัศนียภาพด้วยเครื่องร่นขนาดเล็ก (Scenic

Arial tourism) กิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยทางบก (land based) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่อาศัยองค์ประกอบทางกายภาพ เช่น ป่าไม้ สมบูรณ์ เขาสูงชัน ทิวทัศน์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจ อาทิ เทคกิ้ง หรือ แทรมปีง (Trekking /Tramping) เป็นการเดินป่าเพื่อชมธรรมชาติ การปั่นจักรยานเสือภูเขา (Mountain Biking) ซึ่งเป็นการขี่จักรยานในพื้นที่ที่มีอุปสรรคหรือ จักรยานวิบาก การปีนผา (Rock climbing) และการไต่ตัวจากหน้าผา (Rappelling) เป็นต้น กิจกรรมผจญภัยทางน้ำ อาทิ การล่องแพในถ้ำ (Black water rafting) การเดินถ้ำ (Caving) ล่องเรือใบ (Charter sailing) ดำน้ำลึก ดำน้ำตื้น (Diving /snorkeling) แจ๊ตสกี (Jet biking) แจ๊ต โบตติง (Jet boating) การล่องแก่ง (White water rafting) คายัค (kayaking) แคนนู (Canoeing) วินด์เซิร์ฟ (wind surfing) และการตกปลา (Fishing) เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยเหล่านี้กำลังได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นและมีศักยภาพในการพัฒนาต่อไปในอนาคต อีกทั้งการท่องเที่ยวผจญภัย ยังมีความคาบเกี่ยวสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถนำมาผสมผสานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการผจญภัยของประเทศไทยได้

4.4 การวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชื่อมโยงกับ เมียนมาร์ ลาว และ กัมพูชา

จากนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้มีการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกกลุ่มภูมิภาคด้วยกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกัน อย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มภูมิภาค ในตลาดท่องเที่ยวโลก ตามเป้าประสงค์ที่ให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลัก ที่เติบโตอย่างยั่งยืน และให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้ ให้แก่ชุมชนมากขึ้น ซึ่งมียุทธศาสตร์ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภาควิชาอาเซียน และนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ แผนงานวิจัยวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยเชื่อมโยงกลุ่มภูมิภาคอาเซียน จึงได้ลงพื้นที่เพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ ประเทศกัมพูชา (Kingdom of Cambodia เมืองเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (Lao People's Democratic Republic) และเมืองย่างกุ้ง และเมืองมะริด ประเทศสหภาพพม่า (Union of Myanmar) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับ

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกันอันจะนำไปสู่การวางแผนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยจะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว อันได้แก่

- 1.1 สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ การวิ่ง การปั่นจักรยาน ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวในพื้นที่ และกิจกรรมเชิงกีฬาอื่น

1.2. สิ่งอำนวยความสะดวกหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ แผนที่ ศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว

1.3. กิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น ดำน้ำ ปีนหน้าผา ปั่นจักรยาน เสือภูเขา เป็นต้น

1.4. ที่พัก หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทางหรือนักท่องเที่ยวได้เข้าพัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮเทล บังกะโล เกสต์เฮ้าส์ โฮมสเตย์

1.5. การคมนาคม หมายถึง การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การบิน การเดินเรือ และการขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ

2. แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับประเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กับประเทศเพื่อนบ้าน อันจะมีผลต่อการจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 4.4 แสดงภาพตัวอย่างการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ประเทศ สปป.ลาว กัมพูชา และ พม่า
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะนักวิจัย, 2560

ผลการสำรวจศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน จำแนกเป็นรายประเทศดังนี้

ประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีพรมแดนเชื่อมโยงกับ 3 ประเทศ คือ ไทย เวียดนาม และ สปป.ลาว และมีเส้นทาง คมนาคมเชื่อมโยงถึงกันได้ค่อนข้างสะดวก การเดินทางจากกรุงเทพมหานคร ผ่านทางด่านปอยเปต โดยใช้เส้นทางหมายเลข 304 ผ่าน จังหวัดฉะเชิงเทรา อำเภอนมสารคามุ่งหน้าไปยัง จังหวัดสระแก้ว ใช้เส้นทางหมายเลข 33 ไปยังด่านอรัญประเทศ ซึ่งอยู่ติดกับโรงเกลือ จากโรงเกลือ ข้ามด่านอรัญประเทศไปยัง

ด่านปอยเปต ซึ่งที่ปอยเปตนี้ จะสามารถเหมารถยนต์นั่งส่วนบุคคลไปยังเมืองเสียมเรียบได้ในระหว่างประมาณ 2000-2,500 บาท นั่งได้คันละ 3-4 คน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2560) เส้นทางภายในประเทศ กัมพูชา เส้นทางระยะแรกจาก ปอยเปต-ศรีโสภณ เป็นเส้นทางราดยางที่มีหลุมขนาดเล็กใหญ่ เส้นทางจากด่านช่องผักกาดไปยัง เสียมเรียบ บางช่วงเป็นดินลูกรังไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร ภาพตัวอย่างของบริการรถเช่า และสภาพเส้นทางการคมนาคมในเมืองเสียมเรียบดังแสดงในภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 แสดงตัวอย่างรถเช่า เมืองเสียมเรียบ กัมพูชา
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะวิจัย, 2560

กัมพูชามีจุดแข็ง จากตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อัตราค่าจ้างแรงงานที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ชาวกัมพูชาบางจังหวัดสามารถพูดภาษาไทยได้ แต่มีจุดอ่อนด้าน ระบบสาธารณูปโภคที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ข้อมูลจากการลงพื้นที่พบว่า รัฐบาลกัมพูชาให้ความสำคัญกับภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเล็งเห็นศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวและภาคบริการ คิดเป็นเกือบ ร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ขณะที่ ภาคเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 30 และภาคอุตสาหกรรมคิดเป็น ร้อยละ 25 ภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็น 1 ใน 6 ภาคธุรกิจ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของกัมพูชาและก่อให้เกิด การจ้างงานในประเทศมากกว่า 400,000 ตำแหน่ง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ในแง่แหล่งวัตถุดิบ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ของกัมพูชาเกื้อหนุน บทบาททางการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ หลักทางเศรษฐกิจแก่กัมพูชา และมุ่งมั่นที่จะใช้ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับภาค การท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง ระหว่างการท่องเที่ยวกับภาคการเกษตร หนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญ ของภาครัฐ คือ การสร้างเขตสีเขียว หรือ เขตพัฒนาการเกษตร (Green Belt Zone or Agricultural Development Zone) ล้อมรอบสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ เมื่อพิจารณาถึง ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) ที่พัก และ (5) การคมนาคม ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ จุดขายด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพูนานาเสนอ "วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณีโบราณสถานและธรรมชาติ" คำที่ใช้ในการรณรงค์การท่องเที่ยวคือ "Kingdom of Wonder" ที่สำคัญดังนี้

1.1 นครวัดนครธม จังหวัดเสียมเรียบ (Siem Reap) ห่างจากชายแดนรัฐประเทศ 154 กิโลเมตร ห่างจากกรุงพนมเปญ 314 กิโลเมตร นอกจากนครวัด นครธมแล้ว เมืองเสียมเรียบยังเป็นที่ตั้งของ ปราสาทหินและโบราณสถานสมัยอาณาจักรขอมโบราณรุ่งเรืองที่ เกือบ 200 ปราสาทที่ ล้วนงดงามและเป็นแม่เหล็กที่สำคัญ ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยว

1.2 ทะเล และ ชายหาด กัมพูชาที่มีชายทะเลเป็นแนวยาว 450 กิโลเมตร ใน 4 จังหวัด คือ เกาะกง Koh Kong), พระสีหนุ (Preah Sihanouk), หรือ (กำปงโสม) Kamponsom กำปอต Kampot และ แกบ Kep) ได้รับการยอมรับว่าเป็นชายหาด ที่สวยระดับโลก (The Coastline Was Officially Recognized as One of the World's Most Beautiful Bays in May, 2011)

1.3 ทะเลสาบ กัมพูชาที่มีทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ ชื่อว่า “โตนเลสาบ” ซึ่งเป็น ทะเลสาบที่เกิดจากแม่น้ำโขงไหลผ่านยาว 500 กิโลเมตร จากนั้นไหลเข้าสู่เวียดนาม ลงสู่ทะเลจีนใต้ นับว่าเป็นแม่น้ำนานาชาติ มีแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตบนสายน้ำ

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นที่การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงกีฬา คณะผู้วิจัยจึงมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ การปั่นจักรยาน การวิ่ง การปีนเขา การท่องเที่ยวผจญภัย เป็นต้น พบว่า มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน สิ่งที่น่าสนใจคือในเมืองเสียมเรียบ การท่องเที่ยวด้วย จักรยาน ได้รับความนิยมมาก มีบริการให้เช่าจักรยาน เพื่อปั่นชมปราสาท และโบราณสถานมี การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว บริการนำเที่ยวด้วยจักรยาน เมื่อสอบถาม การให้บริการด้วยจักรยาน เป็นการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ โบราณสถานมิให้ผุพังอันเนื่องมาจากควันรถ

2.2 การท่องเที่ยวผจญภัย อาทิ การปั่นจักรยานเสือภูเขาชมหมู่บ้าน วัฒนธรรม วิถีชีวิต ธรรมชาติ และ ปราสาท อาทิ เส้นทางจักรยานที่เป็นที่นิยมเป็น 30 กิโลเมตรการเดินทางจาก Kratie ถึง Kampi เพื่อเข้าชมปลาโลมาอิรวดีหายาก หรือจะเป็น การท่องเที่ยวในเมือง Rattanakari และ Mondulkiri, พื้นที่ Banlung ของ Rattanakari ซึ่งเป็นฐานในการเดินป่ารอบทะเลสาบ ปล่องภูเขาไฟและน้ำตก เป็นต้น ภาพตัวอย่างของกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย และ การท่องเที่ยว ด้วยจักรยานดังแสดงในภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 แสดงตัวอย่างแผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัย และการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในกัมพูชา

ที่มา : ภาพถ่ายโดย สัจจา ไกรศรีรัตน์ , 2560

2.3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำและทางทะเลภาคใต้ของประเทศ เมือง สี่หนุวิลล์ บริเวณชายฝั่งทะเลมีการพัฒนาของการท่องเที่ยวสามารถรองรับการผจญภัยดำน้ำ ดำน้ำตื้นใด ๆ จากการเดินทางไปดำน้ำสำหรับผู้เริ่มต้นให้นักดำน้ำมีประสบการณ์มากที่สุด มีหมู่เกาะในอ่าวไทยมีแนวปะการังของพวกเขาสันสนุนหลายพันธุ์ของชีวิตทางทะเลจะตอบสนองความอยากให้มีการผจญภัยของผู้เข้าชมทั้งหมด

2.4 การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) พบว่ากัมพูชามีการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่สำคัญ อยู่ 3 สนามได้แก่ สี่หนุวิลล์ อินเทอร์เน็ตชั้นแนล ฮาล์ฟมาราธอน ซึ่งจัดในระหว่างเดือน มีนาคม งาน angkor empire marathon จัดระหว่างเดือน สิงหาคม และ งาน Angkor Wat international marathon การจัดงานวิ่ง สามารถดึงดูดนักวิ่งที่เป็นชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก อัตราค่าสมัคร อยู่ใน อัตราที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิ่งในประเทศไทย ทั้งนี้พบว่า ราคาค่าสมัครสำหรับการวิ่งฮาล์ฟมาราธอน เมื่อเทียบเป็นเงินสกุลบาทของไทยแล้ว ประมาณ 1,850 บาท

3. สิ่งอำนวยความสะดวก กัมพูชามีสิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้าระบบ 220 โวลต์ น้ำประปาไหลตลอดเวลา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการสังเกตข้อมูลในพื้นที่พบว่า โรงแรมที่พัก ในเมืองท่องเที่ยว อาทิ เมืองเสียบเรียบ แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ที่พัก โรงแรมห้องพักทุกห้องมีเครื่องปรับอากาศ เครื่องเป่าผม อินเทอร์เน็ต ตู้เซฟ ในห้องพัก มินิบาร์ โทรศัพท์ ให้แก่ผู้มาพัก โรงแรมในเมืองเสียบเรียบจึงมี ร้านค้า บาร์ ผับ บริการซักรีด ห้องประชุม ร้านอาหาร รมเซอร์วิส บริการนวด ฟิองฟิตเนส ขาวน่า สระว่ายน้ำ กลางแจ้ง ให้บริการ ในบริเวณโรงแรม ในส่วนของบริหารร้านอาหารนั้น

พบว่า ร้านอาหารในกัมพูชาแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ (1) ร้านอาหารชั้นเลิศ (Fine Dining) ซึ่งมักจะแยกเปิดเป็นภัตตาคารเดี่ยว (2) ร้านอาหารเน้นบรรยากาศ (Casual Dining) ระดับราคา ปานกลางถึงสูง มักจะพบเปิดเป็นทั้งร้านเดี่ยวหรือรวมอยู่กับศูนย์อาหารระดับดีหรือเป็นร้านอยู่ในโรงแรม (3) ร้านอาหารประเภท Fast Food มักพบเห็นในรูปของธุรกิจแฟรนไชส์ (4) ร้านอาหารทั่วไปที่บริการเสิร์ฟ อาหารเช้าและกลางวัน (5) คาเฟ่และร้านเบเกอรี่ และ (6) ร้านอาหารตาม Night Club ที่มีบริการเสิร์ฟเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์และร้านข้าวต้มกลางคืน การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในกัมพูชา เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจ ร้านอาหาร นอกจากนี้ เทรนด์ธุรกิจแบบแฟรนไชส์ F&B เป็นที่นิยมในกัมพูชาเช่นกัน โดยปัจจุบันบริษัท Express Food Group จำกัด (EFG) เป็นผู้นำทางด้านธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหาร โดยนำ Brand ชื่อนำจาก ต่างประเทศเข้ามา เช่น Pizza Company ของไทย Swensen's และ Dairy Queen ของอเมริกา BBQ Chicken และ Costa Coffee ของเกาหลีได้รวมทั้งสิ้น 39 แห่งทั่วพนมเปญ ด้านผู้นำธุรกิจแฟรนไชส์ท้องถิ่น คือ Park Café มีแผนจะขายแฟรนไชส์ในปีหน้าเช่นกัน ซึ่งจะมีแบรนด์ต่างชาติอื่น ๆ ตามเข้ามาอีก

4. ที่พัก ภาคธุรกิจโรงแรมเติบโต จากการเพิ่มของ นักท่องเที่ยว จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยว พบว่าการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มร้อยละ 62 ขณะที่ จำนวนห้องพักโรงแรมและเกสต์เฮาส์เพิ่มร้อยละ 12 ส่วนการให้สินเชื่อเกี่ยวกับโรงแรมและร้านอาหารมีการ เพิ่มขึ้นในระหว่างการลงพื้นที่เมืองเสียมเรียบพบว่า มีโรงแรมที่พักเกิดขึ้นอีกจำนวนมาก เพื่อรองรับอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว

5. การคมนาคม รัฐบาลกัมพูชา ได้จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2544 ต่อมา รัฐบาลได้กำหนด แผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยว (Tourism Action Plan) โดยสนับสนุนให้นักลงทุนเข้าไปลงทุนพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น การขนส่ง โรงแรม ร้านอาหาร การสื่อสารโทรคมนาคม พลังงาน และน้ำประปา รวมถึงได้มีการเจรจากับรัฐบาลจีนและญี่ปุ่น เพื่อให้ไปลงทุนในภาคการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้ทำการบันทึก ความตกลง (MOU) กับสายการบินต่าง ๆ ให้เพิ่มเที่ยวบิน และเปิดเที่ยวบินตรง (Direct Flights) ภายใต้นโยบาย เปิดน่านฟ้าเสรี (Open Sky Policy) นอกจากนี้มีแผนการพัฒนาอย่างเร่งด่วน ประกอบด้วย การปรับปรุงคุณภาพ ของการบริการ การฝึกอบรมบุคลากรที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาโรงแรมให้ได้มาตรฐาน และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศ รวมถึงการสร้างและพัฒนาจุดขายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ปัจจุบัน มีสายการบินนานาชาติบินมาลงที่กรุงพนมเปญและจังหวัดเสียมเรียบมากกว่า 20 สายการบิน 58 เที่ยวบิน (ทุกประเทศในอาเซียน ยกเว้น บรูไนและอินโดนีเซีย) โดยร้อยละ 75 เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาค เอเชียแปซิฟิก เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้และอินเดีย และร้อยละ 16 เป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป นักท่องเที่ยว ต่างชาติเดินทางไปจังหวัดเสียมเรียบ ซึ่งเป็นที่ตั้งของสิ่งมหัศจรรย์ของโลก “ปราสาทนครวัด (Angkor Wat)-นครธม (Angkor Thom)” ประมาณร้อยละ 70 ที่เหลือเดินทางไปกรุงพนมเปญและจังหวัดอื่น ๆ

สภาพพม่า

ประเทศพม่าเป็นประเทศที่มีชายแดนติดต่อกับประเทศไทย เป็นระยะทางยาวประมาณ 1,800 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 10 จังหวัดได้แก่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย เชียงใหม่ ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนองธุรกิจท่องเที่ยวและบริการหนึ่งในธุรกิจที่มี

ศักยภาพในพม่า เนื่องจาก พม่ามีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ และ วัฒนธรรม ประกอบกับ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลพม่าอย่างจริงจัง ภายหลังพม่าเปิดประเทศ ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาพม่า เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเติบโตแบบก้าวกระโดด สะท้อนได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพม่า จำนวน 2.04 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 93 จากปี 2555 สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ 925 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นราว 400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อีกทั้งยัง ทำให้เกิดการจ้างงานในประเทศราว 300,000 ตำแหน่ง นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาพม่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชีย โดยเฉพาะ ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย และ สิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด มีระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ย 7 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 145 ดอลลาร์สหรัฐ รัฐบาลพม่าเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ จึงกำหนดเป้าหมายให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันการขยายตัวทางเศรษฐกิจของพม่า ให้ได้ร้อยละ 7 ต่อปี อีกทั้งช่วยลดความยากจน และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ผ่านการจ้างงาน โดยได้จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวปี 2556- 2563 (Myanmar Tourism Master plan) มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพม่า เพื่อก้าวไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดมากยิ่งขึ้น โดยเร่งรัดพัฒนาบุคลากรหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และระบบการขนส่ง รวมทั้งสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) ที่พัก และ (5) การคมนาคม ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ

1.1 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมของพม่ามีเจดีย์สวยงาม มีจำนวนถึง 10 แห่ง ประกอบด้วย มหาเจดีย์ชเวดากอง ตลาดดสก็อต พระพุทธรูปหินอ่อน พระพุทธรูปไสยาสน์เจ้าทัตยี เจดีย์เยเลพญา เจดีย์กลางน้ำ พระธาตุชเวมอดอว์ หรือพระธาตุมูเตา พระราชวังบุเรงนอง พระพุทธรูปไสยาสน์ชตาเลียว พระพุทธรูปไจ้กัปุ่น พระธาตุอินทร์แขวน หรือไจ้กัทิโย มีวัด พระ ศิลปกรรมแบบพม่า มีเมืองพุกาม หรือที่ชาวเมียนมาร์เรียกกันว่า “บะกัน (Bagan)” เป็นดินแดนแห่งเจดีย์หมื่นองค์ ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นเมืองมรดกโลก

1.2 ความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล จากลักษณะทางภูมิประเทศของพม่า ที่ตั้งอยู่ตามแนวอ่าวเบงกอลและทะเลอันดามัน จึงทำให้มีชายฝั่งทะเลยาวถึง 2000 ไมล์ และมีหาดที่สวยงามเก่าแก่ และ บริสุทธิ์อยู่หลายแห่ง



ภาพที่ 4.7 ภาพตัวอย่างทะเลในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะนักวิจัย, 2560

1.3 วิถีชีวิต ชาวเมียนมาร์ยังคงดำเนินชีวิตตามแบบที่คนโบราณเคยยึดถือ โดยเฉพาะ เรื่องการแต่งกาย การนับถือศาสนา และ การทำมาหากิน อาทิ วิถีชีวิตชาวเล มีความโดดเด่นเป็น ธรรมชาติที่ยังไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย



ภาพที่ 4.8 แสดงภาพตัวอย่างวิถีชีวิตประมงของชาวเมียนมาร์
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะนักวิจัย, 2560

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวของพม่าส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ การไหว้พระ การชมแหล่งศิลปวัฒนธรรม และ การท่องเที่ยวทางทะเล เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า มีศักยภาพที่ความโดดเด่นในเรื่องกิจกรรมทางน้ำโดยเฉพาะทางทะเล เมียนมาร์ ชายฝั่งทะเลยาวถึง 2000 ไมล์ และมีหาดที่สวยงามเก่าแก่บริสุทธิ์อยู่หลายแห่ง การท่องเที่ยวทางทะเลกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ บริษัทนำเที่ยวได้ลงทุนเพิ่มขึ้นในการนำเข้าเรือ เพื่อรองรับการเติบโต ในระหว่างที่คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่า มีบริษัทท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวมาสำรวจพื้นที่เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านน้ำ

นอกจากนี้ยังพบว่าพม่าเริ่มส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อาทิ กำหนดแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คุ้มครอง กำหนดแผนการเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร การเดินทางแสวงบุญ และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE) และ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น กำหนดให้โครงการก่อสร้างโรงแรมเป็นโครงการเร่งด่วน ให้สิทธิประโยชน์สำหรับโครงการท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีสีเขียว และ โครงการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Barrier free tourism) ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และคน โดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ เมียนมาร์เริ่มมีการจัดงานวิ่งมาราธอน เป็นการจัดเป็น ปีที่ 4 ภายใต้ชื่อ “Yoma Yangon International Marathon” โดยใช้เส้นทางวิ่งผ่านสถานที่สำคัญที่สามารถบ่งบอกความเป็นเมืองย่างกุ้งได้อย่างดี มีจุดเริ่มต้น (Start) เส้นทางที่เริ่มต้นจากสนามกีฬาแห่งชาติผ่านเจดีย์คู่มืองย่างกุ้งอันเปี่ยมล้นศรัทธาทั้ง 3 แห่งได้แก่ เจดีย์ โบตาทาวน์ สุหฺเล่ และชเวดากอง โดยเจดีย์ โบตาทาวน์ ตั้งอยู่บนเส้นเลียบแม่น้ำย่างกุ้ง เจดีย์สุหฺเล่ ตั้งอยู่บนถนนเส้นที่เจริญนับว่าเป็นย่านสำคัญทางการค้าในย่างกุ้งและ เจดีย์ชเวดากอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ดั้งเดิมของย่างกุ้ง ผ่านทะเลสาบกัณดอร์จี สวนสัตว์ย่างกุ้ง และ ย่านการทั้งที่เป็นย่านการค้าเดิม ย่านการค้าใหม่ที่กำลังเจริญ ก้าวหน้า

3. สิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ให้ข้อมูล การท่องเที่ยว เหมือนกับประเทศไทย แตกต่างกันเพียงเวลาห่างกันครึ่งชั่วโมง สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ไฟฟ้า 220 โวลต์ จะเปิดเป็นเวลา หลัง 22.00 น.ไฟฟ้างก็ปิด บางที่ไฟฟ้าเปิด ปิด เป็นเวลา ยกเว้นโรงแรมใหญ่ จะมีเครื่องปั่นไฟฟ้าเอง มีน้ำประปาไหลตลอดเวลา โทรศัพท์มีทุกระบบ แผนที่ท่องเที่ยว

4. ที่พัก

Ministry of Hotels and Tourism ของพม่า ระบุว่าในปี 2556 ที่พักในพม่าซึ่ง รวมถึง โรงแรม โมเต็ล และเกสต์เฮาส์ มีทั้งสิ้น 923 แห่ง มีห้องพักรวมกันทั้งสิ้น 34,834 ห้อง โดยที่พักส่วนใหญ่ อยู่ในเมืองย่างกุ้ง จำนวน 232 แห่ง มีห้องพักรวม 10,175 ห้อง รองลงมา คือ เมืองมัณฑะเลย์ จำนวน 104 แห่ง มีห้องพักรวม 4,439 ห้อง กรุงเนย์ปิโดว์ จำนวน 50 แห่ง มีห้องพักรวม 4,030 ห้อง และเมืองพุกาม จำนวน 77 แห่ง มีห้องพักรวม 2,386 ห้อง โดยที่พักทั้ง 923 แห่งแบ่งเป็น โรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 6 แห่ง โรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 17 แห่ง โรงแรมระดับ 3 ดาว

จำนวน 83 แห่ง โรงแรมระดับ 2 ดาว จำนวน 116 แห่ง โรงแรม ระดับ 1 ดาว จำนวน 102 แห่ง และ Certificated Hotel จำนวน 599 แห่ง จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า พม่ายังขาดแคลนที่พักระดับบน

5. การคมนาคม

สภาพพม่า เดินทางโดยสารการบิน เป็นการขนส่งทางอากาศ โดยใช้สนามบินมินกาลาดิน ในเมืองย่างกุ้ง มีสายการบินภายในประเทศเช่น บาแกนแอร์ไลน์ มณฑลแอร์ไลน์ เมียนมาร์แอร์ไลน์ เป็นต้น ส่วนมากเป็นสายการบินระหว่างประเทศ โดยจะเป็นสถานที่แห่งที่ สองรองรับเครื่องบินขนาดเล็ก และผู้โดยสาร ไปต่อที่สนามบินสุวรรณภูมิของประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง ส่วนทางบกภายในประเทศ ได้แก่ ทางถนน และทางรถไฟ ทางถนนในพม่าส่วนใหญ่ขนานไปกับภูเขาและแม่น้ำ ไปตามความยาวของประเทศ เช่นเดียวกับทางรถไฟ ถนนสายต่างๆ ใช้การทุกฤดูกาล ถนนยังต้องปรับปรุง รัฐบาลให้เงิน และยางมะตอยมาให้ ในส่วนของแรงงานก็ยังใช้แรงงานของประชาชนในพื้นที่ ค่าแรงงานต่ำมาก เมื่อเทียบกับประเทศไทย ถนนไม่ค่อยดี ถนนบางจุดสะดัก บางจุดก็ไม่สะดักเท่าไร

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หรือเรียกสั้นๆว่า ประเทศ “สปป.ลาว” มีเส้นเขตแดนติดต่อกับประเทศไทย ยาวประมาณ 1,810 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 11 จังหวัดของไทย ได้แก่ เชียงราย พะเยา น่าน อุตรดิตถ์ พิษณุโลก เลย หนองคาย นครพนม อานาจเจริญ มุกดาหาร และอุบลราชธานี ซึ่งติดต่อกับ 9 แขวง ของ สปป.ลาว ได้แก่ บ่อแก้ว ไชยะบูลี เวียงจันทน์ นครหลวงเวียงจันทน์ บอลิคำไซ คำม่วน สะหวันนะเขต สาละวัน และ จำปาสัก รัฐบาล สปป.ลาว ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งเป็นสาขาที่สร้างรายได้ที่สำคัญอย่างต่อเนื่องของประเทศ โดยยึดนโยบายวัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ และความมั่นคง นำการเมือง การท่องเที่ยวของ สปป. ข้อมูลจากการลงพื้นที่พบว่า การเดินทางเข้า สปป.ลาว โดยไม่มีเอกสารเดินทางที่ถูกต้อง จะถือว่าเป็นการลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย มีโทษจำคุก และปรับขั้นต่ำ 100 ดอลลาร์สหรัฐ ในกรณีใช้บัตรผ่านแดน เดินทางเข้า ออก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผ่านด่านสากล สามารถพำนักอยู่ในประเทศลาวได้ 3 วัน 2 คืน และห้ามเดินทางออกนอกพื้นที่ กรณีใช้หนังสือเดินทางไทยสามารถพำนักอยู่ได้ ไม่เกิน 30 วัน และไม่ต้องขอวีซ่า ในกรณีเดินทางมาท่องเที่ยวห้ามพำนักอยู่ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เกินกำหนดเวลาที่ได้รับอนุญาต กรณีบัตรผ่านแดนจะถูกปรับวันละ 5 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อวัน กรณีหนังสือเดินทางจะถูกปรับวันละ 10 ดอลลาร์ต่อวันที่อยู่เกินกำหนด เอกสารที่ใช้ประกอบการเดินทางควรนำติดตัว และถ่ายสำเนาแยกเก็บไว้ ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายลาวขอทำการตรวจ การมีเพศสัมพันธ์กับคนลาวที่ไม่ใช่คู่สมรส เป็นเรื่องผิดกฎหมาย หากละเมิดจะถูกกักกันตัวชั่วคราว จนกว่าจะนำเงินมาจ่ายค่าปรับขั้นต่ำที่ 500 ดอลลาร์สหรัฐ และส่งตัวกลับประเทศ ห้ามพกค้ายาเสพติดที่บ้านคนลาว โดยไม่แจ้งต่อนายบ้านก่อน ห้ามมียาเสพติด อาวุธ และของต้องห้าม ไว้ในครอบครอง ห้ามแจกจ่ายใบปลิว หรือเผยแพร่ต่าง ๆ โดยไม่ได้รับอนุญาต การมาถ่ายทำสารคดี หรือรายการต่าง ๆ ต้องดำเนินการขออนุญาตจากทางการลาวก่อน รวมทั้ง การนำกล้องภาพยนตร์ขนาดใหญ่ เข้ามาบันทึกภาพ ก็ต้องขออนุญาตด้วย ห้ามชุมนุมเพื่อทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยไม่ได้รับอนุญาต เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง (1) สิ่งดึงดูดใจ (2) กิจกรรมการท่องเที่ยว (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) ที่พัก และ (5) การคมนาคม ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีชื่อเสียงทางด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม มีเมืองหลวงพระบางเป็นเมืองมรดกโลก เป็นแม่เหล็กดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมลาวมี 60 คนเผ่า ที่ยังคงรักษาประเพณีได้อย่างเข้มแข็ง ถนนเข้าไปไม่ถึง วิถีชีวิตน่าสนใจ ไม่ได้จัดแต่งสร้างภาพ จัดฉาก เห็นวิถีชีวิตจริง ๆ ความเจริญทางด้านวัตถุยังเข้าไม่ค่อยถึง มีกิจกรรมมากในบุญปีใหม่ของหลวงพระบางนิยมไปชมที่วัดเชียงทอง วัดวิชุนนาราช ขึ้นภูสีมีวัดจำนวนมาก วัดหอเสียง วัดใหม่สี่สวันพูมาราม วัดสี่สะพานเทวะโลก วัดหนองสีคูนเมือง วัดแสนสุขาราม หอพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หลวงพระบาง หอพระบาง วัดภูสี วัดอฮามฮูตะมะทานี วัดอาไฟ วัดมโนรม วัดพระธาตุหลวง อุทยานธรรมชาติการท่องเที่ยวของลาวในปัจจุบันยังคงเน้นท่องเที่ยวใน 2 แหล่งท่องเที่ยวหลัก คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถานและประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว

สปป.ลาวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่โดดเด่นได้แก่ การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน มีความเข้มข้นในพื้นที่แขวงหลวงพระบางที่เป็นเมืองมรดกโลกมีการจัดบริการการท่องเที่ยวด้วยจักรยานแบบครบวงจร จำนวนของนักท่องเที่ยวและผู้ใช้จักรยาน มีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก เนื่องจากการแขวงหลวงพระบางได้มีนโยบายขับเคลื่อนการใช้จักรยานเพื่อการเดินทาง ภายในตัวเมืองพร้อมทั้งมีการรณรงค์ให้นักเรียน นักศึกษาหันมาใช้รถจักรยาน เป็นการลดการใช้พลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม มีการให้บริการเช่ารถจักรยานสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเช่าจักรยานเพื่อการเดินทางชมตามสถานที่ต่าง ๆ ให้บริการเช่าถึง 45 จุดกระจายอยู่บริเวณทั่วไปของเมือง จำนวนจักรยานที่ให้บริการมากกว่า 600 คัน มีทั้งจักรยานเสือภูเขา จักรยานแม่บ้าน จักรยานสำหรับเด็ก และ ในโรงแรมที่พักมีการจัดรถจักรยานไว้ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวด้วยจักรยาน อาทิ เส้นทาง ถนนเลาะเลียบบตามริมแม่น้ำคาน มีวัฒนธรรมชาตสวยงาม นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เป็นต้น ภาพแสดงตัวอย่างการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในเมืองหลวงพระบางดังแสดงในภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 แสดงตัวอย่างการท่องเที่ยวด้วยจักรยานในเมืองหลวงพระบาง ประเทศ สปป.ลาว
ที่มา : คณะนักวิจัย, 2561

เนื่องจาก สปป.ลาว มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา และที่ราบสูง ทางตอนเหนือ และ ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ จากภูมิประเทศเช่นนี้ทำให้ สปป.ลาว มีแม่น้ำที่เกิดที่เกิดจากแนวภูเขา ด้านตะวันออกเป็นจำนวนมาก แม่น้ำเหล่านี้ไหลผ่านป่าเขา ลำเนาไพร ลงมาสู่พื้นราบทางทิศตะวันตก และ ไหลลงสู่แม่น้ำโขง รวมถึงยังมีลำน้ำสายต่างๆ ไหลลงสู่แม่น้ำโขงอีก จำนวนมาก อาทิ ลำน้ำทา ลำน้ำแบ่ง ลำน้ำอู ลำน้ำเซียง ลำน้ำคาน ลำน้ำจิม ลำน้ำชัน ลำน้ำกระดิง ลำน้ำเซบั้งไฟ ลำน้ำเซบั้งเหียง เป็นต้น ซึ่งแม่น้ำเหล่านี้นอกจากจะเอื้ออำนวยแก่การประกอบอาชีพทางการเกษตร และใช้หล่อเลี้ยงชีวิตของผู้คนแล้ว ยังเป็น แหล่งก่อเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวผจญภัยทางน้ำ ประเพณี พายเรือ ล่องแก่ง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก

สาธารณรัฐ สิ่งอำนวยความสะดวก ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว มีครบทุกอย่าง ถนนหนทางได้รับการพัฒนาขึ้นมา ไฟฟ้าใช้ 220 โวลต์ เช่นเดียวกับประเทศไทย แต่จะเปิด ปิด เป็นเวลา หลัง 22.00 น. ไฟฟ้าจะปิด แต่โรงแรมใหญ่ ๆ จะมี เครื่องปั่นไฟใช้เอง มีน้ำประปาไหลตลอดเวลา โทรศัพท์โทรออกนอกประเทศสามารถใช้ได้ทั้งซิมไทย และ ซิมลาว

4. ที่พัก

มีความหลากหลาย มีทั้งแบบโรงแรมชั้น 1 แบบเกสต์เฮ้าส์ การปรับเปลี่ยนบ้านเป็นที่พักอาศัย แต่ให้อาหารทานเองข้างนอก แบบกึ่งบ้านกึ่งโรงแรม

5. การคมนาคม

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เส้นทางเลย-ท่าลี่ ไชยะบูลี-หลวงพระบาง เส้นทางไม่ค่อยดี และ ไม่ค่อยสะดวกมากนัก บางส่วนในไชยะบูลี ที่จะเดินทางไปยังลาวเหนือ ยังเป็นลูกรัง ช่วงเชื่อมต่อระหว่างลาวและกัมพูชา ยังคงเป็นลูกรัง ในปัจจุบันมีรถโดยสารสาธารณะ ให้บริการประเทศไทยไปยังลาว โดยบริษัทขนส่งจำกัด

4.5 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย เชื่อมโยงกับภูมิภาคอาเซียน

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับหลายประเทศ รวมถึงประเทศในกลุ่ม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ ตัวอย่างเช่น ประเทศกัมพูชา นอกจากมี การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยประดัลเสรี ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทงานวิ่ง งานวิ่งรายการนครวัด อินเตอร์ เนชั่นแนล ฮาล์ฟมาราธอน ใช้สถานที่บริเวณนครวัดนครธมซึ่งเป็นสิ่งมหัสจรรย์ของโลกเป็นสถานที่ใช้ในการแข่งขันโดยมีประเภท ของการวิ่ง 5 ระยะ คือ วิลแชร์ระยะทาง 21 กิโลเมตร การวิ่งฮาล์ฟมาราธอน ระยะทาง 21 กิโลเมตร การวิ่งบนถนน มีการพัฒนาเส้นทางจักรยาน พนมเปญ-ลาว (Phnom Penh to Laos) เป็นเส้นทาง การปั่นจักรยานระยะทางโดยรวมประมาณ 460 กิโลเมตรจากกรุงพนมเปญ (Phnom Penh) ไปจังหวัดกำ ปังจาม (Kampong Cham) ระยะทาง 105 กิโลเมตร ต่อไปยังชูลอง (Chulong) ระยะทาง 90 กิโลเมตร ต่อจังหวัดกระแจะ (Kratie) ระยะทาง 36 กิโลเมตร ต่อจังหวัดสตรึงแตง (Strung Treng) ระยะทาง 145 กิโลเมตร ต่อไปยังชายแดนระหว่างประเทศลาวและประเทศกัมพูชาอีก 60 กิโลเมตร ตามลำดับ โดยผู้ปั่นจักรยานจะใช้เวลาเดินทาง อย่างน้อย 5 วันหากไม่แวะพักผ่อนเพื่อชมทัศนียภาพเลย เส้นทาง ประมาณครึ่งหนึ่งจะเป็นการปั่นในบริเวณริมแม่น้ำโขง ซึ่งมีทั้งที่เป็นทางเรียบและที่เป็นหลุมเป็นบ่อ แอ่งมีน้ำขังในช่วงฤดูฝน ผู้ปั่นจักรยานจะได้รับชมธรรมชาติที่ยังคงสภาพธรรมชาติ ไม่ถูกรุกราน วิถีชีวิต ของคนในชุมชนริมแม่น้ำโขง เป็นต้น ในประเทศเมียนมาร์มีการจัดการแข่งขันมาราธอนครั้งแรกในรอบ หลายสิบปีภายใต้ชื่อ อย่างกุ้งอินเตอร์เนชั่นนอลมาราธอน เป็นต้น

หลายประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพระดับสูงซึ่งนักท่องเที่ยว จากทั่วโลกมีความสนใจ เช่น ประเทศกัมพูชา มีแหล่งท่องเที่ยวนครวัดที่เป็นสิ่งมหัสจรรย์อันดับ 7 ของ โลก มีโบราณสถาน ชุมชนเมือง และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งองค์การยูเนสโกประกาศให้เป็น มรดกโลกได้แก่ เมืองหลวงพระบาง นอกจากนี้ยังมี หุ่นไหหิน น้ำตกหลี่ผี น้ำคอนพะเพ็ง และชุมชนที่ราบ ลุ่มแม่น้ำโขง การให้ความสนใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศสมาชิกอาเซียน หากสานต่อความร่วมมือโดยใช้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ Sport Tourism Connect จะเป็น การยกประเด็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ประเทศไทย และประเทศในกลุ่มเพื่อนบ้านอาเซียน มาเป็นจุด ขายสำหรับนักเดินทางและ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักการเล่นกีฬา และการออกกำลังกายจากทั่วโลกโดย ใช้ประเทศไทยซึ่งมีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคระดับมาตรฐาน สนามบินนานาชาติ ที่พร้อมเชื่อมต่อจุดหมายปลายทางทั่วทุกมุมโลก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ที่หลากหลายเชื่อมโยงประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย ตามนโยบาย ASEAN Connect สามารถนำมา ร้อยเรียงเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภูมิภาคอาเซียน นำไปสู่การออกแบบกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้เป็นสิ่งใหม่ ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ที่สามารถเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวจากการซื้อผลิตภัณฑ์ บริการ อันจะเป็นช่องทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พำนักนานขึ้น ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวซ้ำ (Repeated visits) และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน กับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีไทยเป็นศูนย์กลาง ทำให้เกิดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น จนกระทั่งยินยอมที่จะใช้จ่ายมากขึ้นในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ตัวอย่างของการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงเช่น การจัดท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานชมแหล่งมรดกโลกในภูมิภาค อาเซียน การจัดงานวิ่งเชื่อมโยง เป็นวิ่งซีรีส์ Series Running เป็นต้น

4.6 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแผนการวิจัย

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย การดำเนินการตามแผนชุดโครงการประกอบด้วย โครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ผลการศึกษาของแต่ละ โครงการนำมาสังเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักของแผนงานดังนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรม เชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (โครงการย่อยที่ 1 ผศ.ดร.สัจจา ไกรศรรัตน์ และ คณะ) การศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ ๆ เป็นการ สังเคราะห์องค์ความรู้และผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 1 มาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของ แผนงาน โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

ประเทศไทย ควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและ ความหลากหลายของภูมิประเทศ และ การวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็น กลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว มวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทย ไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากร ทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก นอกจากนี้การกำหนด ตำแหน่งดังกล่าวยังเป็นการดำเนินการ ที่สอดคล้องกับจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งมี ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว เชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนา กิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้นนอกจากนั้น รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จาก การนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการ จำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค

ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมายโดยมีผลการจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยดังนี้

1. การจัดทำกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยพบว่า

1.1 วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event destination) ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน

1.2 พันธกิจ

1.2.1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับประเทศ และ ชุมชนท้องถิ่น

1.2.2 พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การจัดกิจกรรมกีฬา ของประเทศไทย ทั้งด้านบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน การดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบสารสนเทศ และ ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน

1.2.3 ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

1.3 เป้าประสงค์

1.3.1 จำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มมากขึ้น

1.3.2 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งในแบบ passive and Active sport tourism เพิ่มขึ้น

1.3.3 เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 5 กลยุทธ์ หลักที่สำคัญดังนี้

2.1 พัฒนาลิขสิทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล

2.2 พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

2.3 ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.4 ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2.5 พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้วอันองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

3. แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ในการนำเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของอุตสาหกรรม (Diamond of advantage model) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่แสดงส่วนประกอบหลักที่มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมในการแข่งขันระดับนานาชาติมาใช้เป็นกรอบคิดวิเคราะห์

จากผลการสังเคราะห์ รายประเด็นตามแบบจำลอง Diamond Model คณะผู้วิจัยได้ค้นพบแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้านปัจจัยการผลิต

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
ด้านการผลิต (Factor Conditions)	1.1 สถานที่จัดงาน (venue) มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม 1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในบริบทของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้ 1.3 สภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา	1.1 ขาดสถานที่จัดงานมีความยืดหยุ่น และสามารถรองรับคนจำนวนมากได้ 1.2 สถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก 1.3 ระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ 1.4 ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนต เป็นต้น 1.5 ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
	1.4 มีความโดดเด่นทางด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวทางทะเลที่	1.6 ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัด

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยการผลิต นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวผจญภัยอย่างยั่งยืนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น อาทิ การวิ่งเทรล การปั่นจักรยานวิบาก การล่องแก่ง การปีนผา และไตรกีฬา โดยเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและมีศักยภาพ สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของโลก ได้แก่ (1) กิจกรรมกีฬาริงทั้งประเทศวิ่งถนนทางเรียบ และการวิ่งเทรล (2) กิจกรรมการปั่นจักรยาน (3) กีฬามวยไทย (4) กิจกรรมกีฬาในกลุ่ม เอ็กตริม Extreme Sport)

2. พัฒนากิจกรรมกีฬาทางน้ำ อาทิ คายัค แคนู่น ดำน้ำ ล่องแก่ง และ การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เพื่อ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การแข่งขันแบบผจญภัย การแข่งขันไตรกีฬา ทวิกีฬา เป็นต้น

3. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการ (พื้นที่ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ) เพื่อสร้างประสบการณ์หลากหลายแบบครบวงจรแก่นักท่องเที่ยว

4. พัฒนาพื้นที่สาธารณะในท้องถิ่น อาทิ ริมคลอง สวนสาธารณะ สวนป่า สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ บึงบัว ให้กลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านกีฬา เช่น เป็นสถานที่วิ่ง ปั่นจักรยาน ฝึกโยคะ และเล่น ฟุตบอล เป็นต้น

5. ประเทศไทยควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเฉพาะในกรณีที่มาเป็นกลุ่มใหญ่ อีกทั้งควรใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ดึงกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่เข้าประเทศ เช่น การแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นต้น

6. การดึงดูดมีส่วนร่วมและการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักด้านผู้นำเที่ยวด้านการขนส่ง และ ด้านบริการอาหาร การมาแบ่งปันอำนวยความสะดวกในแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

7. พัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถของชุมชน องค์กร และ หน่วยงานที่รับผิดชอบสู่การเป็นผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมืออาชีพ

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านปัจจัย ด้านอุปสงค์ หรือ ด้านการตลาด (Demand Conditions) ดังเสนอในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้านอุปสงค์การตลาด (Demand conditions)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือ ด้านการตลาด (Demand Conditions)	1. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในต่างประเทศสูงขึ้น 2. การเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น 3. การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูง	1. อุปสงค์จากต่างประเทศ นำอุปสงค์ในประเทศ ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ตาม ไม่ได้เป็นผู้นำในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยการอุปสงค์ด้านการตลาด (Demand Conditions) นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. ควรมีการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ตลาด ศึกษาความต้องการของกิจกรรมเชิงกีฬาจัดทำ (Target Profiles) ของแต่ละชนิดกีฬาโดยหน่วยงานกลาง และแบ่งปันข้อมูลแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับสถานการณ์การตลาดของแต่ละชนิดกีฬา

2. เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายและทั่วถึงควรสนับสนุนให้เจ้าภาพท้องถิ่น ชุมชน ทำการตลาดออนไลน์สำหรับกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น

3. พัฒนาการสื่อสารการตลาดด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล (Digital media) และทำการส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Platform) และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวดิจิทัลแพลตฟอร์มของการท่องเที่ยวระดับประเทศ

4. ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว จะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาร่วมกิจกรรมได้มากขึ้น ทั้งนี้สารสนเทศควรประกอบไปด้วย โปรแกรมการจัดกิจกรรม บริการต่างๆ ที่ให้บริการระหว่างการจัดกิจกรรม ผังงาน การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ควรพัฒนาให้ครอบคลุมทั้งภาษาไทยและภาษาสากล

5. ส่งเสริมให้การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ ที่แตกต่างด้วยการนำ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผสมผสานกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูง เป็นการยกระดับขีดความสามารถศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นจุดขายในการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังการท่องเที่ยว

อื่น ๆ เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่มประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม(Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยว เชิงผจญภัย (Adventure Tourism) และ การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของประเทศการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาเติมเต็ม ผสมผสานกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างโดยใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูง เป็นการยกระดับ ชีตความสามารถศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นจุดขายของไทยในอนาคต

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้าน ยุทธศาสตร์โครงสร้าง กลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context) ดังเสนอในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้าน ยุทธศาสตร์โครงสร้าง กลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
3) ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์โครงสร้าง กลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context)	- ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา - บุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิด กระจายอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น - การกีฬาและการท่องเที่ยวอยู่ในกระทรวงเดียวกัน	- ขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกต่ำ - ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา - หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น ขาดการทำงานประสานกัน ขาดความเป็นเอกภาพ

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้าน ยุทธศาสตร์โครงสร้าง กลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context) ตามตารางที่ 4.4 นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. ประเทศไทยควรมีการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบองค์รวม เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ที่ยังต้องการการพัฒนาในหลายๆ ด้าน อาทิ ศักยภาพของบุคลากร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก ระเบียบการปฏิบัติต่าง เป็นต้น

2. พัฒนาแบรนด์ (Brand) ของประเทศไทยในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมการรับรู้ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย จัดปฏิทินกิจกรรมเชิงกีฬาลดปี เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าได้ ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่มีกิจกรรม สถานที่จัดกิจกรรม รวมถึง ฤดูกาลที่สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

3. ใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุก เพื่อประมุลสิทธิการจัดงานมหกรรมกีฬาระดับภูมิภาค ระดับโลก การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ดึงกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่เข้าประเทศ เช่น การแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นต้น เพื่อยกระดับตำแหน่งทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยสู่การเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาและแหล่งจัดกิจกรรมเชิงกีฬา คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย (Asia's High Quality sport Events Destination)

4. มีระบบและกลไกในการจัดกิจกรรมกีฬาและ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับจังหวัด ชุมชน และ ท้องถิ่น ดึงการมีส่วนร่วมของ ชุมชน/สังคมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ กิจกรรมกีฬาในระดับท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support) ดังเสนอในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยอุตสาหกรรมด้านเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
4) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support)	1. ประเทศไทยมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสูง 2. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย	1. การนำเข้าของอุปกรณ์กีฬาที่มีมาตรฐานมีราคาแพง 2. ระบบขนส่งไม่เพียงพอต่อการเคลื่อนย้ายคนจำนวนมาก 3. การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเล่นกีฬาสูงขึ้น ประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าเทคโนโลยีมากกว่าการผลิตเทคโนโลยีเอง

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
4) ปัจจัยด้าน อุตสาหกรรม เกี่ยวเนื่องและ สนับสนุน (Related and Support)	3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพและท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวเนื่องได้รับความนิยมส่งผล ต่อความนิยมด้านการท่องเที่ยว กีฬา 4. มีโรงแรม รีสอร์ทที่พักที่ หลากหลายทั้งในแบบบูติก รีสอร์ท และโรงแรมมาตรฐานที่สามารถ พัฒนาไปสู่การเป็น Active sport hotel ได้	1. การนำเข้าของอุปกรณ์กีฬาที่ มีมาตรฐานมีราคาแพง 2. ระบบขนส่งไม่เพียงพอต่อการ เคลื่อนย้ายคนจำนวนมาก 3. การพัฒนาเทคโนโลยีที่ เกี่ยวข้องกับการเล่นกีฬาสูงขึ้น ประเทศไทยเป็นผู้นำเข้าเทคโนโลยี มากกว่าการผลิตเทคโนโลยีเอง

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support) ดังเสนอในตารางที่ 4.5 นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. ใช้เทคนิคการขายแบบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาควบคู่กับการท่องเที่ยวอื่น ๆ จากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยเชิงบวกจากการมีประสบการณ์ ใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสูง ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวเนื่องได้รับความนิยมส่งผลต่อความนิยมด้านการท่องเที่ยวกีฬาปัจจัยเชิงบวกดังกล่าว นับเป็นข้อ ได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศไทยที่จะใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มาทำการตลาดเชิงรุกสนับสนุน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศเพื่อเพิ่มยอดขาย เพิ่มจำนวนวันพำนักร หรือ ดึงนักท่องเที่ยว กลุ่มใหม่ๆ ให้เข้ามาในพื้นที่ ในลักษณะของการนำเสนอ สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอื่น ควบคู่ไปกับวิธีการแนะนำ เชิญชวน หรือจูงใจ ให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นเพิ่มไปด้วย (Cross sell and upsell) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาขายควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาขายควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอื่นๆ เช่น มาเรียนมวยไทย และ ควบคู่ไปกับการวิ่งในแหล่งประวัติศาสตร์เก่าแก่ หรือมาเรียนมวยควบคู่กับการเรียนรู้ศิลปะการนวดแผนโบราณ การทำอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น

2. จัดทำฐานข้อมูล วัสดุอุปกรณ์และสิ่งสนับสนุน และ เทคโนโลยีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา สมัยใหม่ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และระบบขนส่งมวลชน มาแบ่งปันอำนวยความสะดวก ในแบบ เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านบทบาทของภาครัฐ (Government) และ ด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance) ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้านบทบาทของภาครัฐ และ ด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
1) บทบาทภาครัฐ (Government)	1. นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุน ทั้งในระดับประเทศ และ ส่วนท้องถิ่น	1. ขาดระบบและกลไกใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่น 2. ขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
2) บทบาทของโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance)	1. กระแสการรักสุขภาพ และการออกกำลังกาย 2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การ สื่อสารและการถ่ายภาพ ส่งผลต่อการท่องเที่ยวกีฬาแบบเอ็กซ์ตรีม (Extreme) 3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ และ สังคมที่เคลื่อนย้ายมาทางภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศไทยใน เอเชีย-แปซิฟิกจึงได้รับผลกระทบเชิงบวกด้วย 4. การรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้การเคลื่อนย้ายการเดินทาง และการขยายตลาดท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	1. การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมเสริมการท่องเที่ยวด้านบทบาทของภาครัฐ (Government) และ ด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance) ดังเสนอในตารางที่ 4.6 นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวดังนี้

1. จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน

2. ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรม สภาพภูมิประเทศ ความหลากหลายของอาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิต และ ที่ตั้งของประเทศไทย เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

3. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้ามแดน อาทิ การวิ่งข้ามแดน การปั่นจักรยานข้ามแดน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำข้ามแดน เป็นต้น เพื่อสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจและ เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาค

4. ใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่างๆเป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุก เพื่อประมุลสิทธิการจัดงานมหกรรมกีฬาระดับภูมิภาค ระดับโลก การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ดึงกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่เข้าประเทศ เช่น การแข่งขันกอล์ฟ การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นต้น เพื่อยกระดับตำแหน่งทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยสู่การเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาและแหล่งจัดกิจกรรมเชิงกีฬา คุณภาพของภูมิภาคเอเชีย (Asia's High Quality sport Events Destination) เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน

เมื่อพิจารณาถึงถึงแต่ละชนิดของกิจกรรมกีฬาในกลุ่มกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ วิ่ง และ ปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวมีข้อค้นพบเพื่อนำมาตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

2. ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค (โครงการย่อยที่ 2 โดย ผศ.ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ) การศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ ๆ เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้และผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 2 มาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของแผนงาน โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

2.1 ศิลปะการต่อสู้แบบมวยในดินแดนสุพรรณภูมิ ไทย ประเทศพม่า ลาว และกัมพูชา

ดินแดนสุพรรณภูมิ แปลว่า ดินแดนแห่งทองคำ หมายถึงดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ ปรากฏในคัมภีร์ของพระพุทธศาสนา ว่าอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เมื่อพิจารณาจากแผนที่โลก จึงน่าจะสันนิษฐานได้ต่อไปว่าสุพรรณภูมิ คือส่วนที่เป็นแผ่นดิน ได้แก่ ไทย ประเทศพม่า ลาว และ กัมพูชา ซึ่งเป็นพื้นที่การศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนโดยใช้ วัฒนธรรมท้องถิ่นมวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายหลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค

คำว่ามวยสุพรรณภูมิ หมายถึง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของชนชาวแผ่นดินสุพรรณภูมิอันได้แก่ ไทย ประเทศพม่า ลาว และ กัมพูชา ถ่ายทอดต่อมาจากศิลปะการต่อสู้ของชาวอินเดีย ได้มีหลักฐานหลักศิลาจารึกว่าพ่อขุนรามคำแหงได้เดินทางมาเรียนวิชามายาหรือมวยไทยและกระบี่

กระบองที่เขาสมอคอนกับสำนักสุทนต์ฤๅษีที่เมืองละโว้ ศิลปะการต่อสู้ที่เรียกว่ามวยนี้มีลักษณะเป็น การต่อสู้ระยะประชิดสามารถใช้หัวโขกได้ มวยถิ่นสุวรรณภูมิเป็นศิลปะการต่อสู้ดั้งเดิมของชาวสุวรรณ ภูมิที่มีอิทธิพลมาจากอินเดีย มีลักษณะเป็นการต่อสู้ด้วยมือเปล่าโดยใช้การเคลื่อนไหวในการต่อสู้ด้วย หมัด เท้า เข่า ศอกและหัวโขก ต่อมาก็พัฒนาเป็นศิลปะประจำชาติมีการออกแบบกฎเกณฑ์กติกาที่ เหมาะสมกับยุคสมัยดังนี้

2.1.1 มวยสุวรรณภูมิในประเทศไทย เรียกว่ามวยไทย เป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกัน ตัวของคนไทย เป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติ เป็นกีฬาที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมมา เป็นกีฬาที่ใช้การต่อสู้ที่ใช้อาวุธหมัดเท้า เข่าและศอกแบบมวยไทยอาชีพและมวยไทยสมัครเล่นแบบมี กติกาและเป็นศิลปะที่ใช้แสดงในกิจกรรมต่างๆที่ใช้การไหว้ครู แม่ไม้มวยไทย และลูกไม้มวยไทย ศิลปะ การต่อสู้แบบมวยไทยมีหลายรูปแบบที่สำคัญได้แก่

2.1.1.1 มวยไทยสายไชยา เอกลักษณ์ของมวยไทยสายไชยา พบว่า มี ทั้งหมด 6 ด้าน คือ การตั้งท่ามวยหรือการจมนมวยท่าครูหรือท่าอย่างสามชუმ การร่ายรำไหว้ครู การพัน หมัดแบบคาดเชือก การแต่งกายและการฝึกซ้อม กระบวนท่าของมวยไทยสายไชยา พบว่า มีทั้งหมด 5 ชุด คือ แม่ไม้มวยไทยสายไชยา ท่าบริหารกายเพื่อพายุยุทธ์ ท่ามวยไทยสายไชยาพายุยุทธ์ เคล็ดมวยไทยสายไชยา และลูกไม้ มวยไทยสายไชยา

2.1.1.2 มวยไทยสายโคราช เอกลักษณ์ของมวยไทยสายโคราช พบว่า สวมกางเกงขาสั้นไม่สวมเสื้อ สวมมงคลที่ศีรษะขณะชกและที่พิเศษที่แตกต่างไปจากมวยภาคอื่น ๆ คือ การพันหมัดแบบคาดเชือกตั้งแต่หมัดขึ้นไปจรดข้อศอก เพราะมวยไทยสายโคราช เวลาต่อเยาะแฉะ กว้าง และใช้หมัดเหวี่ยงควาย กระบวนท่าของมวยไทยสายโคราช พบว่า มีการฝึกตามขั้นตอน ฝึกโดย การใช้ธรรมชาติ เมื่อเกิดความคล่องแคล่วแล้วทำพิธียกครู แล้วให้ย่างสามชุมและฝึกท่าอยู่กับที่ 5 ท่า ท่าเคลื่อนที่ 5 ท่า ท่าฝึกลูกไม้แก่ทางมวย 11 ท่า ฝึกท่าแม่ไม้มวยไทยสำคัญสำคัญ ประกอบด้วย ท่าแม่ไม้มวย 5 ท่า และท่าแม่ไม้มวยไทยโบราณ 21 ท่า แล้วก็มีโครมมวยเป็นคติสอนนักมวยด้วย พร้อมทั้งคำแนะนำ เตือนสติไม่ให้เกรงกลัวคู่ต่อสู้

2.1.1.3 มวยไทยสายลพบุรี เอกลักษณ์ของมวยไทยสายลพบุรี พบว่า เป็น มวยที่ชกฉลาด รุกรับคล่องแคล่วว่องไว ต่อเยาะแฉะตรงได้แม่นยำ เรียกลักษณะการต่อเยาะแฉะแบบนี้ว่า “มวยเกี้ยว” ซึ่งหมายถึง มวยที่ใช้ชั้นเชิงเข้าทำคู่ต่อสู้โดยใช้กลลวงมากมาย จะเคลื่อนตัวอยู่เสมอ หลอกล่อหลบหลีกได้ดี สายดาดี รุกรับ และออกอาวุธหมัดเท้าเข่าศอกได้อย่างรวดเร็ว สมกับ ฉายา ฉลาดลพบุรี เอกลักษณ์ที่เห็นชัดอีกประการหนึ่งก็คือ มีการพันข้อมือครึ่งแขน แต่ที่เด่นและแปลกกว่า มวยสายอื่น ๆ คือ การพันคาดทับข้อเท้าซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยสายลพบุรี กระบวนท่า ของมวยไทยสายลพบุรี พบว่า มี 16 กระบวนท่า ได้แก่ กระบวนท่าย่อเขาพระสุเมรุ หักงวงไอยรา ขุน ยักษ์จับลิง หักคอเอราวัณ เอราวัณเสยา ขุนยักษ์พานาง พระรามนำวศร กวางเหลียวหลัง หิริณม้วน แผ่นดิน หนุมานถวายแหวน ล้มพลอยอายุ ลิงชิงลูกไม้ คชสารทองหล้า คชสารแทงา ลิงพลั่ว และ หนุมานถอนตอ ครูมวยและนักมวยไทยสายลพบุรี ได้แก่ ครูตั้ง ตาแดง ครูนวล หมิ่นมือแม่นหมัด

2.1.1.4 มวยไทยสายท่าเสาและพระยาพิชัย เอกลักษณ์มวยไทยสายท่าเสา และพระยาพิชัย พบว่า มวยไทยสายพระยาพิชัย มีเอกลักษณ์เด่น 5 ประการ คือ การยืนมวยหรือจ ดมวยยืนน้ำหนกอยู่เท้าหลัง การร่ายรำไหว้ครู ท่าแน่นต้องส่องเมฆก่อนยืน มงคลและประเจียด

เป็นมงคลก็สีแดงลงอาคมและมีประเจียดข้างเดียว พิธีกรรม เป็นพิธีที่สำคัญมี 3 พิธี ได้แก่ ยกครู หรือขึ้นครู ไหว้ครูและครอบครูไม้มวยมีทั้งอ่อนแข็งอยู่ในคราวเดียวกันจะถนัดเรื่อง การใช้เท้าเป็นอาวุธที่รวดเร็ว กระบวนท่าของมวยไทยสายท่าเสาและพระยาพิชัย พบว่า มีกระบวนท่าการชก 15 ไม้มประกอบด้วย หมัดตรง หมัดครึ่งศอก ครึ่งหมัดครึ่งศอกได้ หมัดเหวี่ยงหรือหมัดขว้าง หมัดตบหรือหมัดเหวี่ยงสั้น หมัดตบหรือหมัดเฉียงสั้น หมัดเหวี่ยงขึ้นตรง หมัดเหวี่ยงกลับ หมัดงัด หมัดเสย หมัดสอยดาว หมัดหาง หมัดเหวี่ยงบนยาว หมัดจิกหรือหมัดฉก หมัดเสื่อหรือหมัดมะเหงก หมัดคู่ หมัดอัด และหมัดตัววัด

มวยไทยเกิดจากการหล่อหลอมองค์ความรู้ในการฝึกฝนและปฏิบัติจนเกิดความเคยชิน ตามพื้นภูมิของสังคมไทยที่สืบทอดต่อกันมา เป็นเอกลักษณ์บ่งชี้ ลักษณะเฉพาะของชาติไทยที่มีการปรับเปลี่ยนจากการต่อสู้มาเป็นการแข่งขันและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา ส่วนทางด้านวัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยมของมวยไทย เริ่มต้นด้วยพิธีไหว้ครูและรับศิษย์ ซึ่งพิธีกรรมการไหว้ ครูมวยนั้นเป็นสิ่งที่ควบคู่กันมาแต่อดีต และความเชื่อการมอบตัวเป็นศิษย์และการรับศิษย์เป็นการ หล่อหลอมองค์ความรู้และบ่มเพาะเรื่องจิตใจของนักมวยก่อนการขึ้นชกเมื่อมีครูก็ต้องไหว้ครู ศิษย์ ต้องมีครู ทำตัวเป็นที่รักแก่ครู และให้ความเคารพบูชาครูตามวัฒนธรรมไทยในวิถีพุทธ นอกจากนี้ การ ไหว้ครูก่อนการขึ้นชกแต่ละครั้ง การร่ายรำ ท่าทางร่ายรำไหว้ครูถือเป็นการฝึก สมาธิ เพื่อกำหนดจิตให้ มั่นคงจดจ่อกับกิจกรรมที่ทำอยู่ตรงหน้า และลีลา ท่าทาง ร่ายรำ ไหว้ครูก่อนการขึ้น ชกนับเป็นอัตลักษณ์มวยไทยที่ไม่มีเหมือนชาติใด เป็นเสน่ห์ของมวยไทยตราตรึงทั้งคนไทยและคนต่างชาติ นอกจากนี้ ความเชื่อเชื่อกศาคถาถือเป็นเครื่องรางอย่างหนึ่งของนักมวยซึ่งนักมวยทุกคนจะต้องมีประจำกายของแต่ละคน

2.1.2 มวยสุวรรณภูมิในประเทศสหภาพเมียนมา ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคลหลายเชื้อชาติ จึงทำให้มีศิลปะการต่อสู้หลากหลายของแต่ละเชื้อชาติ เช่น มวยราไว (เชื้อชาติมอญ) มวยบันโด (เชื้อชาติไทยใหญ่) มวยปล้ำนาบัน (เชื้อชาติอินเดีย) พองยิ (เชื้อชาติฮินดู) สำหรับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา เดิมไม่มีศิลปะการต่อสู้เป็นของตนเอง เมื่อชาวสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมารบชนะชาวมอญได้ ก็ได้นำเอามวยราไวของมอญไปผสมกับพองยิจนเกิดเป็น มวยราไว ลักษณะของศิลปะการต่อสู้ที่สำคัญของเมียนมามีรายละเอียดดังนี้

2.1.2.1 มวยราไว ลักษณะการต่อสู้ของมวยชนิดนี้ จะเป็นการต่อสู้ที่ไร้เชิง สะเปะสะปะ มวยมั่ว มวยวัด เน้นใจกับฟุ้งปะทะ เตะเจาะยาง เข้า ข้อศอก ก้านคอ เป็นต้น เป็นมวยที่เน้นความบันเทิงมากกว่ากีฬา

2.1.2.2 มวยหมู่ จะแบ่งเป็นทีมโดยแต่ละทีม จะมี 10 คน สมมุติว่าถ้านายเอ ชกแล้วมีท่าที่จะเปลี่ยนพลั่ว นาย ก นายเอ สามารถเรียกนายบี ลงมาช่วยรุมนาย ก ถ้ายังรุมไม่สำเร็จอีกนายบีก็จะเรียก นายซี ลงมาช่วยอีกแบบจนกว่าจะหมดทีม โดยเรียกกันเป็นทอด ๆ ไป”

2.1.2.3 มวยพองยิ มวยพองยิ เดิมเป็นศิลปะการป้องกันตัวของชาวพุทธฮินดูของชาวคำตี้หลวงที่เน้นการใช้ของต่าง ๆ มาเป็นอาวุธ เช่น ไม้เท้า โข่ ผงพิษ มายากล ฯลฯ และมือเปล่าผสมไปด้วย โดยเน้นหนักที่ ความฉลาดเฉลียว ไหวพริบ ในการป้องกันตัวไม่เน้นความรุนแรงอะไรมากแค่พอป้องกันตัวได้ เหมาะ สำหรับพระ เด็ก และสุภาพสตรี

2.1.2.4 มวยเลื้ทเว หรือมวยคาดเชือก เป็นมวยท้องถิ่น จะไม่มีการสวมหมวก และยังใช้ทุกส่วนของ ร่างกายเป็นอาวุธได้ รวมถึงการใช้ศีรษะโขกโดยไม่ผิดกติกา และผู้ที่จะได้รับ การชูมือเป็นผู้ชนะ จะต้องคว้าคู่ต่อสู้ จนหมดสติ หรือยอมแพ้เท่านั้น หากชกครบห้ายก (ยกละสาม นาที) โดยไม่มีใครคว้าคู่ต่อสู้ได้ จะถือว่าเป็นการเสมอ ทำให้นักมวยเลื้ทเวมองว่าศิลปะการป้องกันตัว ของตนแข็งแกร่งที่สุดในตระกูล มวย”

2.1.2.1 มวยบันโด เป็นศิลปะการ ต่อสู้ที่ผสมผสานระหว่างมวยไทย และ กังฟู ซึ่งเมียนมา ตั้งใจจะให้เป็ศิลปะการต่อสู้เพื่อปราบมวยไทย เนื่องจากว่ามวยบันโด กับมวยไทย จัดได้ว่าคล้ายกันเป็นเครือญาติกัน นอกจากนั้นยังมีการประยุกต์ใช้ให้เป็นรูปแบบการป้องกันที่เน้น วิธีการลักษณะท่าทางของสัตว์เป็นพื้นฐาน เช่นท่าทางของ หมูป่า วัวกระทิง งูเห่า เสือดาว หรือ เสือดำ ลิง งูเหลือม แมลงปอง เสือ กวาง

2.1.3 มวยสุวรรณภูมิในสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

การใช้ศิลปะการป้องกันตัวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี 2 ประเภท ได้แก่ มวยลายลาว และ มวยตีลาย ดังนี้

2.1.3.1 มวยลายลาว หรือบางครั้ง เรียกว่า “มวยเสือลากหาง”เป็นศิลปะ การป้องกันตัวที่มีลักษณะของมวยไทย เป็นศิลปะการต่อสู้แบบโบราณ มีท่วงท่าลีลาการชกมวยแบบ ลาวที่ดูเข้มแข็งน่าเกรงขาม แต่ก็ผสมผสานไว้ด้วยลีลาความสวยงามผ่านท่าทางของร่างกาย ท่วงท่าเต็มไปด้วย พละกำลังและความแข็งแรงเพื่อล้มคู่ต่อสู้ฝ่ายตรงข้ามให้จงได้โดยมีที่เด็ดอยู่ที่ “ท่าไม้ตาย” ที่เรียกว่า “หางเสือสะบัด” มวยลายลาว เป็นมวยการแสดงมากกว่ากีฬา เพราะมีการแสดงในงาน เทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบุญบั้งไฟ

2.1.3.2 มวยตีลาย เป็นศิลปะการต่อสู้ด้วยมือเปล่า ที่มีลีลา ลวดลาย รวดเร็ว คล่องแคล่ว ว่องไว หนักหน่วง แต่ก็แฝงด้วยความอ่อนช้อยและสวยงาม ลักษณะการต่อสู้ จะ ใช้ฝ่ามือหรือแบมือตบ เช่นตบศอก ตบแขน ตบเท้า โดยทำสลับกันวาดลวดลายอยู่ในวงเน้นฝ่ามือ มากกว่าเท้า

ในช่วงที่ ลาวเปลี่ยนแปลงการปกครอง มวยลายลาวถูกห้ามหรือ จำกัดครุมวย นักมวย ถูกบังคับให้เลิก ทำให้ศิลปะการต่อสู้ของลาวหยุดซ้งการพัฒนา มวยลายลาว จึงแทบจะเหลือเพียงตำนานเล่าขานเท่านั้น มวยลาวในปัจจุบันก็คือมวยลาวที่คล้ายคลึงกับมวยไทย มีการชกแบบสวมหมวก มีค้ายมวย เวทีมวย มีนักมวยลาวอยู่เมืองไทย เพิ่มมากขึ้น มีโปรโมเตอร์มวยซึ่ง ส่วนใหญ่เป็นคนไทยไปจัดมวยที่ฝั่งลาว เป็นประจำกลายเป็นธุรกิจส่วนมวยลายลาวก็จะเหลือเพียง การแสดงโชว์ตามงานวัดหรืองานประเพณี

2.1.4 มวยสุวรรณภูมิใน กัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีศิลปะการต่อสู้ มวยประดัลเสรีเป็นการชกมวยแบบ พื้นบ้าน ชาวกัมพูชาเชื่อว่าประดัลเสรีเกิดขึ้นก่อนการต่อสู้แบบอื่นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยมี หลักฐานจากรูปสลักหินในปราสาทนครวัดแต่ยังไม่มีหลักฐานอื่นเพิ่มเติม ในช่วงที่ประเทศกัมพูชา เป็นอาณานิคมของประเทศฝรั่งเศส ประดัลเสรีกลายเป็นกีฬาโดยเพิ่มการสวมหมวก และการแข่งขัน เป็นยก ประดัลเสรีของกัมพูชามีการหยุดซ้งการพัฒนาในช่วงระหว่างสงครามกลางเมืองกัมพูชา เมื่อเขมรแดงโค่นล้มรัฐบาลนิยมตะวันตกของนายพลลอนนอล เขมรแดงหลังจากได้รับชัยชนะในการ

โค่นล้มรัฐบาล มีแผนจะกำจัดอิทธิพลของตะวันตกออกไปและสร้างสังคมในอุดมคติบุคคลที่มีความรู้ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลเก่าและผู้เคยเป็นครู แพทย์ ทหาร นักแสดง นักร้องจะถูกประหารชีวิต ชาวแกมพูชาถูกบังคับให้อยู่ภายในค่ายใช้แรงงาน ในช่วงนี้ ประดัลเสรีถูกห้ามแข่ง นักมวยส่วนมากถูกประหารเช่นกัน ทำให้ศิลปะการต่อสู้ชนิดนี้ ลดลงอย่างมาก

ภายหลังจากเขมรแดงถูกโค่นล้มลงได้ ประดัลเสรี จึงได้รับการฟื้นฟูขึ้นอีกครั้ง หลังจากที่มีการฟื้นฟูประดัลเสรี กลายเป็นกีฬาที่เป็นที่นิยมไปทั่วประเทศ มีการเปิดค่ายฝึกเป็นจำนวนมาก และมีผู้มาฝึกทั้งชาวแกมพูชาและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก มีการจัดการแข่งขันทุกสัปดาห์ โดยแข่งครั้งละ 5 ยก ยกละ 3 นาที พักยกละ 1-2 นาที ก่อนชกจะมีการไหว้ครู มีการบรรเลงดนตรีระหว่างการแข่งขันซึ่งประกอบด้วยกลองชนิด Skor Yaul ปี่และฉิ่งกติกาการแข่งขันที่สำคัญได้แก่ ไม่อนุญาตให้เข้าเดิมคนล้ม ห้ามกัด หากอีกคนสู้ไม่ได้ กรรมการจะยุติการแข่งขัน ผู้ชนะอาจชนะโดยชนะน็อก เมื่อทำให้คู่ต่อสู้ล้มแล้วไม่สามารถสู้ต่อได้ ภายใน 10 วินาที โดยกรรมการเป็นผู้นับ ถ้าสู้กับครบยกจะตัดสินด้วยคะแนน ถ้าคะแนนเท่ากันถือว่าเสมอ มวยแกมพูชา กำลังเป็นธุรกิจที่เติบโต มีค่ายมวยและเวทีมวย เกิดขึ้นมากทั้งในกรุงพนมเปญและเมืองอื่น ๆ สำหรับเวทีมวยก็มีทั้งเวทีมาตรฐานเหมือนประเทศไทยประเทศแกมพูชาพยายามสนับสนุนประดัลเสรีเพื่อแข่งกับมวยไทยในเชิงการตลาด

2.2 ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิ

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิจำแนกเป็นรายประเทศมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

2.2.1 ศักยภาพและโอกาสนามมวยของประเทศไทย

สนามมวยไทยมีศักยภาพและโอกาสเพราะสินค้ามวยไทยมีเสน่ห์ เป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงในระดับในสากล ใช้อาวุธได้ดุดันสวยงาม ทั้งหมด เท้า เข่าและศอกซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีอัยาศัยไมตรีของคนไทยที่มีจิตใจโอบอ้อมอารีเป็นกัลยาณมิตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งอยู่ในศูนย์กลางทางด้านภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบทั้งการคมนาคมขนส่ง และด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่ยังขาดบุคลากรที่มีคุณภาพทั้งด้านบริหารงานโดยเฉพาะการใช้ความรู้ด้านมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวระหว่างชมมวย มีโรงแรมที่พักไว้บริการอย่างครบครัน นอกจากนี้สนามมวยยังมีความพร้อมและมีประสบการณ์การให้บริการ และมีกิจกรรมเสริมการชมมวยที่หลากหลาย มีิมหรือสถานที่ออกกำลังกายเพิ่มขึ้นตามกระแสนสุขภาพของประชาชน มวยไทยเป็นกีฬาวิถีไทยที่สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย เป็นโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมสู่การท่องเที่ยว

2.2.2 ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศไทย

ประเทศแกมพูชามีมวยประดัลเสรีหรือมวยคุนชะแมร์ที่มีความเชื่อมโยงกับศิลาจารึกบนหินที่นครวัด และนครธม และมีปราสาทต่างๆที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก แต่สนามมวยยังไม่มีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษ ยังไม่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยออกจำหน่ายส่วนใหญ่เข้ามาจากประเทศไทย ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกๆปีการแข่งขันทางธุรกิจมวยยังไม่สูงมากนักเพราะยังผูกขาดกับสมาคมมวยคุนชะแมร์ การเพิ่มอุปสงค์ในด้านนี้จำเป็นต้องเชื่อมโยงมวย

คุณชะแมร์หรือมวยประดัลเสรีเข้ากับศิลปินวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของประเทศกัมพูชา และสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวมาชมมวย

2.2.3 ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศลาว

ปัจจุบันไม่มีสนามมวยมาตรฐานรัฐบาลสนับสนุนแต่ไม่ห้ามงบประมาณทำให้ดำเนินการต่อไม่ได้ และได้เลิกกิจการไปเป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว

2.2.4 ผลการวิเคราะห์สนามมวยในสหภาพพม่า

ประเทศพมามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีทะเลป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่พุกาม เมืองมณฑลเย่ เจดีย์ชเวดากอง ทะเลสาบกัณดอจี และพระมหามัณเฑียร ยังมีสนามมวยที่ได้มาตรฐาน เดินทางเข้าชมได้อย่างสะดวกทำให้นักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทางธุรกิจโอกาสในการใช้มวยออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจโดยการชมมวยมากยิ่งขึ้น และธุรกิจต่าง ๆ ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว การบริหารจัดการสนามมวยยังขาดมาตรฐาน จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา ขนาดของอุปสงค์ยังไม่มากนักมีการจัดการแข่งขันที่ย่างกุ้งและมณฑลเย่เป็นประจำ อย่างไรก็ตามได้มีการเพิ่มอุปสรรคในกลุ่มชาวญี่ปุ่นและรัสเซีย ซึ่งมีความนิยมมวยแลตเวียมาก

2.2.5 จัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว)

สู่การเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาคการสร้างเครือข่ายเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ที่ทำให้มีการจัดความสัมพันธ์ภายในองค์กรหนึ่งระหว่างคนในองค์กร และระหว่างองค์กรนั้นกับองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการเปลี่ยนจากการจัดการแบบลำดับชั้น (hierarchical) มาเป็นการสร้างเครือข่าย(networking) เครือข่ายจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานงานบุคคลหรือกลุ่มองค์กรที่มีอยู่ในชุมชนกับภายนอกชุมชน เครือข่ายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังของชุมชน อีกทั้งในปัจจุบันมีกระแสของการพัฒนาที่ผลักดันให้มีการรวมตัวของกลุ่มเป็นเครือข่าย ซึ่งมีความสำคัญเป็นเครื่องมือที่จะทำให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างองค์กรและเกิดกลุ่มหรือชุมชนที่เข้มแข็ง อันเนื่องจากเชื่อว่า ลำพังการรวมปัจเจกบุคคลในชุมชนเดียวกันเป็นกลุ่มไม่มีพลังเพียงพอสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาสู่การพึ่งตนเอง การประสานเป็นเครือข่ายระหว่างกลุ่มด้วยกันเป็นการเพิ่มพลังให้เกิดการช่วยเหลือและประสิทธิภาพมากขึ้น ในการศึกษาแนวทางการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

2.2.5.1 การสร้างเครือข่ายในระดับธุรกิจและ กลุ่มบุคคล พบว่า ค่ายมวยภายในประเทศของไทยมีการสร้างเครือข่ายในรูปแบบที่แตกต่างกันแพร่หลายเกือบทุกค่ายได้แก่

1) เครือข่ายกับสนามแข่งขันมวยเพื่อให้นักมวยร่วมแข่งขันและพานักมวยไปเชียร์รวมทั้งให้ครูฝึกได้ขึ้นชกให้ลูกศิษย์เห็นโดยเฉพาะค่ายหงส์ทองมวยไทยได้นำลูกศิษย์พาไปดูหัวหน้าค่ายและครูฝึกชมมวย

2) ค่ายส่วนใหญ่มีเครือข่ายลูกค้าทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะต่างประเทศ มีเกือบทุกเครือข่าย โดยส่งครูมวยไปสอนยังสาขาในต่างประเทศ ทำให้ผู้เรียนในต่างประเทศเดินทางมาเรียนต่อในเมืองไทย บางค่ายมีสาขาเปิดเฟรนไชส์อยู่ในหลายประเทศ เช่น

ค่ายแฟร่เท็ก ค่ายแก้วสัมฤทธิ์ ค่ายศิษย์ยอดธง เป็นต้น นอกจากเครือข่ายค่ายมวยแล้วยังมีเครือข่ายทางธุรกิจเอกชนสนับสนุนอีกหลายค่าย เช่น ชาคริตมวยไทย ค่ายวินั่ม ค่ายหงส์ทองมวยไทย เป็นต้น

3) เครือข่ายทางธุรกิจ เครือข่ายนี้ทำธุรกิจมวยรวมกันระหว่างหน่วยธุรกิจที่มากกว่า 2 หน่วยธุรกิจ เช่น จัดแข่งขันมวยในประเทศไทย โดยดำเนินการถ่ายทอดสดทางทีวี แล้วจึงสัญญาถ่ายทอดไปยังสถานีโทรทัศน์ของประเทศเพื่อนบ้านโดยอาศัยการทำธุรกิจขายโฆษณาร่วมกันระหว่างทั้งสองประเทศ ทำให้สามารถทำการตลาดให้กับธุรกิจที่สนับสนุนรายการมวยเติบโตมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันนี้มีสถานีโทรทัศน์หลายช่องทำธุรกิจนี้ เช่น บริษัทเกียรติเพชรโปรโมชัน ถ่ายทอดไปยังประเทศกัมพูชาและประเทศพม่า เป็นต้น นอกจากนี้เครือข่ายทางธุรกิจยังอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกัน อาทิ นักธุรกิจมวย ผู้จัดการรายการมวย หัวหน้าค่ายมวย ตัวอย่าง เช่น บริษัทไทยไฟว์กับรัฐบาลของกัมพูชาจัดกิจกรรมคุนชะแมร์ไทยไฟว์ หรือบริษัทเกียรติเพชรโปรโมชัน กับ นายกสมพันธ์มุลยลาแห่งชาติไปจัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทยที่ประเทศลาว สถาบันศิลปะป้องกันตัวแบบไทยกับสมาคมแลตเวียของพม่า จัดกิจกรรมมวยคาดเชือก การนำนักมวยของแต่ละประเทศเดินทางไปแข่งขันร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน เป็นต้น

4) เครือข่ายไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เช่น เครือข่ายกับสถาบันบันเทิง เครือข่ายสถานประกอบการพิเศษ เครือข่ายกับกรมการปกครองส่วนท้องถิ่น เครือข่ายโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว หรือแม้แต่ค่ายมวยด้วยตนเอง เช่น ค่ายมวยเจริญทองมวยไทยส่งนักมวยที่ต้องการฝึกมวยอาชีพไปเรียนที่ค่ายพริ้งชัย เป็นต้น

2.3 เครือข่ายการทำงานในระดับองค์กรของประเทศ

องค์กรต่าง ๆ มีการรวมตัวกันในแต่ละประเทศโดยเฉพาะประเทศอาเซียนที่เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรต่างๆ ในลักษณะการส่งเสริมความร่วมมือกันในการทำกิจกรรมการแข่งขัน โดยเฉพาะประเทศในภาคพื้นอินโดจีน หรือ แถบสุวรรณภูมิเดิม ผลการวิเคราะห์เครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับมวยสุวรรณภูมิพบว่าในปัจจุบันมีการสร้างเครือข่ายเกาะเกี่ยวเชื่อมประสานกันไว้ ดังนี้

2.3.1 เครือข่ายด้านกีฬามวยไทยสมัครเล่น ปัจจุบันมีการแข่งขันมวยไทยโดยทำการแข่งขันกันในกีฬาซีเกมส์เอเชียนเกมส์ โดยมีลักษณะเป็นกีฬามวยไทยสมัครเล่น เรียกว่า กีฬามวยบ๊าง มวยไทยบ๊าง มีชาติสมาชิกทั้งหมด 11 ชาติ แข่งขันทุกๆ 2 ปี มีที่ทำการสมาพันธ์กีฬาแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เลขที่ 154 กรีฑาสถานแห่งชาติ ถนนพระรามที่ 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ในเมืองไทยมีตัวแทนจัดนักกีฬาเข้าแข่งขัน คือ สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ในลาวมีสหพันธ์มวยลาวเป็นตัวแทน ในกัมพูชามีสมาคมมวยคุนชะแมร์เป็นตัวแทน ในพม่ามีสมาคมมวยแลตเวียเป็นตัวแทน การใช้ชื่อเข้าแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป บางครั้งแข่งในประเทศไทยใช้กีฬามวยไทย แต่แข่งประเทศอื่นๆ ใช้ว่าการแข่งขันกีฬามวย ซึ่งยังมีความขัดแย้งกัน

2.3.2 เครือข่ายด้านกีฬามวยอาชีพในอาเซียน กีฬามวยแห่งเอเชียและกีฬามวยโลกมีลักษณะการรวมตัวกันเป็นสมาพันธ์และสมาคมทำกิจกรรมมวย ปัจจุบันมีการจัดตั้งองค์กรต่าง ๆ ขึ้นเพื่อแข่งขันและทำกิจกรรม เช่น สมาพันธ์มวยอาเซียน สมาคมมวยแห่งเอเชีย สมาพันธ์

มวยไทยสมัครเล่นโลก สภามวยไทยโลก สมาคมมวยไทยโลก สหพันธ์มวยไทยโลก สมาคมมวยไทยและมวยโบราณ สมาคมมวยไทยศึกษานานาชาติ สมาคมมวยไทยโลก สถาบันศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวแบบไทย ฯลฯ

2.3.3 เครือข่ายด้านวัฒนธรรม ประเทศไทยมีความร่วมมือทางด้านวัฒนธรรมกับประเทศต่างๆ ในอาเซียนผ่านกลไกความร่วมมือของคณะกรรมการอาเซียนว่าด้วยวัฒนธรรมและสนเทศ (ASEAN Committee on Culture and information หรือ ASEAN –COCI) เป็นองค์กรสำคัญในการเผยแพร่เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมของอาเซียน ซึ่งครอบคลุมมิติต่างๆ ทางวัฒนธรรม ได้แก่ วรรณกรรม อาเซียนศึกษา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปะร่วมสมัย รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรม

2.3.4 จัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) การจัดทำแผนพัฒนาเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นมวยสุพรรณภูมิ มีความซับซ้อนที่ต้องอิงอาศัยกับบริบททางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการเรียนรู้ในด้านประวัติศาสตร์ของชุมชนมีมิติการเชื่อมโยงในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในด้านการสนับสนุน การจัดตั้ง และการดำเนินงาน ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัด และยังเป็นระยะเริ่มต้น คณะผู้ทำงานเลือกใช้วิธีการสร้างเครือข่ายเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม (issue network) เป็นหลักในการรวมกลุ่มบุคคล องค์กร หรือชุมชน ที่จะมาร่วมสร้างเครือข่าย หรือเป็นสมาชิกเครือข่าย เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าเรากำลังสร้างเครือข่ายเกี่ยวกับอะไร ด้านใด และมีสมาชิกเป็นใครบ้าง โดยมองข้ามมิติในเชิงพื้นที่มุ่งเน้นการจัดการในประเด็นกิจกรรมนั้น ๆ อย่างจริงจัง และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกับภาคอื่น ๆ โดยไม่ ยึดติดกับพื้นที่ดำเนินการแต่ใช้หลักของกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นตัวกำหนดความเป็นเครือข่าย เช่น เครือข่ายการจัดแข่งขันมวยคาดเชือก เครือข่ายการจัดกิจกรรมมวยท้องถิ่นสุพรรณภูมิ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อาเซียน เป็นต้น

2.3.5 สมาชิกในเครือข่าย ได้แก่ บุคคล องค์กร และธุรกิจที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับศิลปะการต่อสู้ในมวยสุพรรณภูมิ ที่คณะผู้วิจัยเชิญมาร่วมกันทำแผนพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) ดังรายนามที่ปรากฏในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงสมาชิกเครือข่ายเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียนโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ

ประเทศ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	การติดต่อ
1. ไทย	คุณ นवलนารี ศรีวรารักษ์	กรรมการผู้จัดการค่ายมวยมวยศิษย์ยอดธง	เบอร์โทร: 083-598-9323 อีเมล:
	คุณพูนศักดิ์ ศรีประเสริฐ	กรรมการผู้จัดการค่ายมวยศิษย์มนชัย	เบอร์โทร: 080-970-6893 อีเมล: sitmonchaimuaythai@gmail.com

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเทศ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	การติดต่อ
	คุณประสงค์ สีहनันท์	กรรมการผู้จัดการค่าย มวยชมแควยิม	เบอร์โทร: 085-4281140 อีเมล: sirilak.ja@mahidol.ac.th
	คุณทศพล สิทธิวัจน์	กรรมการผู้จัดการค่าย มวยมาสเตอร์ทอด้ยิม	เบอร์โทร: 084-902-0248 อีเมล: grandmastertoddy@gmail. com
2. ประเทศ ไทย ภาคเอกชน	คุณเจริญ ชูมณี	กรรมการผู้จัดการค่าย มวยเจริญทองมวยไทย	เบอร์โทร: 02-539-3867, 082-658-6097
	คุณบรรจง บุษราคัม วงศ์	กรรมการผู้จัดการค่าย มวย Fairtex	เบอร์โทร: +66 38 253 888 อีเมล: resv@fairtex- pattaya.com
	อาจารย์ ดร.ชาญ ณรงค์ สุหงษา	นายกสมาคมสถาบัน ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว แบบไทย	เบอร์โทร: 080-561-4798
3. ประเทศ ไทย ภาครัฐ	พ.อ.ดร.ประสารศิษฐ์ ศรีศักดิ์	นายกสมาคมกีฬามวย ไทยและมวยโบราณ	เบอร์โทร: 090-892-9254
	คุณสม กลิ่นมี (สุด สาคร ส.กลิ่นมี)	กรรมการผู้จัดการค่าย มวยสุดสาครมวยไทยยิม	เบอร์โทร: 082-860-4449
	อาจารย์ ดร.แสง วิทย์พิทักษ์	ประธานกรรมการ คณะกรรมการตัดสินกีฬา มวย Thai Fight	เบอร์โทร: 094-873-7773 อีเมล: resv@fairtex- pattaya.com
4. ประเทศ กัมพูชา (ภาคเอกชน)	Mr.Nhar Samon	Superstar Muay Khun Kmer Boxer in Combodia	เบอร์โทร: +85597878387 FB: Eh Pouthong
	Mr.Thun So Phea	Manager of Khun kmer Defense camp	FB: Thun So Phea
	Mr.Long Salavorn	Manager of Khun kmer Boxing Club	เบอร์โทร: +855928092588 และ +855129344921 FB: Long Salavorn

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเทศ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	การติดต่อ
	Mr.Sor Kon	Manager of Mak Club Talei Tomrey Mean Rith	เบอร์โทร: +855928092588 และ +855129344921 FB: Long Salavorn
5. ประเทศ กัมพูชา (ภาครัฐ)	H.E.Dr.Thong Khon	Minister of Tourism of the Kingdom of Cambodia	เบอร์โทร: +85523 88 49 74 +85523 88 50 39 Address: Lot 3A, St. 169, Veal Vong Commune, Prampi Makara District, Phnom Penh, Kingdom of Cambodia.
	Mr.Vath Chamroeun	Secretary General NOC of Cambodia	เบอร์โทร: +85512974258 อีเมล: Chamroeunvath@gmail.com
	Gen.Tem Moeun	President of Khun kmer Federation	เบอร์โทร: +8559779733333 อีเมล: temmoeun666@gmail.com
6. ประเทศ ลาว ภาคเอกชน	Mrs.Soupata Kounlarong	Manager of Khoun Chai Sikhot Boxing Sport Club	เบอร์โทร: 02056632835 02055696838 อีเมล: Muaylaovientiane.com
	คุณมรกต สุวรรณ สังสัย	เลขาธิการสหพันธ์มวย ลาวแห่งชาติ	เบอร์โทร: 05588356
	คุณประครคำ สัย พระคำ	คณะกรรมการจัดการ แข่งขันมวยลาว	เบอร์โทร: 02078606060
7. ประเทศ ลาว หน่วยงาน ภาครัฐ	ท่านสายสมร สายะ สอน	ประธานสหพันธ์มวย อาเซียน	เบอร์โทร:+8562052121387 +8562099903479
8. ประเทศ พม่า ภาครัฐ	MR. SAN HLAING	ตำแหน่ง Secreatarial of Lethwei Federation	เบอร์โทร: 95926366603 Skype win.zin.00893 อีเมล: wzoletwhay@gmail.com
	MR. WIN ZIN OO	ตำแหน่ง รองสมาพันธ์ มวย	



ภาพที่ 4.10 การจัดประชุมเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะวิจัย, 2561

ผลการจัดประชุมเครือข่ายได้เสนอแนะต่อการจัดทำ แผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ ออกเป็น 7 แผนงานหลักได้แก่

1. แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ
 - 1.1 จัดสัมมนาความเห็นร่วมในแต่ละประเทศ
 - 1.2 จัดทำตำรามวยสุวรรณภูมิ
 - 1.3 จัดสัมมนากำหนดเป้าหมายร่วมกันและสร้างการยอมรับในระดับสาธารณะ
 - 1.4 จัดนิทรรศการจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ
 - 1.5 จัดกิจกรรมแข่งขัน (Event)
2. แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ
 - 2.1 จัดหาเจ้าภาพในแต่ละครั้งของการประชุม
 - 2.2 จัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิโดยแต่ละประเทศมีเกียรติและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน
 - 2.3 การจัดทำกฎ กติกา ร่วมกัน ใช้ในการแข่งขันและการบริหาร
3. แผนบริหารจัดการ
 - 3.1 การบริหารแผนงานและกิจกรรม
 - 3.2 การจัดโครงสร้างองค์กร
 - 3.3 การจัดพัฒนาบุคลากร
 - 3.4 การจัดกิจกรรมต่างๆในการดำเนินการ
 - 3.5 การประสานกิจกรรมเครือข่าย
4. แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
 - 4.1 การสนับสนุนงบประมาณ
 - 4.2 การสนับสนุนบุคลากร
 - 4.3 การสนับสนุนเทคโนโลยี
 - 4.4 การสนับสนุนการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ

5. แผนการแบ่งปันทรัพยากรอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม
 - 5.1 การใช้บุคลากร
 - 5.2 การใช้งบประมาณ
 - 5.3 ความรู้และวิธีการปฏิบัติงาน
 - 5.4 เทคโนโลยี
 - 5.5 ทักษะและความสามารถ
6. แผนการตลาด
 - 6.1 การประกอบธุรกิจมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว
 - 6.2 การส่งเสริมการตลาดมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว
7. แผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว
 - 7.1 การบริหารจัดการมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว
 - 7.2 การส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว

3. ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (โครงการย่อยที่ 3 โดย ดร.เสรี เพิ่มชาติและ ผศ.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ) การศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ ๆ เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้ และผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 3 มาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของแผนงาน โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

3.1 สภาพปัจจุบันของการจัดงานวิ่งในประเทศไทย

ข้อมูลสภาพปัจจุบันของการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

3.1.1 สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีสิ่งดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาร่วมในกิจกรรมในทุกสนามแข่งขันโดยมีการนำเสนอในหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติความสวยงามภูมิประเทศบนเส้นทางวิ่ง กิจกรรมการมีส่วนร่วม เงินรางวัล/ของรางวัล ประวัติศาสตร์ตำนานของสนามแข่งขัน มาตรฐานการแข่งขัน เป็นต้น

3.1.2 ปัจจัยความสำเร็จพบว่าแต่ละสนามแข่งขันประสบความสำเร็จในการจัดการแข่งขันทุกสนามมีนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในและต่างประเทศในจังหวัดและต่างจังหวัดเข้าร่วมงานวิ่งจำนวนมาก ทั้งนี้ด้วยความมีชื่อเสียงของผู้จัดงานวิ่ง การสนับสนุนและพลังความร่วมมือของหน่วยงาน ชุมชน ประชาชนในพื้นที่ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายครบวงจร พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ประกาศเป็นนโยบายของสนามชัดเจน มีปรากฏให้พบอยู่บ้าง

3.1.3 นวัตกรรมที่โดดเด่นพบว่าภายใต้กระแสการวิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มนักวิ่งรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการออกกำลังกายที่ปรับเปลี่ยนไปคณะผู้จัดงานมีความจำเป็นในการสรรสร้างนวัตกรรมใหม่ให้เกิดขึ้นในสนามอยู่เสมอโดยการผนวกเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในส่วนของการเข้าถึงนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สะดวก รวดเร็ว มั่นใจและน่าเชื่อถือนวัตกรรมที่พบในการจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการวิจัยครั้งนี้

ได้แก่ ระบบ e-Slip (รายงานผลการแข่งขันผ่าน SMS) Face Recognition (ระบบจดจำใบหน้า) มารารอนระยะเดียว มารารอนแคมป์ สำหรับนักวิ่งมารารอนแรก (4 เดือน) Medical Team บุคลากรทางการแพทย์ที่สมัครวิ่งเพื่อดูแลนักวิ่ง Running Expert ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการให้ความรู้เรื่องการวิ่งมารารอน รูปแบบการจัดงานวิ่งแบบ 2 วัน ตามแนวคิด From Sunset to Sunrise เป็นต้น

3.1.4 ผลกระทบเชิงพื้นที่พบว่าการจัดงานวิ่งสามารถช่วยในการประชาสัมพันธ์ สามารถช่วยสร้างกระแส สามารถช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจในการเข้าร่วมกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ส่งเสริมให้เกิดโครงการการกุศลต่าง ๆ ได้มากมาย แหล่งพื้นที่จัดงานวิ่งมีผู้คนมากขึ้น หมายรวมถึงรายได้ที่เกิดขึ้นในการเข้าร่วมงานวิ่งนั้น ๆ ได้แก่ อำเภोजอมบึงเป็นชุมชนต้นแบบการสร้างเสริมสุขภาพ โครงการ "เหรียญบาทเพื่อชีวิต" จัดหาทุนการศึกษา การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับชุมชนในท้องถิ่น เป็นต้น

3.1.5 กลุ่มผู้จัดงานหลักพบว่าการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีหลายรูปแบบได้แก่หน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับชุมชนหน่วยงานภาครัฐกิจร่วมมือกับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาครัฐกิจร่วมมือกับชุมชน เป็นต้น

3.1.6 จุดหมายปลายทางเพื่อการพัฒนาพบว่าหน่วยงานผู้จัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีจุดหมายปลายทางเพื่อพัฒนายกระดับการแข่งขันวิ่ง ให้เข้าสู่มาตรฐานระดับภูมิภาค และระดับโลก โดยต่อเนื่อง ทั้งนี้ขึ้นกับระดับนโยบายของคณะผู้จัดงานวิ่งในแต่ละสนามแข่งขัน อาทิเช่น งานวิ่งระดับเวิร์ดคลาส งานวิ่งที่เป็นศูนย์กลางจัดการแข่งขันมารารอนมาตรฐานสากลแห่งภูมิภาคอาเซียน งานวิ่งที่งานประเพณีของชาวบ้าน ที่มีมาตรฐานสากล ที่ยั่งยืนและยาวนาน หรือ มุ่งสู่การเป็น “The Passion of World-Class Marathon” เป็นต้น

3.1.7 แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่งพบว่าคณะผู้จัดงานวิ่งมีมุมมองที่หลากหลายในการส่งเสริมการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพอสรุปประเด็นสำคัญได้แก่ต้องมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ เน้นความปลอดภัยมีความเป็นมาตรฐานสากล สร้างประสบการณ์ใหม่ที่พึงพอใจแก่ผู้มาเยือน ส่งเสริมให้มีความรู้ในการออกกำลังกาย ใช้เรื่องราวทางวัฒนธรรมมาเสริมหนุนการจัดงาน ใช้สื่อออนไลน์ในการบริหารจัดการงานวิ่ง พัฒนารูปแบบการวิ่งหลายประสบการณ์ การวิ่งเพื่อการกุศล เป็นต้น

3.2 ศักยภาพการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) ของพอร์เตอร์ (Michael E. Porter) มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

3.2.1 ด้านปัจจัยการผลิตและปัจจัยดำเนินงาน

โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในด้านนี้อยู่ในระดับสูงมาก ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่ที่มีความพร้อมและเพียงพอในทุกพื้นที่การมีภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามกระจายอยู่ทั่วประเทศ การมีกลุ่มผู้จัดงานวิ่งระดับมืออาชีพ มีประสบการณ์ มีชื่อเสียงยาวนาน รวมถึงแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องรวมถึงการมีสนามวิ่งที่มีศักยภาพสูงกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ จะมีข้อจำกัดที่ขาดองค์ความรู้ใน

การบริหารจัดการงานวิ่งที่ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีแหล่งเรียนรู้การจัดการงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาน้อย และการจัดงานวิ่งที่ไม่ประสานสัมพันธ์กันของคนที่ทำ คนที่ปฏิบัติ คนจัดงาน ที่ต่างคนต่างทำ และรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

3.2.2 ด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาด

โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านนี้อยู่ในระดับสูง ดังเห็นได้จากกระแสการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กำลังเป็นที่ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในและต่างประเทศที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่แสวงหารูปแบบการวิ่งแปลกใหม่ รวมถึงการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยกระตุ้นความต้องการที่ตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น และกระแสความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงานวิ่งที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในระดับประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยในทิศทางบวก แต่อย่างไรก็ตาม เรามีความจำเป็นต้องพัฒนาข้อจำกัดบางประการให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่ง เช่น การยกระดับมาตรฐานการจัดงานวิ่งที่เป็นสากลและเชื่อมโยงสู่สนามวิ่งระดับนานาชาติได้ และการพัฒนารูปแบบการจัดงานวิ่งให้มีความหลากหลายสำหรับนักกีฬาเชิงท่องเที่ยวและผู้ติดตาม ที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างสนุกสนาน และมีความสุข

3.2.3 ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน

โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านนี้อยู่ในระดับสูงมากด้วยศักยภาพที่โดดเด่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในด้านปัจจัยการผลิตและปัจจัยดำเนินการประกอบกับเรามีสนามการแข่งขันวิ่งมาราธอนระดับนานาชาติที่มีการพัฒนามาตรฐานให้เทียบเท่าสากล มีการนำเอาความได้เปรียบเชิงวัฒนธรรมของประเทศมาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มีกลยุทธ์ในการสร้างจุดเด่นเน้นจุดขายความแปลกใหม่ และการส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดด้วยความรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีจุดหมายปลายทางเพื่อการพัฒนาสู่การจัดการงานวิ่งมาราธอนนานาชาติ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับ World Class จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ขณะที่เรายังต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านราคาที่ต้องไม่แตกต่างกันมากนักในระดับประเทศ และการขาดความสามารถในการผลักดันกลยุทธ์ที่มีสู่ระดับนานาชาติให้มากขึ้น

3.2.4 ด้านองค์กรสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

การจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย สำหรับประเทศไทยปัจจัยด้านนี้ถือว่า มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูงมากเรามีทั้งการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจ กลุ่มผู้จัดงานวิ่งมืออาชีพ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนและประชาชนโดยต่อเนื่อง รวมถึงปัจจุบันองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างตระหนักในความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังมีส่วนที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและอาสาสมัครให้เข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น

ให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการเชื่อมโยงการจัดงานวิ่งกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่น มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่

3.2.5 ด้านบทบาทรัฐบาล

นับเป็นกลไกที่สำคัญในการช่วยขับเคลื่อนภารกิจในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูงมาก ด้วยรัฐบาลมีการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับประเทศ มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในและต่างประเทศ มีการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานวิ่ง อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดงานวิ่งมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ภาครัฐอาจต้องมีการปรับกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการงานวิ่งทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องมีบทบาทมากขึ้นในกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย และมีหน่วยงานกลางเพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับประเทศเข้าด้วยกัน

3.2.6 ด้านโอกาส

โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง ด้วยกระแสสังคมของผู้คนเกี่ยวกับการรักสุขภาพ โดยใช้กิจกรรมที่หลากหลาย โดยบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยอิงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่ต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเชื่อมโยงบูรณาการกิจกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดงานวิ่งรวมถึงการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่ออนาคต

3.3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และ กระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

3.3.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพพัฒนามาจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) ของ พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้ (เสรี เพิ่มชาติ และ นงลักษณ์เพิ่มชาติ, 2560 หน้า 170-172)

3.3.1.1 การปรับกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการงานวิ่ง ทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศ บทบาทรัฐบาลถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นศักยภาพที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูงมาก ด้วยรัฐบาลมีการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับประเทศ มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในและต่างประเทศ มีการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานวิ่ง อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดงานวิ่งมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ภาครัฐอาจต้องมีการปรับกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการงานวิ่ง ทั้งใน

ระดับพื้นที่และระดับประเทศ หน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ต้องมีบทบาทมากขึ้นในกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย และมีหน่วยงานกลางเชื่อมโยงฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับประเทศเข้าด้วยกัน

3.3.1.2 ยกระดับงานวิ่งระดับท้องถิ่น สู่งานวิ่งนานาชาติด้วยมาตรฐานสากล

ผลจากการวิเคราะห์ กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านนี้อยู่ในระดับสูงมากด้วยศักยภาพที่โดดเด่นของสนามการจัดงานวิ่งมาราธอนระดับนานาชาติที่มีการพัฒนามาตรฐานให้เทียบเท่าสากล มีการนำเอาความได้เปรียบเชิงวัฒนธรรมของประเทศมาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มีกลยุทธ์ในการสร้างจุดเด่นเน้นจุดขายความแปลกใหม่ และการส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดด้วยความรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีจุดหมายปลายทางเพื่อการพัฒนาสู่การจัดการงานวิ่งมาราธอนนานาชาติ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับ World Class ได้รับการรับรองมาตรฐานงานวิ่งระดับโลก IAAF Bronze Label Road Race รายแรกในประเทศไทยและอาเซียน การรับรองจากสมาคมมาราธอนและการแข่งขันระยะไกลนานาชาติ (AIMS) การรับรองการจัดการแข่งขันจากสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) และสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (AAT) หรืองานวิ่งเมืองไทยเชียงใหม่มาราธอน ที่ได้รับการรับรองการจัดการแข่งขันจากสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) เป็นต้น จึงเป็นเหตุผลสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ขณะที่ยังต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านราคาที่ต้องไม่แตกต่างกันมากนักในระดับประเทศ และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สู่ระดับนานาชาติให้มากขึ้น

3.3.1.3 พัฒนาองค์ความรู้ พัฒนาศักยภาพของผู้จัดงานวิ่งให้เป็นมืออาชีพ

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยการผลิตและปัจจัยดำเนินงาน พบว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่ที่มีความพร้อมและเพียงพอในทุกพื้นที่ การมีภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามกระจายอยู่ทั่วประเทศ การมีกลุ่มผู้จัดงานวิ่งระดับมืออาชีพ มีประสบการณ์ มีชื่อเสียงยาวนาน มีแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนต่อเนื่อง รวมถึงการมีสนามวิ่งที่มีศักยภาพสูงกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ จะมีข้อจำกัดที่ขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการงานวิ่งที่ได้มาตรฐานสากล ทำให้มีแหล่งเรียนรู้การจัดการงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาน้อย และการจัดงานวิ่งที่ไม่ประสานสัมพันธ์กัน ต่างคนต่างทำ และรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

3.3.1.4 พัฒนabenแนวทางความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์องค์กรสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง พบว่า การจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูงมาก เรามีทั้งการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มธุรกิจ กลุ่มผู้จัดงานวิ่งมืออาชีพ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชนและประชาชนโดยต่อเนื่อง รวมถึงปัจจุบันองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างตระหนักในสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังมีส่วนที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในส่วนของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนและอาสาสมัครให้เข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น

ให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการเชื่อมโยงการจัดงานวิ่งกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่น มาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่

3.3.1.5 เชื่อมโยงบูรณาการกิจกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดงานวิ่ง
รวมถึงการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่ออนาคต ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้าน โอกาส โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง ด้วยกระแสสังคมของผู้คนเกี่ยวกับการรักษาสภาพ โดยใช้กิจกรรมที่หลากหลาย โดยบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยอิงประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่ต้องมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเชื่อมโยงบูรณาการกิจกรรมเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดงานวิ่ง รวมถึงการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่ออนาคต จากรายงานของ Citylab. (2014). เกี่ยวกับ 'Marathon Tourism' in Asia Speeds Up กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา กำลังเป็นที่โด่งดังในทวีปเอเชีย ด้วยเสน่ห์ที่หลากหลายที่มีต่อชาวตะวันตก เช่น รุ่งอรุณในเมืองหลวงพระบางซึ่งเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยพระวิหารริมฝั่งแม่น้ำโขงในประเทศลาว ร้อยพระสงฆ์สัสมัที่โกนหัวเดินในสายยาวในขณะที่ยาวเมืองและนักท่องเที่ยวดักข้าวเหนียวจากกระเช้าและชามของพวกเขาให้กับพระสงฆ์ ขณะที่ท้องฟ้าสว่างขึ้น นักวิ่งค่อย ๆ เดินลงกลางถนน และหยุดวิ่งเพื่อให้พระสงฆ์สามารถข้ามไปอย่างเงียบ ๆ หน้าพวกเขาเพื่อไปยังวัด รวมถึงประเทศต่าง ๆ เช่น จีน ลาว และพม่า กำลังหาวิธีที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อหาเงินโดยใช้การกุศล และผลักดันประเทศตนเองให้โดดเด่นขึ้นด้วยวิธีการต่าง ๆ สิ่งที่เราเรียกว่า "การท่องเที่ยวมาราธอน" หรือ "กีฬากับการเดินทาง" ได้ประสบความสำเร็จในเอเชียอย่างมาก และแม้แต่เกาหลีเหนือ ก็กำลังหาแนวทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อหาเงินการกุศล และวางตัวลงบนแผนที่ด้วยวิธีที่โดดเด่น ขณะเดียวกันประเทศไทยต้องมีการพัฒนา การประสานสัมพันธ์เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศเข้าด้วยกันอย่างลงตัว จึงจะเป็นการเพิ่มศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

3.3.1.6 ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาช่วยในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลจากการวิเคราะห์ อุปสงค์ความต้องการของตลาด ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเกี่ยวกับศักยภาพการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านนี้อยู่ในระดับสูง ซึ่งเห็นได้จากกระแสการออกกำลังกายด้วยการวิ่งที่เป็นที่ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในและต่างประเทศที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่แสวงหารูปแบบการวิ่งแปลกใหม่ รวมถึงการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยกระตุ้นความต้องการที่ตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น และกระแสความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงานวิ่งที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในระดับประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยในทิศทางบวก แต่อย่างไรก็ตาม เรามีความจำเป็นต้องพัฒนาข้อจำกัดบางประการให้ตรงตามความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่ง เช่น การยกระดับมาตรฐานการจัดงานวิ่งที่เป็นสากลและเชื่อมโยงสู่สนามวิ่งระดับนานาชาติได้ และการพัฒนารูปแบบการจัดงานวิ่งให้มีความหลากหลายสำหรับนักกีฬาเชิงท่องเที่ยวและผู้ติดตาม ที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างสนุกสนาน และมีความสุข

3.4 การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ผลการศึกษาคณะผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกระบวนการในการบริหารจัดการงานวิ่ง ซึ่งเรียกว่า “10S Model” เป็นแนวทางการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 1) “So Good” สนุก ดี มีความสุข 2) “Social Media” สื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย 3) “Standardization” ความเป็นมาตรฐาน (สากล) 4) “Safety” ให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย 5) “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ 6) “Satisfaction” ต้องสร้างความพึงพอใจ 7) “Self Esteem” ความภาคภูมิใจที่ได้เข้าร่วมกิจกรรม 8) “Series” กิจกรรมต่อเนื่องหลากหลายประสบการณ์ 9) “Signature” โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ และ 10) “Story” เรื่องราวเล่าขาน ประสานองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งประกอบรวมเข้าด้วยกันตามมุมมองของกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ให้การสนับสนุน ซึ่งให้ลำดับความสำคัญในองค์ประกอบที่เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่แตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่และเป้าหมายในการจัดงานของแต่ละกลุ่ม ดังแสดงในภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 แสดง “10S Model” แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ที่มา : เสรี เพิ่มชาติ และ นางลักษณ์ เพิ่มชาติ, 2560 หน้า 152

4.4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (โครงการย่อยที่ 4 โดยอาจารย์ ดร. ทศนีย์ นาคเสนีย์ และ ผศ.ดร.ว่าที่ร้อยตรีวสันต์ นาคเสนีย์) การศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ ๆ เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้และผลการวิจัยของโครงการย่อยที่ 4 มาใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ของแผนงาน โดยมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

4.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

4.4.1.1 สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน

การท่องเที่ยวด้วยจักรยานเป็นส่วนหนึ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวผจญภัยที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ อาทิ การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก กระแสการห่วงใยสุขภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และกระแสจากการรณรงค์ของภาครัฐทั้งในเรื่องของการปั่นจักรยาน หลายชุมชน โดยเฉพาะชุมชนที่มีศักยภาพเชิงพื้นที่ต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน จึงมองเห็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวสร้างเอกลักษณ์ และ อัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน เนื่องจากกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น และต้องการสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง การวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวด้วยจักรยานมีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1) กิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีการจัดในทุกจังหวัดของประเทศไทย ทั้งในส่วนที่เป็นการจัดโดยคนในชุมชน ชุมชน กลุ่มบุคคล องค์กรธุรกิจ และหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2) การท่องเที่ยวด้วยจักรยานในประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่กระแสการวิ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยมีข้อค้นพบว่าการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) แล้ว มีอัตราการเพิ่มขึ้นของกลุ่มบุคคลที่เล่นกีฬาทั้ง 2 ชนิดในลักษณะของการผสมผสานกิจกรรม และ มีอัตราเพิ่มขึ้นของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่นำทั้ง 2 ชนิดมาผสมผสานกัน ทั้งที่อยู่ในรูปแบบของทวิกีฬา (Duathlon) วิ่ง และปั่นจักรยาน และ รูปแบบของ ไตรกีฬา (Triathlon) ที่ผสมผสานกับกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น วิ่ง ว่าย พาย ปั่น เป็นต้น

3) ประเทศไทยมีการจัดการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานในระดับนานาชาติ รายการใหญ่ๆ เข้ามาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เช่น มีการตั้งลิขสิทธิ์งานจักรยานระดับโลก เลอแทป บาย เลอ ตูร์ เดอ ฟรอนซ์ เข้ามาจัดครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 19-21 ตุลาคม 2561 ที่จังหวัดพังงา ใช้ชื่อว่า L'étape Thailand by Le Tour De France : Phang Nga 2018 มีการจัดกิจกรรม “มหกรรมการแข่งขันจักรยานทางไกลประเทศไทย ปี 2561 รายการ The great Mekong bike ride 2018 เส้นทาง จังหวัด นครพนม มุกดาหาร สกลนคร ทวีร์ ออฟ

ไทยแลนด์ 2018 สตาร์ทอัพพาไปจบขอนแก่นกระตุ้นการท่องเที่ยวตะวันออก ตะวันออกเฉียงเหนือ โปรแกรมการแข่งขันจักรยาน Bangkok Bank Cyclefest 2018 เป็นต้น

4) ด้วยประเทศไทยตั้งอยู่ตรงกลางระหว่างมหาสมุทรอินเดียและส่วนของทะเลอันดามัน มีพรมแดนติดต่อกับ 4 ประเทศ คือ สปป.ลาว เมียนมาร์ กัมพูชาและ มาเลเซีย เพื่อเชื่อมต่อผ่านไปยังประเทศเวียดนาม จีน และสิงคโปร์ ประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อ สปป.ลาว เมียนมาร์ กัมพูชา ผ่านประเทศไทยเพื่อไปยังประเทศ เวียดนาม จีน และสิงคโปร์ ในขณะเดียวกัน เวียดนาม จีน และสิงคโปร์ ผ่านประเทศไทยไป สปป.ลาว เมียนมาร์ และกัมพูชา ความเป็นประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกันก่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงระหว่างประเทศหลากหลายเส้นทาง

5) การเชื่อมโยงเส้นทางปั่นจักรยานข้ามแดน พบว่า ภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวด้วยจักรยาน ได้ดำเนินธุรกิจล่วงหน้าไปมากแล้ว โดยเฉพาะเส้นทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวคือเส้นทางเชื่อมโยงจากประเทศไทย – กัมพูชา – ลาว – เวียดนาม – จีน – ไทย ของบริษัทนำเที่ยวด้วยจักรยาน อาทิ บริษัท Grasshopper Adventures บริษัท Xplore-Asia Laos บริษัท Spice Road และ Tour Guide (Freelance) ในขณะที่เส้นทางเชื่อมโยกับประเทศเมียนมาร์ ได้มีบริษัทนำเที่ยวด้วยจักรยานได้พัฒนาเส้นทางเชื่อมโยง จากประเทศไทย – เมียนมาร์ – มณฑลยี่ – สิบสองปันนา – เวียดนาม – ไทย ยกตัวอย่างเช่น บริษัทนำเที่ยวด้วยจักรยาน Blue Frog Angkor Tour และ บริษัท Real Adventure

6) การรวมกลุ่มของประเทศในภูมิภาค ASEAN ส่งผลให้การทำการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ดีขึ้นมาก ในทางนโยบายโลกไร้พรมแดน แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า การบริหารจัดการหน้าด่านชายแดนของแต่ละประเทศ ควรต้องมีการปรับปรุงและพัฒนา ด้านการบริหารจัดการเพิ่มขึ้นอีกมาก โดยเฉพาะ บุคลากรผู้ให้บริการ ที่ไม่ได้ชี้แจงกฎหรือแนวปฏิบัติ ในแต่ละครั้งที่เหมือนกัน แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ก็ไม่ใช่อุปสรรคที่จะทำให้การเดินทางตามเส้นทางเชื่อมตงหยุดชะงักลงได้ ด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLM และ T ยังมีความสมบูรณ์ มีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งธรรมชาติ วิถีชีวิต ประเพณี และ ประชาชนในพื้นที่ภูมิภาคเอเชีย ทำให้เกิดเป็นความมีเสน่ห์ ความดึงดูดใจให้นักปั่นจักรยานทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ ศักยภาพและโอกาสในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

4.4.2.1 โดยการใช้แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) ของพอร์เตอร์ (Michael E. Porter) การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตในประเทศ ครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของแต่ละประเทศ ที่มีอยู่ อันประกอบด้วย 5 ประเด็นพิจารณา คือ 1) ทรัพยากรมนุษย์ 2) ทรัพยากรทางกายภาพ 3) ทรัพยากรทางด้านความรู้ 4) ทรัพยากรทุน และ 5) โครงสร้างพื้นฐาน มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้ สถานะปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) สำหรับการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ประเทศไทยด้านปัจจัยการผลิต ที่มีความพร้อมและนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในหลายประการได้แก่ ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ มีเส้นทางปั่นจักรยานกระจุก

ในแหล่งท่องเที่ยวหลักสามารถสามารถจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานได้ทุกฤดูกาล มีทักษะและคุณภาพการให้บริการ (Service Mind) ที่เป็นมิตรและเป็นเอกลักษณ์ของการต้อนรับของคนไทย มีทีมผู้จัดกิจกรรมปั่นจักรยานเพื่อการแข่งขันจากภาคเอกชนเพิ่มมากขึ้น เปิดโอกาสให้นักลงทุนมาลงทุนในประเทศ และมีความชัดเจนในกฎหมายการลงทุนของนัก มีระบบการเดินทางที่สะดวก ทั้งทางบก ทางอากาศ และ ทางน้ำ แต่ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านการขนส่งด้วยเครื่องบินมากที่สุด เส้นทางถนนดีทุกเส้นทาง ถึงแม้จะเป็นหลุมบ่อบ้างแต่ก็ดีกว่าประเทศ CLM มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และเพียงพอ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ต้องพัฒนาเพิ่มด้านปัจจัยการผลิตพบว่า มีหลายประเด็นที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ขาดความเข้มงวดในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว ขาดการดูแลบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความเสื่อมโทรม ขาดการลงทุนสำหรับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาดระบบสาธารณสุข ปลอดภัย โดยเฉพาะในเมืองใหญ่แออัดไปด้วยรถยนต์จำนวนมาก และประเทศไทยมีภาพลักษณ์ของความไม่ปลอดภัยของนักปั่นจักรยานที่ปั่นมาท่องเที่ยวในเมืองไทย

4.4.2.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือ ด้านการตลาด ภายในประเทศ (Demand Conditions) สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ประเทศไทยด้าน ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือ ด้านการตลาด ภายในประเทศ (Demand Conditions) ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวในประเทศไทยส่งเสริมเส้นทางปั่นจักรยานในชุมชน รัฐบาลเข้าใจในพฤติกรรมของนักปั่นจักรยานในประเทศ จึงประกาศใช้แคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น กลุ่มรักสุขภาพให้ความสนใจในการออกกำลังกายในสนามที่ปลอดภัยมากขึ้นนักปั่นจักรยานจะมีความรู้เรื่อง ยี่ห้อ หรือ คุณสมบัติของ อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับสมรรถนะของตนเองในการปั่นจักรยานเป็นอย่างดี นักปั่นจักรยานจะทราบถึงมาตรฐานและความประทับใจของสนามปั่นหรือเส้นทางปั่น และมีการกระจายข่าวบอกต่อกันทั้งภาพบวกและลบในกลุ่มนักปั่นอย่างกว้างขวาง เกิดการจัดสนามปั่นจักรยาน หลากหลายทั้งปั่นในชุมชน ปั่นระหว่างเมือง ปั่นเพื่อการแข่งขัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาเพื่อการพักผ่อนมากกว่าการมาปั่นจักรยาน ในส่วนที่ควรพิจารณาปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้แก่ การจัดทำช่องทางการสื่อสารตลาด ช่องการจัดจำหน่าย และออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ

4.4.2.3 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Support) พบว่า ประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้แก่ การมีกลุ่มธุรกิจการบิน เปิดรอบการบินของสายการบินทั้งในและระหว่างประเทศ เพิ่มมากขึ้น การทำธุรกิจการจองที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางผ่าน Social Media ทำให้เกิดความสะดวกและคล่องตัวของนักท่องเที่ยว การเดินทางเข้าถึงมีความสะดวกทั้งทางเครื่องบิน มีเครือข่ายกลุ่มผู้จัดนำเที่ยวด้วยจักรยานทุกประเทศ C M L T บริษัทนำเที่ยวมีเครือข่ายทางธุรกิจที่ช่วยเหลือเกื้อหนุนธุรกิจซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว บริษัทขนส่ง (ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ) เมื่อพิจารณาถึง

อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศมีประเด็นที่ควรพิจารณาปรับปรุงเพิ่มเติม เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้แก่ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับการปั่นจักรยาน เช่น โรงแรมที่พักมีบริการที่เก็บจักรยาน มีอาหารเพื่อสุขภาพ มีแผนที่และเส้นทางปั่นให้บริการ เป็นต้น

4.4.2.4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ

Strategy and Rivalry Context) พบว่า ประเทศไทยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้แก่ ดังนี้ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้วยการจัดกิจกรรมพิเศษ/MICE ที่หลากหลายและต่อเนื่อง มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ CLM การวิเคราะห์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศ (Strategy and Rivalry Context) พบว่า กระแสความนิยมการปั่นจักรยานลดลง ซึ่งทำให้ต้องใช้กลยุทธ์ทางด้านการตลาดและการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้น รวมถึงการผสมผสานกิจกรรมการปั่นจักรยานกับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

4.4.2.5 ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (Government) พบว่า ประเทศไทย

ด้าน บทบาทภาครัฐ (Government) ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้แก่ มีนโยบายส่งเสริมการเปิดด้านการค้าชายแดน สร้างนโยบายการหักลดหย่อนภาษีจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมืองรอง ใช้นโยบายการท่องเที่ยวเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนภาคเศรษฐกิจของประเทศ

4.4.2.6 ปัจจัยทางด้านโอกาสและเหตุผลวิสัย พบว่ามีปัจจัยที่เป็นโอกาสที่

นำไปสู่ได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้แก่ ตลาดการท่องเที่ยวของไทย (Thainess & Wellness) มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น กระแสความนิยมด้านสุขภาพ จักรยานเป็นเครื่องมือในการดูแลสุขภาพ และสามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

4.4.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ผลจากการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดูด้วยจักรยานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยตัวแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดูด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการ
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน

ปัจจัย	แนวทางในการพัฒนา	นโยบายการบริหาร (กลยุทธ์)
1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions)	1. การพัฒนาทักษะทางด้านการสื่อสารของการเป็นผู้ให้บริการนำเที่ยวในท้องถิ่น 2. จัดทำหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับการเป็นผู้นำเที่ยวด้วยจักรยานในพื้นที่ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ บำรุง ดูแล และการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ 3. เปิดโอกาสให้นักลงทุนจากต่างประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและมีความเชี่ยวชาญในการจัดผังเมือง เข้ามาร่วมทุนในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน (สาธารณูปโภค การคมนาคม ระบบ Logistic และ ระบบสาธารณสุข)	- สร้างศักยภาพด้านการบริการด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคกลุ่มประเทศอาเซียน
2. ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือ ด้านการตลาดภายในประเทศ (Demand Conditions)	1. ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน และประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง ถึง การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยาน 3 ระดับจาก Local to global ได้แก่ ระดับชุมชน ยกกระดับเป็นระดับประเทศ และ ระดับภูมิภาค อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างอุปสงค์หรือตลาด ในประเทศ ในภูมิภาค ให้เข้มแข็ง 2. ค้นหาอัตลักษณ์ของกิจกรรมการปั่นจักรยานในแต่ละเส้นทาง ในแต่ละเมือง เพื่อให้เกิดความแตกต่างและเป็นที่ต้องการมาปั่นเพื่อสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการปั่นจักรยาน 3. ค้นหาจุดร่วมในการทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Domestic, Inbound, Outbound) อย่างสมดุล ระหว่างการทำตลาดแบบ Outside In (เอาตลาดเป็นตัวตั้ง) กับการทำการตลาดแบบ Inside out (เอาตัวเองเป็นตัวตั้ง)	- สร้างความเป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดูด้วยจักรยานเชื่อมโยงกลุ่มกลุ่มประเทศอาเซียน

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	แนวทางในการพัฒนา	นโยบายการบริหาร (กลยุทธ์)
3. ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Support)	1. จัดกิจกรรม Matching กลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อสร้างพลังอำนาจและมาตรฐานความปลอดภัยและมาตรฐานการให้บริการ ให้เกิดความเชื่อถือ เชื่อมมั่นสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการบิน ที่พักแรม ร้านอาหาร ของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน	- สร้างเครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ กลุ่มประเทศ CLMT แบบองค์รวม ทั้งแบบทางการ (Public) และไม่เป็นทางการ (Private)
4. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศ (Strategy and Rivalry Context)	1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของแต่ละประเทศเพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาด อาทิ -ประเทศกัมพูชา เที่ยวชมมรดกโลก -ประเทศเมียนมาร์ เที่ยวชมวัด/ทะเลน้ำลึก -ประเทศ สปป.ลาว เที่ยวชมวัด/ความเป็น Slow Life -ประเทศไทย พักผ่อนแบบ Thainess และ Wellness 2. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว และพัฒนาตนเองในฐานะเมืองท่องเที่ยว เช่นการจัดกิจกรรมจักรยาน หรือกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ /การจัดกิจกรรมพิเศษ/ MICE การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์/การเรียนรู้/เชิงประสบการณ์/ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตื่นตัว และพัฒนาตนเองในฐานะเมืองท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง	- ยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศสู่การท่องเที่ยวสากล
5. ปัจจัยด้านบทบาทภาครัฐ (Government)	1. ปรับปรุงกฎระเบียบ / พรบ./ข้อบังคับที่ล้าสมัยให้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยการท่องเที่ยว 2. ประกาศและบังคับใช้กฎหมายที่เป็นธรรมอย่างเคร่งครัด ไม่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ใดผู้หนึ่ง 3. สืบสานต่อยอด เป้าหมาย/แนวทางการพัฒนา/กลยุทธ์ประเทศอย่างต่อเนื่องไม่เปลี่ยนแปลงไปตามวาระผู้นำหรือ หากจะเปลี่ยนแปลงควรให้มีการกระหน่ำน้อยที่สุด	- ปรับปรุงกฎระเบียบ/ข้อบังคับของประเทศให้มีความทันสมัย นำไปปฏิบัติได้จริงและเป็นไปตามกฎหมาย

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัย	แนวทางในการพัฒนา	นโยบายการบริหาร (กลยุทธ์)
6. ปัจจัยด้าน เหตุสุดวิสัย (Chance)	1. ประเมินปัจจัยที่มีภาวะความเสี่ยง เป็นราย มิติ เพื่อวางแผนและสร้างระบบการบริหาร จัดการความเสี่ยง 2. สร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย ของเมืองท่องเที่ยว อย่างมีมาตรการที่เชื่อถือ ได้	- บริหารความเสี่ยงจาก เหตุสุดวิสัยใน 6 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และ การท่องเที่ยว

4.4.6 ข้อเสนอแนะต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ด้วยตัวแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน 15S Model (15 Ss for cycling sport tourism) ดังนี้ (ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และ วสันต์ นาคเสนีย์ หน้า 207-208)

ขั้นที่ 1 (Stage I) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานสำหรับนักปั่นจักรยาน ซึ่งเป็นปัจจัย ที่มีความสำคัญอันดับต้น ๆ สำหรับนักปั่นจักรยานมือใหม่ มือสมัครเล่น หรือมืออาชีพ ประกอบไป

1. Safety การจัดกิจกรรมทุกประเภทกีฬา ความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นลำดับแรกที่ต้องให้ความสำคัญ ทั้งระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และการบริหารความเสี่ยง ก่อน ระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรม

2. Sharing System (Road/Logistic/Rest Park) หน่วยงานในพื้นที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายการใช้รถใช้ถนนร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการปั่นจักรยานในพื้นที่ ตลอดจนการแบ่งปันระบบการขนส่งให้สามารถขนส่งจักรยานด้วยระบบการเดินทางโดยสารสาธารณะ ระบบราง หรือเครื่องบิน ตลอดจนจุดแวะพักที่มีการบริการนักปั่นจักรยาน

3. Satisfaction การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้

4. Style (Nostalgia and Extreme) กิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นความชอบเฉพาะบุคคล ดังนั้นการจัดสนามปั่นแต่ละครั้งจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ

5. Social Media (Smart Phone) ด้วยการเดินทางของนักปั่นจักรยานปัจจุบันนิยมเดินทางด้วย Application บน Smart Phone มากกว่าการจัดทำป้ายแสดงเส้นทางการปั่นจักรยานดั้งเดิม

ขั้นที่ 2 (Stage II) เป็นปัจจัยขั้นที่สูงขึ้นที่นักปั่นที่มีความเชี่ยวชาญ หรือ นักปั่นมืออาชีพ หรือปั่นเพื่อการแข่งขัน ปั่นทางไกล ต้องให้ความสำคัญและศึกษาหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนการเดินทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเสมอ ประกอบไปด้วย

6. Scale คือ ขนาดสนาม ลักษณะสนาม ระยะทางปั่น อันเป็นปัจจัยสำคัญ จำเป็นสำหรับนักปั่นจักรยาน เพราะจะสัมพันธ์ไปถึงการเตรียมอุปกรณ์และประเภทจักรยานที่ สอดคล้องกับลักษณะสนาม

7. Season ฤดูกาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะฤดูฝน ที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยาน ฤดูกาลการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการแออัดทั้งรถและถนน ซึ่งนักปั่นจักรยานหรือผู้จัดจะต้องให้ความสำคัญเช่นกัน

8. Service (Human) การบริการด้วยคนจะสร้างความโดดเด่น และความพึงพอใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

9. Sport Tourism Platform การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานควรมี การสร้าง Platform เพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมการปั่นไว้ใน Platform ให้มีความทันสมัยและ พร้อมใช้งานเสมอ

10. Seamless Experience การเดินทางของนักปั่นจักรยานเรียกว่ากลุ่ม Elite นั้น ประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนและการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางไปยังพื้นที่ใหม่ ๆ ให้ ตนเอง ดังนั้นการเดินทางแบบไร้รอยต่อ “โลกไร้พรมแดน” จะทำให้เกิดการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ในชุมชนอีกทางหนึ่ง

ขั้นที่ 3 (Stage III) เป็นปัจจัยขั้นที่สูงขึ้นที่นักปั่นที่มีความเชี่ยวชาญ หรือ นักปั่นมืออาชีพ หรือปั่นเพื่อการแข่งขัน ปั่นทางไกล ไปนานๆ มีความหลงใหลการปั่นจักรยานเป็น ชีวิตต้องให้ความสำคัญและศึกษาหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนการเดินทางปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว เสมอ ประกอบไปด้วย

11. Subagent การเปิดตลาดในต่างประเทศ กลุ่มบริษัททัวร์จำเป็นต้องใช้ บริการของผู้รับจ้างช่วงเพื่อส่งเสริมการขายไปทั่วโลกได้

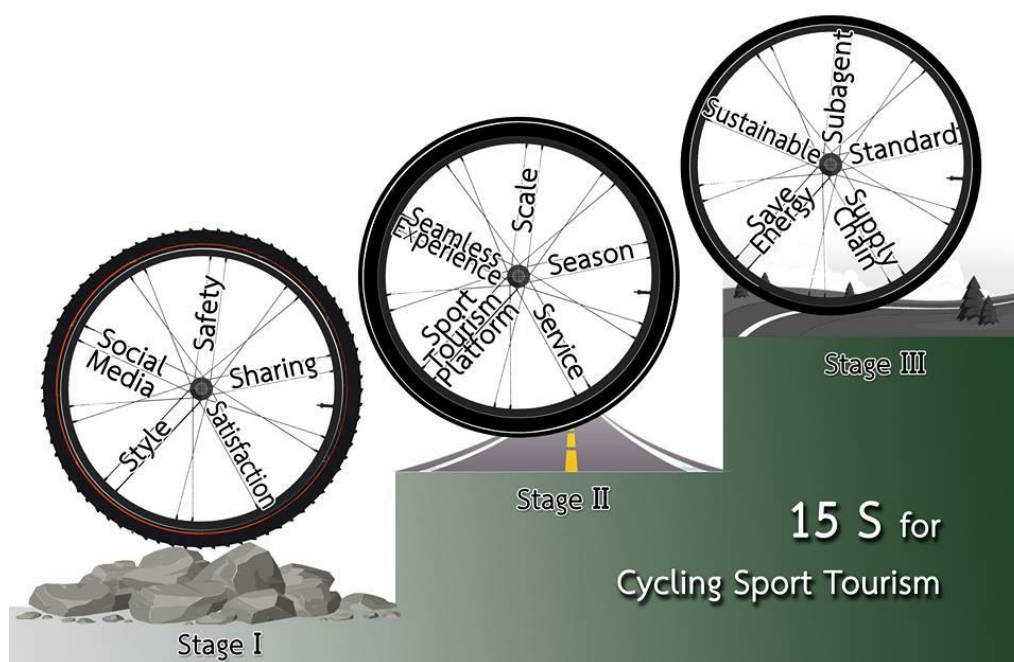
12. Standard มาตรฐานสนาม กฎกติกาการแข่งขัน กฎระเบียบปฏิบัติ จะต้อง คำนึงถึงหากรูปแบบการจัดนั้นเป็น สนาม Inter หรือ รูปแบบการจัดเพื่อรองรับชาวต่างชาติ

13. Supply Chain การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานจะต้องมองทั้งกระบวนการ ซึ่งประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาดส่วนหน้า การจัดการส่วนหลัง

14. Save Energy การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้การยอมรับ ว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถนำไปสู่การประหยัดการใช้พลังงานให้ลดลงได้โดยเฉพาะพลังงาน เชื้อเพลิง

15. Sustainable การปั่นจักรยานก่อให้เกิดความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของ โลกและสอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่หันมาใส่ใจในการมุ่งสู่ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals–SDGs

ดังแสดงในภาพที่ 4.12



ภาพที่ 4.12 สรุปข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพ
ที่มา : นักวิจัย (2561)

4.5 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

ในการจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกันของนักวิจัยในแผนงาน มีการดำเนินการร่วมกันดังนี้

1. ปฏิบัติการจัดกิจกรรมกีฬาร่วมกัน ภายใต้ชื่องานวิ่งอมยิ้ม ซึ่งเป็นการสร้างกิจกรรมกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นร่วมกันชุมชน เพื่อให้ นักวิจัยได้เรียนรู้การจัดกิจกรรมกีฬาจากการปฏิบัติจริง เพื่อใช้เป็นสื่อกิจกรรมในการสร้าง “Customer Journey Map” ไดอะแกรม (diagram) ที่แสดงให้เห็นกระบวนการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกิจกรรมกีฬา อันจะนำไปสู่การค้นหา Touch Points ที่จะใช้ในการจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และ ใช้ในการออกแบบประสบการณ์ที่สามารถสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ ตลอดจนการวัดผลกระทบของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ทั้งแง่ของเศรษฐกิจ สังคม และชุมชน และถอดบทเรียนไปสู่การนำเสนอเกี่ยวกับ ศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยร่วมกันข้อมูลด้านอื่น ๆ

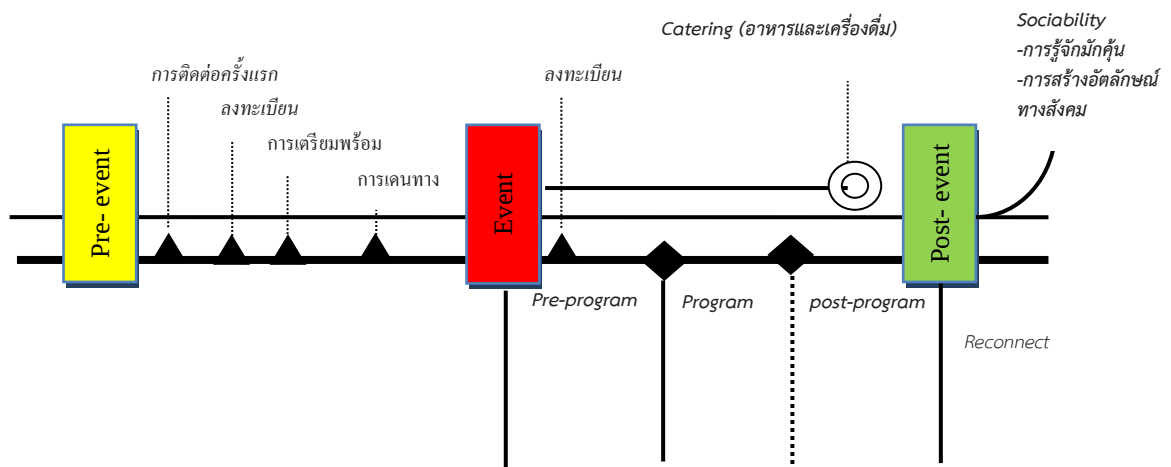
2. วิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) ของ พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) ในภาพรวมร่วมกับชุดโครงการย่อย และ จัดประชุมย่อยภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย



ภาพที่ 4.13 การจัดประชุมเครือข่ายเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพ โอกาส และ
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
ที่มา : ภาพถ่ายโดยคณะผู้วิจัย พฤษภาคม, 2561

4.5.1 การถอดบทเรียนการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้มเพื่อค้นหา แนวทางการพัฒนาศักยภาพของ การจัดกิจกรรม

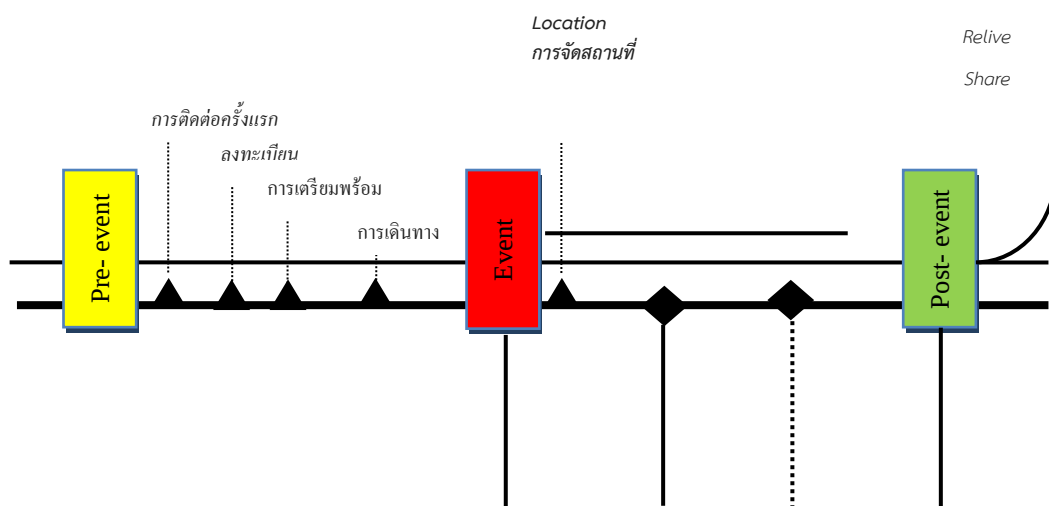
ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ Customer journey map ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวางแผนการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ (strategic management tool) ที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้ในปัจจุบันเพื่อวิเคราะห์การเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป้าหมาย ตั้งแต่กิจกรรมกีฬาที่จัดขึ้น ค้นหา ไปจนถึงการสมัครการเข้าร่วมกิจกรรมแผนที่ภาพรวมของการเดินทางของผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อหน่วยงานผู้จัดกิจกรรมกีฬาตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมานักท่องเที่ยวหรือนักกีฬาซึ่งเป็น ผู้บริโภคนั้นเป็นผู้บริโภคแบบไหน และเข้าถึงองค์กรทางช่องทางไหนบ้าง เป็นเครื่องมือที่จะช่วยพัฒนาผู้จัดกิจกรรมกีฬา เพิ่มเสริมสร้างกลยุทธ์หรือวิธีการที่จะตอบสนองในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ ช่วยการตัดสินใจและการออกแบบ สามารถใช้ทบทวนสถานะปัจจุบันและการมองเห็นสถานะในอนาคต ใช้เพื่อสร้างโอกาสให้กับธุรกิจของการจัดกิจกรรมกีฬาได้ การเข้าไปสัมผัสกิจกรรมกีฬา การเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ จะเรียกว่า Touch Points ที่นักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับกิจกรรมกีฬาที่จัดขึ้น ยิ่งถ้าออกแบบ Touch Points ยิ่งมากเท่าไร การเข้าใจ Customer Journey Map ก็将有ความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของคณะนักวิจัยเพื่อค้นหาและออกแบบ Customer journey map ปรากฏดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา
ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะนักวิจัย, มิถุนายน 2561

จาก Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาซึ่งได้แบ่งกระบวนการของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาจนถึงจุดสิ้นสุดของกิจกรรมกีฬา แบ่งออกเป็น 3 ช่วงได้แก่ ช่วงก่อนเริ่มจัดกิจกรรมกีฬา (Pre-event) (2) ช่วงของการจัดกิจกรรมกีฬา (Event) และ (3) ช่วงของการเสร็จสิ้นของการจัดกิจกรรมกีฬา (Post event) ซึ่งจะนำมาใช้ในการจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศักยภาพของการจัดกิจกรรมกีฬาของประเทศไทยดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาศักยภาพของการจัดกิจกรรมกีฬาของประเทศไทย (กลุ่มกิจกรรมการวิ่ง ปั่นจักรยาน และ มวยไทย) ระยะก่อนการจัดกิจกรรมกีฬา (Pre -event) ดังแสดงในภาพที่ 4.15



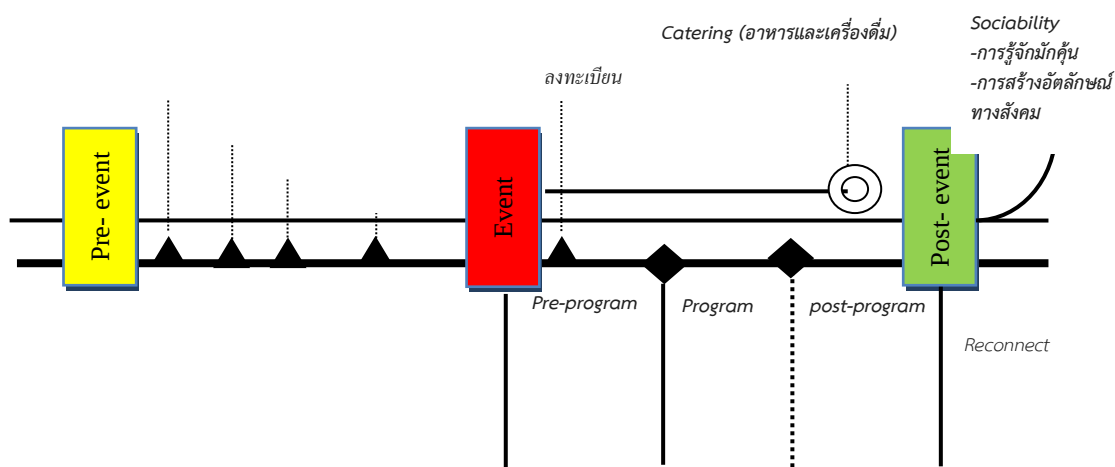
ภาพที่ 4.15 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาระยะก่อนการจัดกิจกรรม
ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะนักวิจัย, 2560

จากภาพที่ 4.15

1.1 ระยะก่อนการจัดกิจกรรมกีฬา (Pre-event) ประสบการณ์ในกระบวนการก่อนการเดินทางมาร่วมกิจกรรมกีฬา (Pre-Event) เกิดจากจุดสัมผัสได้แก่ การหาข้อมูลเพื่อการวางแผนก่อนการเดินทางมาร่วมกิจกรรมกีฬา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาข้อมูลในเว็บไซต์ ชักถามจากเพื่อนหรือญาติที่เคยมาเที่ยว กลุ่มเฉพาะในสื่อออนไลน์ หนังสือแนะนำสถานที่ ดังนั้นกิจกรรมกีฬาจึงควรมีการออกแบบเว็บไซต์ หรือ เว็บเพจ (Web page) เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา ควรมีการใช้สื่อสมัยใหม่ คลิปวิดีโอ คลิปพรีวิว (Preview คลิป) และที่สำคัญคือการเตรียมบุคลากรที่มีจิตบริการ มีทักษะในการสื่อสาร (ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างชาติ) สำหรับคอยให้บริการ ในนามของทีม แอดมิน (Admis) มีการเตรียมข้อมูลพื้นฐานในการตอบข้อซักถาม อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทะเบียน การรับอุปกรณ์ การเดินทาง ที่พัก ตารางเวลา สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เป็นต้น เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างประสบการณ์ทางอ้อม เกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา (Sport event) ทำให้เกิดการตัดสินใจอยากมาร่วมกิจกรรม การหาข้อมูลในพื้นที่ พบว่า นอกจากแอดมินเพจ (Admin page) จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว พนักงานโรงแรม ร้านอาหาร ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมกีฬา

ในการขยายตลาดและเชื่อมโยงกับบริษัทนำเที่ยวควรจัดเอกสารแจกฟรีไปมอบให้กับบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้ช่วยขายกิจกรรมกีฬากับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ คนขับรถโดยสารในพื้นที่ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬาแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะข้อมูลก่อนการตัดสินใจไปเที่ยว

ควรมีข้อมูลจุดเชื่อมต่อการบริการขนส่งจากให้กับผู้ให้ข้อมูล วิธีการในการเดินทางมา ดังนั้น สถานีขนส่ง สนามบิน ท่ารถประจำทาง จึงเป็นจุดสัมผัสหนึ่งที่สามารถสร้างความประทับใจให้ตั้งแต่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง สามารถสร้างประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส และทางความรู้สึก (Sense and Feel Experience) และสร้างอารมณ์ในเชิงบวก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมาร่วมกิจกรรม ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลายผสมผสานกันทั้งกิจกรรมกีฬา การทานอาหารท้องถิ่น วัฒนธรรม และสุขภาพ หากมีการสร้างเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถออกแบบการเดินทางได้เอง จะทำให้นักท่องเที่ยวได้วางแผน ทำให้เกิดความสุขสานและเกิดความรู้สึกในการควบคุมและบริหารจัดการเวลาและสถานที่ในการท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้ด้วยตนเอง สร้างประสบการณ์ในการคิดและปฏิบัติ (Think and Act Experience) ให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้หากมีการสร้างสื่อออนไลน์ อาทิ เว็บบันทึกออนไลน์ (Blog) การอ่านบันทึก และการบันทึกด้วยตนเอง จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงและมีการแบ่งปันกันระหว่างนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสังคมท่องเที่ยว เชิงกีฬาเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ในการเชื่อมโยงเชิงสังคมของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น (Social identity Experience)



ภาพที่ 4.16 แสดง Customer journey map ของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา
ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะนักวิจัย, มิถุนายน 2561

1.2 การส่งมอบประสบการณ์ในกระบวนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event program)

เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดของการส่งมอบประสบการณ์ เป็นจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการจัดกิจกรรมกับลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา การสร้างความประทับใจด้วย กระบวนการต้อนรับที่ประทับใจ สร้างความประทับใจด้วยการเล่าเรื่องราว การให้ความรู้ การบริการขนส่งเดินทางที่มีความสะอาด ปลอดภัย การบริการที่ดีที่ประทับใจของบุคลากร สถานที่ที่มีความสวยงาม สะอาด ปลอดภัยมีเอกลักษณ์ การจัดสถานที่จัดกิจกรรม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สร้างประสบการณ์ที่ดี ด้วยการนำเสนอความสุนทรีย์ผ่านการมองเห็น การได้ยิน การได้สัมผัส การได้รสชาติ การได้กลิ่น ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับมีหลายประสบการณ์ในเวลาเดียวกัน ทั้งประสบการณ์ทางโสตสัมผัส (Sensory Experiences or sense) ประสบการณ์ทางความรู้สึก (Affective experiences or feel) ประสบการณ์ด้านพฤติกรรมและวิถีชีวิต (Physical experience behaviors and Lifestyle or Act) และประสบการณ์ในเชิงอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity experiences) จากการได้สัมผัสกันระหว่างการเข้าร่วมกีฬา

1.3 การส่งมอบประสบการณ์ (Post event experience) ภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรม

กีฬา เมื่อนักท่องเที่ยวหรือนักกีฬาเดินทางกลับ มีการสร้างความประทับใจกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ ความประทับใจผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ มีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มีการลงภาพกิจกรรม มีการประกวดภาพถ่าย อาจจะมีการแจกของรางวัลเพื่อจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวให้กลับมาเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ หรือเว็บเพจของข้อมูลข่าวสารกีฬาที่พัฒนาขึ้นอีกครั้งหนึ่ง มีการประเมินผลความพึงพอใจเพื่อนำมาปรับปรุง การให้บริการ เมื่อนักท่องเที่ยวหรือนักกีฬาเกิดความประทับใจมีประสบการณ์ที่ดีแล้วจะเกิดการบอกต่อ และกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

4.5.2 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยจากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) และ จัดประชุมย่อยภาคีเครือข่ายที่

เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบในภาพรวมดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model)

ปัจจัย	ความสามารถเชิงการแข่งขัน Fight ride Run			
	การจัด กิจกรรม	มวย ไทย	วิ่ง	จักรยาน
1. ด้านปัจจัยการผลิตและปัจจัยดำเนินงาน	1	4	1	1
1. ประสบการณ์ และความเป็นมืออาชีพของผู้จัดกิจกรรมกีฬา	-	+	-	-
2. ทรัพยากรทุน ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศและแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา	+	+	+	+
3. แหล่งความรู้การจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา และองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา	-	+	-	-
4. เงินทุนและแหล่งทุนสนับสนุน	-	-	-	-
5. โครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่นสนามกีฬา อุปกรณ์กีฬา	-	+	-	-
6. ทักษะทางด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ	-	-	-	-
2. ด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาด	1	3	3	2
7. การตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว	+	+	+	+
8. มาตรฐานและความเป็นสากลในการจัดกิจกรรม	-	+	+	-
9. การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการตลาด	-	-	-	-
10. การพยากรณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยว	-	-	-	-
11. ความหลากหลายของรูปแบบการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ที่ตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว	-	+	+	+
3. ด้านองค์กรสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง	7	8	7	8
12. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	+	+	+	+
13. ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายและองค์กรสนับสนุน	+	+	+	+
14. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยว และมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูง	+	+	+	+
15. การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและอาสาสมัคร	+	+	+	+

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัย	ความสามารถเชิงการแข่งขัน Fight ride Run			
	การจัด กิจกรรม	มวย ไทย	วิ่ง	จักรยาน
16. ผลิตภัณฑ์ชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการ ท่องเที่ยว	+	+	+	+
17. ระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	-	+	-	+
18. ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง ทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชีย	+	+	+	+
19. ความได้เปรียบในความแตกต่างทางวัฒนธรรมของ ประเทศ	+	+	+	+
20. เป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจนระดับองค์กร	-	-	-	-
4. ด้านบทบาทภาครัฐ	0	0	0	0
21. การกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	-	-	-	-
22. การสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ	-	-	-	-
23. การช่วยเหลือเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งในและ ต่างประเทศ	-	-	-	-
24. ระบบ ระเบียบภาครัฐที่สนับสนุนและส่งเสริมการ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา	-	-	-	-
5. ด้านโอกาส	2	2	2	2
25. กระแสสังคมรักสุขภาพส่งผลต่อการเล่นกีฬาเพิ่ม มากขึ้น	+	+	+	+
26. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ เคลื่อนย้ายมาทางภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก	+	+	+	+
27. การพัฒนาเทคโนโลยีที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของประเทศ	-	-	-	-
รวมทุกปัจจัย	11	17	13	13

จากการสังเคราะห์ศักยภาพของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มวยไทย วิ่ง และ จักรยาน ในภาพรวมพบว่า กิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถมากที่สุดคือ มวยไทย ซึ่งเป็นกีฬาประจำชาติ ประเทศไทย ทำให้ปัจจัยทางด้านการผลิตปัจจัยดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความเป็นมืออาชีพ มีทุน มีทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ และ หลากหลาย มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกีฬาที่ดี โดยมีปัจจัยที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมคือ ปัจจัยทางด้านการสื่อสาร

ภาษาต่างประเทศ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกิจกรรมการวิ่ง การปั่นจักรยาน และการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ประเทศไทยยังมีจุดแข็งที่เป็นความได้เปรียบหลายประการ หากได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมจะเสริมสร้างศักยภาพ และ โอกาสในการแข่งขัน ทั้งในระดับภูมิภาค และ ระดับนานาชาติได้

4.5.2.1 เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิตและการดำเนินการ

เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ของประเทศไทย จึงทำให้ขาดแคลนด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งทางด้านกีฬา การท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรม ที่ต้องอาศัยการ บูรณาการศาสตร์ รวมกัน ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจเข้าร่วมกิจกรรม จำเป็นต้องมีการสื่อสารภาษา ตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสาร ก่อนการเริ่มกิจกรรม ระหว่างการดำเนินกิจกรรม และ ภายหลังกิจกรรมเสร็จสิ้น การผลักดันกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้กับบุคลากรด้านนี้

4.5.2.2 ทรัพยากรทางธรรมชาติ ต้นทุน แหล่งความรู้ และ โครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน

ประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และ บริบทเชิงพื้นที่ ที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา ทำให้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬานอกสถานที่ ในบริบทธรรมชาติ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยมีปัจจัยที่ต้องปรับปรุงเพิ่มเติมได้แก่ การกำกับติดตาม และ ควบคุมกิจกรรมเชิงกีฬาในบริบทเชิงธรรมชาติ ให้เกิดความยั่งยืน ไม่กระทบสิ่งแวดล้อม และ ควบคุมให้การจัดกิจกรรมเป็นไปตามมาตรฐาน ของแต่ละชนิดกีฬา อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนา คือ การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา ให้ครอบคลุม ทุกพื้นที่ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน และ พัฒนาศักยภาพ และสภาพแวดล้อมให้กับเหมาะสมและพร้อมสำหรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติ เพิ่มขึ้น

4.5.2.3 เงื่อนไขของอุปสงค์ด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาด

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสและการเติบโต อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังสามารถหนุนเสริมและ เติมเต็มกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น จากอุปสงค์ที่แนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศไทย ควรใช้จุดเด่นที่มีมา พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย สร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ และ ส่งเสริมวิถีกรรมสินค้า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการให้บริการที่หลากหลายเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และแตกต่าง

4.5.2.4 เงื่อนไขด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง ทั้งในด้านการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม โรงแรมที่พัก การขนส่ง และ การเดินทางต่าง ๆ พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนโรงแรมที่พักจำนวนมาก และหลากหลายในการให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรอง ยังขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงในพื้นที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางด้วยตนเอง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง โรงแรมยังขาดการให้บริการที่เป็นมิตรกับนักกีฬา ในกลุ่มที่เป็น Active hotel

4.5.2.5 เงื่อนไขทางด้านกลยุทธ์และสภาพการแข่งขัน

เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยยังไม่มีที่รู้จักและจดจำได้ เหมือนการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ดังนั้นประเทศไทยควรเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในทุก ๆ ด้านทั้งในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และการการตลาดเชิงรุก ด้วยการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้หลากหลาย มีมาตรฐานตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารตลาดและสร้างภาพลักษณ์ มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด สร้างตราสินค้าของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเพื่อรองรับการเติบโต ตลอดจนใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ให้เกิดการท่องเที่ยวแบบผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ใช้จุดแข็งของตำแหน่งที่ตั้ง ในการจัดท่องเที่ยวเชื่อมโยง ในภูมิภาคอาเซียน โดยให้ประเทศไทยเป็นฐาน

4.5.2.6 เงื่อนไขด้านรัฐบาล

ในภาพรวมรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่จากศึกษาพบว่าในเชิงปฏิบัติยังมีอุปสรรคที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขดังนี้

- 1) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้ศิลปการต่อสู้มวยไทยในประเทศไทย ที่ต้องการพำนักระยะยาว อนุญาตระยะวีซ่า (VISA) ยังไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) การบังคับใช้กฎหมายยังไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น ระเบียบพัสดุ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ที่ไม่ครอบคลุมถึงการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 3) ยังขาดกลไกในพื้นที่ของภาครัฐที่จะทำงานร่วมกับชุมชน เอกชน ในฐานะหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ ขาดการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นนำสินทรัพย์และทุนในชุมชนมาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และยังขาดเอกภาพในการร่วมทรัพยากรที่มีในประเทศในการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน

4.5.2.7 เงื่อนไขด้านโอกาส และเหตุสุวิสัย

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยมีปัจจัยส่งเสริมจากภายนอกหลายด้าน อาทิ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพ นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นสถานที่เล่นกีฬาแบบผจญภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก ภูเขา มีการเพิ่มกิจกรรมผจญภัยให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทิศทางการพัฒนามุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็น ทีม ทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศไทยด้านกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น และด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูด

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม และมีสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้

4.5.3 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

4.5.3.1 การพัฒนาเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของการจัดกิจกรรมกีฬา เอกลักษณ์และอัตลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาประสบความสำเร็จ กิจกรรมที่เหมือนกันจะไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในหลาย ๆ ที่ ดังนั้นจึงควรต้องมีการพัฒนากิจกรรมใหม่ที่มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามการสร้างความแตกต่างให้กับกิจกรรมเชิงกีฬา สามารถทำได้หลากหลายวิธี อาทิ สภาพแวดล้อมและบริบทที่แตกต่าง กลุ่มเป้าหมาย และจำนวนคนที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรม หรือใช้ตัวแปรอื่น ๆ มาช่วยสร้างความแตกต่างให้กับกิจกรรมได้

4.5.3.2 กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นภาคส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ชุมชนท้องถิ่น สามารถนำมาสนับสนุนและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ในกิจกรรมเชิงกีฬาหนึ่ง ๆ อาจจะมีจำนวนนักแข่งขันจำนวนมาก ขณะที่จำนวนผู้ชมน้อย ในบางกิจกรรม ผู้แข่งและผู้ที่ไม่ได้เป็นนักกีฬามารวมอยู่ด้วยกันในกิจกรรมเดียวกัน นั้นหมายความว่า กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถจับความสนใจของคนได้ในวงกว้างขึ้น ทั้งจากกลุ่มที่เป็นนักกีฬาผู้แข่งขัน ผู้ชม และนักกีฬาสมัครเล่น กิจกรรมเชิงกีฬาแต่ละกิจกรรมมีความโดดเด่นและเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน จึงควรมีการวิเคราะห์แต่ละชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬา ทั้งในส่วนของการส่งเสริมตลาด โอกาส สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ ข้อกำหนดและคุณสมบัติพิเศษที่จำเป็นต้องมี การรับรู้ของเจ้าบ้านในชุมชนและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มกิจกรรมกีฬานั้น

4.5.3.3 ควรดึงการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม คน และสถานที่ (Activity, People and Place) ที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ การเสนอแนะนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำเป็นที่จะต้องมีความรู้และความเข้าใจถึงความเกี่ยวพันเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬาในภาพรวม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวและการกีฬา จึงควรสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์การเกื้อหนุนประโยชน์ระหว่างกันของการท่องเที่ยวและการเล่นกีฬา และกิจกรรม โดยร่วมประสานวางแผนและแบ่งปันข้อมูลและทรัพยากรระหว่างกัน รวมถึงการระบุโอกาสและกลไกในการใช้กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเชิงกีฬากลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และชุมชน

4.5.3.4 จัดตั้งระบบสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับชุมชนอย่างจริงจัง หน่วยงาน ภาครัฐควรจัดตั้งบุคคลที่มีศักยภาพในการทำงานทั้งในด้านการให้การสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีศักยภาพในการประสานความร่วมมือกับท้องถิ่น ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีนโยบายของประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยภาพรวมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

4.5.3.5 สนับสนุนการจัดทำแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ช่องทางการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม Sport Tourism ของประเทศไทยทุกวันนี้ ยังขาดการ Trust Point และ ขาดการนำข้อมูลมาเชื่อมต่อกัน (Sync) กัน ควรมีการสร้างจัดทำฐานข้อมูลและ ทำแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Platform) ให้เป็นข้อมูลที่ทันสมัย (Real Time) จะทำให้เกิด Activity ร่วมกัน

4.5.3.6 เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่ การขยายฐานกลุ่มลูกค้าเดิมด้วยการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ เพิ่มอรรถรสและปรับปรุงประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยวิธีการต่าง ๆ บนฐานเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น จัดงานวิ่งคู่รักในเทศกาลวันวาเลนไทน์ วิ่งเข้าเส้นชัยในทะเลที่หาดชะอำ วิ่งบิกินี บีช (BIKINI Beach Run)

4.5.3.7 ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดและของภูมิภาค สนับสนุนการเป็นเจ้าของภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและ อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทเดียวกันในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน เช่น กรุงเทพฯ มีการวิ่งลอยฟ้า วิ่งบนสะพานแขวนลอยฟ้า จังหวัดกาญจนบุรีจัดวิ่งบนสะพานข้ามแม่น้ำแควเลาเสริมทางรถไฟสายประวัติศาสตร์ สมัยสงครามโลก เป็นต้น

4.5.3.8 สนับสนุนชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในด้านงบประมาณ และองค์ความรู้ควรดำเนินการในลักษณะของหนึ่งชุมชน หนึ่งกีฬา

4.5.3.9 คัดสรรกีฬาที่เป็นจุดแข็งของประเทศ และจัดการแข่งขันกีฬานานาชาติประจำปีขึ้น เช่น การแข่งขันมวยไทยอาชีพประจำปี จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนนานาชาติ โดยใช้เส้นทางเชื่อมต่อระหว่างจังหวัดหรือลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นฉากสร้างสรรค์ประสบการณ์ จัดการแข่งขันวิ่งอัลตร้ามาราธอนเชื่อมระหว่างจังหวัด ระหว่างประเทศ (ไทย-พม่า)

4.5.3.10 คัดสรรเมืองหรือชุมชน ที่มีคุณลักษณะโดดเด่นทางด้านกีฬา หรือมีกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีชื่อเสียงพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองกีฬา (Sport Cities) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการใช้กิจกรรมทางกาย กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศของการเป็น Active Cities และเป็นมิตรต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Community Event Friendly) เพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกิจกรรมทางกีฬาในเมืองกีฬา

4.5.3.11 เชื่อมโยงกิจกรรมเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ โดยส่งเสริมให้มีกิจกรรม เชิงกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมจักรยานไว้ในโรงแรมที่พัก เพื่อให้ บริการนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานไปชมบรรยากาศของเมืองของชุมชน การปั่นจักรยานไปชมตลาดน้ำ ปั่นจักรยานชมบรรยากาศของสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ปั่นจักรยานชมบรรยากาศยามเช้าของเขื่อนแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น

4.5.3.12 สร้างความหลากหลายและคุณภาพของแพ็คเกจ (Package) กีฬาต่าง ๆ เช่น ปั่นจักรยาน กอล์ฟ มวยไทย การวิ่ง กีฬาผจญภัย ให้มีความครบวงจรและหลากหลายขึ้น ซึ่งอาจ

หมายถึง การร่วมมือกับสถานศึกษา โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ในลักษณะของการขายแพ็คเกจ Package เช่น จัดทำค่ายปั่นจักรยาน เพื่อสอนเทคนิคการปั่นจักรยานในสภาพต่าง ๆ ในโรงแรมรีสอร์ท พร้อมกับจัดสนามให้ประลองฝีมือ และพาปั่นชมสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น รวมถึงการเข้าค่ายเพื่อเตรียมการแข่งขัน ในรายการสำคัญ ๆ ของประเทศ ค่ายมวย การฝึกนักวิ่งมือใหม่ และอื่น ๆ

4.5.3.13 เสนอชื่อจังหวัดในภูมิภาคให้เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมกีฬานานาชาติ เช่น อาเซียนเกมส์ ซีเกมส์ และกิจกรรมกีฬาเฉพาะทาง อาทิ จักรยานเสือภูเขาตาวนฮิล การแข่งขันมอเตอร์สปอร์ต การจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาด แข่งเรือนานาชาติ เป็นต้น

4.5.3.14 พัฒนาแบรนด์ (Brand) ของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมความรู้ถึงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของท้องถิ่น จัดปฏิทินกิจกรรมเชิงกีฬาตลอดปี เพื่อให้ นักท่องเที่ยววางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าได้

4.5.3.15 คัดเลือกกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีผลกระทบสูง (High Impact) มาเป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ สร้างเสริมคุณค่าให้กับกีฬาที่มีความเป็นไปได้ในการเติบโตสูง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพื่อจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำร่อง ได้แก่ วิ่ง จักรยาน มวย ปั่นจักรยาน อื่น ๆ

4.5.3.16 กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ผ่านการวางแผนวางนโยบายและกลยุทธ์การดำเนินงานที่มีเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายควรสามารถวัดได้ใน 3 ประเด็น ได้แก่ ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ ผลกระทบทางสังคม และผลกระทบทางสภาพแวดล้อม ชุมชนควรวัดผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง 3 ด้าน ทั้งทางบวกและทางลบ

4.5.3.17 ควรมีการพัฒนาสื่อและ Content เฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

4.5.3.18 จัดทำปฏิทินการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของประเทศไทยตลอดทั้งปี พร้อมให้ข้อมูลจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ ตลอดจน Preview กิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวได้วางแผนการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาของประเทศไทยได้ล่วงหน้า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เป็นการดำเนินงานตามแผนชุดโครงการ กำหนดวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน (1) เพื่อจัดทำกลยุทธ์และ แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย (2) เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิในกลุ่ม ภูมิภาคอาเซียน (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งใน ประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบาย การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ (5) เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย การดำเนินการของแผนงานมาจากการมีส่วนร่วมของโครงการ ย่อยทั้ง 4 โครงการ ที่ประกอบเป็นแผนการวิจัย มีวิธีการดำเนินการวิจัยที่มีส่วนของการดำเนินงานร่วมกัน ในขั้นตอนของการประชุมกลุ่มย่อยจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำข้อศักยภาพ โอกาส และแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และการดำเนินงานเฉพาะของแต่ละโครงการ เพื่อให้ได้ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มาจัดทำสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และจัดทำข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การศึกษามีบทสรุปสำหรับสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังนี้

5.1.1 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพ ส่งผลต่อความต้องการธุรกิจและการบริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการเพิ่ม คุณภาพ ชีวิต ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดูแลสุขภาพ จึงเป็นการท่องเที่ยว ที่กำลังได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเฉพาะทาง (Niche Market) และมีแนวโน้มและมีทิศทางการขยายตัวเพิ่มขึ้นไปในทุกกลุ่มอายุ รวมถึง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับผู้สูงอายุ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาเติมเต็ม ผสมผสานกับ กิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

5.1.2 นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมมากขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการพัฒนาสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นสถานที่เล่นกีฬาแบบผจญภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก ภูเขา มีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทิศทางการพัฒนาตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่ม หรือเป็นทีม มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคนในสังคม ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมมีกิจกรรมกีฬาเพิ่มมากขึ้น

และมีความหลากหลาย ทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศไทย ด้านกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น และ ด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม และมี สภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ พืชพันธุ์ พืชนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัด

5.1.3 การเล่นกีฬาเป็นแพชชั่นการเพิ่มขึ้นของความสนใจทางด้านกีฬา ความสนใจในการเล่น กีฬากลายเป็นแพชชั่น ที่ปกคลุมไปทั่วโลก ทำให้หลายคนต้องแสดงออกถึง สิ่ง ที่เป็นกีฬา ทั้งการ เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและการออกแบบเสื้อผ้าการแต่งกายโดยมีคำศัพท์เฉพาะ ในวงการแพชชั่นว่า “Athleisure” มาจากคำว่า Athlete ที่หมายถึง นักกีฬา บวกกับคำว่า Leisure ที่หมายถึง สบาย ๆ ไม่รีบร้อน ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วก็เกิดเป็นแพชชั่นที่น่าชุดกีฬาหรือชุดออกกำลังกายมาใส่ในชีวิตประจำวัน การทำงาน และ การเดินทาง

5.1.4 นักกีฬามีแนวโน้มสนใจกีฬาที่หลากหลายมากขึ้นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการเพิ่มความ หลากหลายของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา (Generalization of Multi sport participations) ใน ทุกมิติทั้งในฐานะผู้เล่นกีฬาเอง ประกอบกิจกรรมกีฬาแบบใหม่ๆ และกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย (Multi sports participation) นักกีฬาจำนวนมากมองกิจกรรมกีฬาแบบใหม่ๆ ที่ตนเองไม่คุ้นเคย ด้วยความท้าทายและต้องการจะทดลอง นอกจากความหลากหลายทางด้านกีฬาแล้วแนวโน้มของ กีฬาในปัจจุบันได้ขยายขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายผู้เล่นในหลายมิติ เช่น เดิมกีฬาหลาย ๆ ชนิดจำกัด ผู้เล่นอยู่แค่ กลุ่มผู้เล่นเพศใด เพศหนึ่งเท่านั้น ปัจจุบันแนวโน้มที่เป็นข้อจำกัดเหล่านั้นเริ่มลดลง ตัวอย่างแนวโน้มเล่นกีฬาฟิตเนส ที่แต่เดิมนิยมในหมู่นักกีฬาชายเท่านั้น นอกจากนี้เส้นแบ่งระหว่าง กีฬาสำหรับผู้ชายและ หญิงที่เริ่มไม่ชัดเจน เหมือนแต่ก่อน แนวโน้มอีกประการได้แก่การเล่นกีฬาเป็น ครอบครัวยุคใหม่นี้เป็นโอกาสสำคัญของประเทศไทย ในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทาง ท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5.1.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่ม ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มวยสุพรรณภูมิ การจัดงานวิ่ง และการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว

5.1.4.1 มวยสุพรรณภูมิ ในการพิจารณาให้ความหมายของคำว่า มวยสุพรรณภูมิใน การศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของชนชาวแผ่นดินสุวรรณภูมิอันได้แก่ ไทย ประเทศ พม่า ลาว และ กัมพูชา เป็นเป็นศิลปะการต่อสู้ดั้งเดิมของชาวสุวรรณภูมิที่มีอิทธิพลมาจากอินเดีย มีลักษณะเป็นการต่อสู้ด้วยมือเปล่าโดยใช้การเคลื่อนไหวในการต่อสู้ด้วย หมัด เท้า เข่า ศอกและหัวโขก ต่อมาก็พัฒนาเป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติของแต่ละประเทศ อาทิ ประเทศไทย มีการพัฒนาเป็นมวยไทย ประเทศเมียนมาร์เป็นมวยราไว่ ประเทศลาว มีมวยลายลาว และ กัมพูชา มีมวยประดัลเสรี เป็นต้น รายละเอียดของศิลปะการต่อสู้มวยในแผ่นดินสุวรรณภูมิที่สำคัญมีดังนี้

1) มวยไทย ศิลปะการต่อสู้ของไทยในดินแดนสุวรรณภูมิ

มวยไทยเกิดจากการหล่อหลอมองค์ความรู้ในการฝึกฝนและปฏิบัติจน เกิดความเคยชิน ตามพื้นภูมิของสังคมไทยที่สืบทอดต่อกันมา เป็นเอกลักษณ์บ่งชี้ ลักษณะเฉพาะของ ชาติไทยที่มีการ ปรับเปลี่ยนจากการต่อสู้มาเป็นการแข่งขันและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อ

กันมาจนถึงปัจจุบัน มีหลากหลายอาทิ (1) มวยไทยสายไชยา (2) มวยไทยสายโคราช (3) มวยไทยสายลพบุรี (4) มวยไทยสายท่าเสาและพระยาพิชัย เป็นต้น

2) มวยสุพรรณภูมิในประเทศสหภาพเมียนมา

ประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาประกอบไปด้วยกลุ่มบุคคลหลายเชื้อชาติ จึงทำให้มีศิลปะการต่อสู้หลากหลายของแต่ละเชื้อชาติ เช่น มวยราไว (เชื้อชาติมอญ) มวยบันโด (เชื้อชาติไทยใหญ่) มวยปล้ำนาบัน (เชื้อชาติอินเดีย) พองยี (เชื้อชาติฮินดู) สำหรับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา เดิมไม่มีศิลปะการต่อสู้เป็นของตนเอง เมื่อชาวสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมารบชนะชาวมอญได้ ก็ได้นำเอามวยราไวของมอญไปผสมกับพองยีจนเกิดเป็น มวยราไว ลักษณะของศิลปะการต่อสู้ที่สำคัญของเมียนมา

3) มวยสุพรรณภูมิในสาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว

การใช้ศิลปะการป้องกันตัวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี 2 ประเภท ได้แก่ มวยลายลาว และ มวยตีสาย โดย มวยลายลาว หรือบางครั้ง เรียกว่า “มวยเสือลากหาง” เป็นศิลปะการต่อสู้แบบโบราณ มีท่วงท่าลีลาการชกมวยแบบลาวที่ดูเข้มแข็งน่าเกรงขาม แต่ก็ผสมผสานไปด้วยลีลาความสวยงามผ่านท่าทางของร่างกาย เป็นมวยการแสดงมากกว่ากีฬา เพราะมีการแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบุญบั้งไฟ และ มวยตีสาย เป็นศิลปะการต่อสู้ด้วยมือเปล่า ลักษณะการต่อสู้ จะใช้ฝ่ามือหรือแบมือตบ เช่น ตบคอก ตบแข้ง ตบเท้า โดยทำสลับกันवादลวดลายอยู่ในวงเน้นฝ่ามือ มากกว่าเท้า ในช่วงที่ ลาวเปลี่ยนแปลงการปกครอง มวยลายลาวถูกห้ามหรือจำกัดครูมวย นักมวย ถูกบังคับให้เลิก ทำให้ศิลปะการต่อสู้ของลาวหยุดชะงักการพัฒนา มวยลายลาว จึงแทบจะเหลือเพียงตำนานเล่าขานเท่านั้น มวยลาวในปัจจุบันก็คือมวยลาวที่คล้ายคลึงกับมวยไทย มีการชกแบบสวมหมวก มีค่ายมวย เวทีมวย มีนักมวยลาวอยู่เมืองไทย เพิ่มมากขึ้น มีโปรโมเตอร์มวย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนไทยไปจัดมวยที่ฝั่งลาว เป็นประจำกลายเป็นธุรกิจส่วนมวยลายลาวก็จะเหลือเพียงการแสดงโชว์ตามงานวัดหรืองานประเพณี

4) มวยสุพรรณภูมิใน กัมพูชา มีศิลปะการต่อสู้ มวยประดัลเสรีซึ่งเป็นการชกมวยแบบพื้นบ้าน ชาวกัมพูชาเชื่อว่าประดัลเสรีเกิดขึ้นก่อนการต่อสู้แบบอื่นในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยมีหลักฐานจากรูปสลักหินในปราสาทนครวัดแต่ยังไม่มีหลักฐานอื่นเพิ่มเติม ในช่วงที่ประเทศกัมพูชา เป็นอาณานิคมของประเทศฝรั่งเศส ประดัลเสรีกลายเป็นกีฬาโดยเพิ่มการสวมหมวกและการแข่งขัน เป็นยก ประดัลเสรีของกัมพูชามีการหยุดชะงักการพัฒนาในช่วงระหว่างสงครามกลางเมืองกัมพูชา ต่อมาภายหลังจากเขมรแดงถูกโค่นล้มลงได้ ประดัลเสรี จึงได้รับการฟื้นฟูขึ้นอีกครั้ง และได้รับความนิยมไปทั่วประเทศ มีการเปิดค่ายฝึกเป็นจำนวนมาก และมีผู้มาฝึกทั้งชาวกัมพูชาและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก มีการจัดการแข่งขันทุกสัปดาห์ โดยแข่งครั้งละ 5 ยก ยกละ 3 นาที พักยกละ 1-2 นาที ก่อนชกจะมีการไหว้ครู มีการบรรเลงดนตรีระหว่างการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยกลองชนิด Skor Yaul ปี่และฉิ่งกติกการแข่งขันที่สำคัญได้แก่ ไม่อนุญาตให้เข้าเติมคนล้ม ห้ามกัด หากอีกคนสู้ไม่ได้ กรรมการจะยุติการแข่งขัน ผู้ชนะอาจจะชนะโดยชนะน็อก เมื่อทำให้คู่ต่อสู้ล้มแล้วไม่สามารถสู้ต่อได้ ภายใน 10 วินาที โดยกรรมการเป็นผู้นับ ถ้าสู้กับครบยกจะตัดสินด้วยคะแนน ถ้าคะแนนเท่ากันถือว่าเสมอมวยกัมพูชา กำลังเป็นธุรกิจที่เติบโต มีค่ายมวยและเวทีมวย

เกิดขึ้นมากทั้งในกรุงเทพมหานครและเมืองอื่น ๆ สำหรับเวทีมวยก็มีทั้งเวทีมาตรฐานเหมือนประเทศไทย ประเทศกัมพูชาพยายามสนับสนุนประดัลเสรีเพื่อแข่งกับมวยไทยในเชิงการตลาด

5.4.4.2 การวิ่ง

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบการวิ่ง ปัจจุบันได้รับความนิยมและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยพิจารณา จากโปรแกรมการแข่งขันทั้งสนามเล็กและสนามใหญ่ทั่วประเทศไทย มีการจัดงานวิ่งไม่น้อยกว่า 700 สนามแข่งขัน ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงการจัดงานวิ่งที่รวมอยู่ในกิจกรรมกีฬามวลชนระดับประเทศ ระดับชุมชน โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้คนนิยมเข้าร่วมการวิ่งมีด้วยกัน 4 ประการคือ (1) การวิ่งมีปัจจัยค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ การเข้าถึงพื้นที่การวิ่งทำได้ง่าย ความยืดหยุ่นในเรื่องของวันและเวลาที่กำหนดได้ด้วยตนเอง (2) การวิ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจได้อย่างไม่รู้จบ ช่วยสร้างบรรยากาศและความคิดสร้างสรรค์ มีเรื่องราวไปคุยกับคนอื่นได้อย่างไม่รู้จบ (3) มีการอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยช่วยให้การเข้าถึงงานวิ่งได้ง่ายขึ้น รวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่สนามแข่งขันเตรียมไว้รองรับนักวิ่ง และ (4) เงื่อนไขเริ่มต้นของการวิ่งไม่ใช่อุปสรรคสำคัญ

การจัดงานวิ่งในปัจจุบัน มีการเติบโตอย่างมากทั้งจำนวนและประเภทของกิจกรรมที่นำเสนอ การแข่งขันวิ่งเพื่อวัดความอดทนได้เปลี่ยนไปสู่กิจกรรมที่นำเสนอความแปลกใหม่ โดยไม่มุ่งที่การแข่งขันที่เน้นระยะทางและเวลา แต่เป็นการจัดสภาพแวดล้อมที่เน้นเพิ่มความสนุกสนาน การออกกำลังกายที่เหมาะสม ความเป็นครอบครัว เป็นเพื่อน และความสำเร็จในตนเอง ได้แก่ การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ การมุ่งความสำเร็จของเป้าหมายส่วนบุคคล การติดต่อประสานงานโดยหลักจิตวิทยา การเผชิญความเครียดในชีวิต การสร้างความเชื่อถือตนเอง เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้จะมีส่วนช่วยดึงดูดผู้เข้าร่วมงานวิ่ง ด้วยกิจกรรมที่หลากหลายและสร้างความท้าทายทั้งระดับทักษะและกลุ่มการเปลี่ยนแปลงประการหนึ่งของการวิ่ง คือ จากเป้าหมายส่วนบุคคลเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย เปลี่ยนไปเป็นการวิ่งที่สนองความต้องการแรงบันดาลใจ และช่วยให้มีประสบการณ์มากขึ้นมากกว่าเพียงการแข่งขันวิ่ง การวิ่งแบบไลฟ์สไตล์โดยการผสมผสานดนตรี แฟชั่น ความเป็นมิตรต่อเทคโนโลยี และสื่อสังคมออนไลน์ ที่สร้างกระแสคนรุ่นใหม่ให้หันมาออกกำลังกายด้วยการวิ่ง การวิ่งกับกลุ่มเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน มุ่งความสำเร็จเป็นทีมมากกว่าส่วนตัว รูปแบบกิจกรรมสำหรับการเชื่อมต่อสังคมทั้งในโลกความจริงและโลกออนไลน์ แพนซีในชุดแข่งขัน และอื่น ๆ อีกหลายหลากที่ใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ อาทิ กลุ่ม Runcations (Run + vacation) หมายถึง กลุ่มนักวิ่งที่ชอบการแสวงหาสถานที่วิ่งใหม่ ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การวิ่งที่แตกต่างในช่วงวันหยุดหรือวันพักผ่อน รวมถึงผู้ติดตามนักวิ่งต้องเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของการจัดงานวิ่ง การจัดการแข่งขันวิ่งในประเทศไทยแม้ว่ายังมีได้มีขนาดและผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากถึงขนาดการแข่งขันใหญ่ๆ ระดับโลก แต่นับว่าเป็นกีฬาที่มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมทั้งจากนักกีฬาในประเทศและต่างประเทศ การแข่งขันในประเทศไทยมีการรับรองมาตรฐานเส้นทางวิ่งโดย AIMS สำหรับการแข่งขันมาราธอน 4 รายการได้แก่ สสส.จอมบึงมาราธอน ขอนแก่นมาราธอน นานาชาติ ลากูน่าภูเก็ตมาราธอน และ กรุงเทพมาราธอน

5.4.4.2 การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน

เป็นรูปแบบที่กำลังได้รับความนิยมแพร่กระจายไปทั่วโลก มีอัตราการเติบโตสูงทั้งการปั่นในระยะสั้น การปั่นระยะไกล แบบหรรษา แบบราคาประหยัด ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีสัญญาณบ่งชี้ที่สำคัญ ได้แก่ (1) การจัดกิจกรรมจักรยานมีจำนวนและปริมาณเพิ่มขึ้น (2) รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเดินทางด้วยจักรยาน มีการสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำเส้นทางจักรยานและสร้างโครงข่ายเชื่อมโยงเส้นทางไปยังพื้นที่ต่างๆ (3) มีการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาด้วยจักรยานขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดทั้งปี หลายกิจกรรม (4) ในสื่อออนไลน์ เว็บไซต์เกี่ยวกับจักรยาน ได้รับความนิยมมากขึ้นรวมถึง web page สำหรับนักปั่นพัฒนาเป็นสังคมชุมชนนักปั่นออนไลน์เพิ่มขึ้น มีการส่งเนื้อหาเกี่ยวกับการปั่นจากนักจักรยานเข้ามาแจ้งข้อมูลปัจจุบัน และสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง มีผลการสำรวจความคิดเห็นของบริษัทนำเที่ยว เกี่ยวกับความต้องการการท่องเที่ยวด้วยจักรยานพบว่า มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การเพิ่มขึ้นของความต้องการปั่นจักรยานดังกล่าว ส่งผลต่อการปรับตัวของบริษัทนำเที่ยว มีการเพิ่มบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เพื่อให้บริการกับลูกค้า มีการตรวจสอบสถานที่ใหม่ ๆ จัดเป็นเส้นทางบริการลูกค้าแบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ โรงแรมที่พัก สายการบิน รถไฟสาธารณะ มีบริการพิเศษสำหรับนักปั่น เหล่านี้ล้วนเป็นสัญญาณสู่การเป็นปีแห่งการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน หากพิจารณาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า ในปัจจุบันให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อม ห่วงใยสนใจสุขภาพ มีการตื่นตัวในเรื่องของการออกกำลังกาย มีแนวโน้มที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬามากขึ้น การเติบโตของการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดังกล่าวนับเป็นโอกาสของชุมชน โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นที่การท่องเที่ยวทั่วไปยังเข้าไม่ถึง มีโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการนำจุดเด่นเชิงพื้นที่ ลักษณะที่ตั้ง และสภาพแวดล้อม ผสมผสานเชื่อมโยงพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มุ่งเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ในพื้นที่ ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้งและความเป็นพื้นที่ชนบท มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยจักรยานบนฐานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยจักรยานมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นร้อยเรียงออกมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เช่น เรียนรู้วิถีการทำนา ทำสวน ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ทานอาหารท้องถิ่นและชมวิถีตลาดนัดชุมชน เป็นต้น

5.2 ผลการศึกษาของชุดโครงการ

แผนการวิจัย ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย การดำเนินตามแผนชุดโครงการประกอบด้วย โครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ผลการศึกษาของแต่ละโครงการดังนี้

5.2.1 ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 1 กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (สัจจา ไกรศรรัตน์, 2560) ผลการศึกษานำเสนอออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1 ผลของการจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

และข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังนี้

5.2.1.1 ผลการจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1) วิสัยทัศน์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา “ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event destination) ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน

2) พันธกิจ

(1) พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับประเทศ และชุมชนท้องถิ่น

(2) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การจัดการกิจกรรมกีฬา ของประเทศไทย ทั้งด้านบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบสารสนเทศ และ ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน

(3) ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

3) กลยุทธ์การดำเนินงาน ประกอบไปด้วย 5 กลยุทธ์ได้แก่

(1) ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

(2) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล

(3) พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

(4) ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬานบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

(5) ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4) เป้าประสงค์

(1) จำนวนรายได้และนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มมากขึ้น

(2) จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งในแบบ passive and Active sport tourism เพิ่มขึ้น

(3) เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5.2.1.2 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ประเทศไทย ควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่ตื่นเต้นความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวมวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก นอกจากนี้การกำหนดตำแหน่งดังกล่าวยังเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่มีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย

5.2.2 ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 2 แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมาย หลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค ผลการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายมวยสุพรรณภูมิ เกี่ยวกับ ศักยภาพ แนวทาง และ แผนการพัฒนา ปรากฏดังนี้

5.2.2.1 ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ

1) ศักยภาพและโอกาสนามมวยของประเทศไทย

สนามมวยไทยมีศักยภาพและโอกาสเพราะสินค้ามวยไทยมีเสน่ห์ใช้อารมณ์ได้ดูดดื่มสวยงาม ทั้งหมด เท้า เข่าและศอกซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีอัตราค่าเข้าชมที่ต่ำของคนไทยที่มีจิตใจโอบอ้อมอารีเป็นกัลยาณมิตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งอยู่ในศูนย์กลางทางด้านภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบทั้งการคมนาคมขนส่ง และด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่ยังขาดบุคลากรที่มีคุณภาพทั้ง

ด้านบริหารงานโดยเฉพาะการใช้ความรู้ด้านมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวระหว่างชมมวย มีโรงแรมที่พักไว้บริการอย่างครบครัน นอกจากนี้สนามมวยยังมีความพร้อมและมีประสิทธิภาพการให้บริการ และมีกิจกรรมเสริมการชมมวยที่หลากหลาย มีyimออกกำลังกายเพิ่มขึ้นตามกระแสนิยมของประชาชน โดยเฉพาะปีนี้รัฐบาลเพิ่มการท่องเที่ยววิถีไทย อาจเป็นโอกาสของสนามมวยในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต้องบูรณาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม

2) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศกัมพูชา

ประเทศกัมพูชามีมวยประดัลเสรีหรือมวยคุนเซแมร์ที่มีความเชื่อมโยงกับศิลาจารึกบนหินที่นครวัด และนครธม และมีปราสาทต่างๆที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก แต่สนามมวยยังไม่มีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษ ยังไม่มีสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยออกจำหน่ายส่วนใหญ่นำเข้ามาจากประเทศไทย ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกๆปีการแข่งขันทางธุรกิจมวยยังไม่สูงมากนักเพราะยังผูกขาดกับสมาคมมวยคุนเซแมร์ การเพิ่มอุปสงค์ในด้านนี้จำเป็นต้องเชื่อมโยงมวยคุนเซแมร์หรือมวยประดัลเสรีเข้ากับศิลปวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของประเทศกัมพูชา และสร้างเสน่ห์ให้นักท่องเที่ยวมาชมมวย

3) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในประเทศลาว

ปัจจุบันไม่มีสนามมวยมาตรฐานรัฐบาลสนับสนุนแต่ไม่ห้ามงบประมาณทำให้ดำเนินการต่อไม่ได้ และได้เลิกกิจการไปเป็นระยะเวลา 2 ปีแล้ว

4) ผลการวิเคราะห์สนามมวยในสหภาพพม่า ประเทศพม่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีทะเลป่าไม้ที่สมบูรณ์และมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ที่พุกาม เมืองมณฑลเจดีย์ชเวดากอง ทะเลสาบกันดอจี และพระมหามัณเฑียร ยังมีสนามมวยที่ได้มาตรฐาน เดินทางเข้าชมได้อย่างสะดวกทำให้นักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทางธุรกิจโอกาสในการใช้มวยออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจโดยการชมมวยมากยิ่งขึ้น และธุรกิจต่าง ๆ ขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว การบริหารจัดการสนามมวยยังขาดมาตรฐานหลายอย่าง จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาขนาดของอุปสงค์ยังไม่มากนักมีการจัดการแข่งขันที่ยุ่งยากและมณฑลเจดีย์เป็นประจำ อย่างไรก็ตามได้มีการเพิ่มอุปสรรคในกลุ่มชาวญี่ปุ่นและรัสเซีย ซึ่งมีความนิยมมวยแลตเวย์มา

5.2.2.2 ผลการศึกษาแนวทางและวิธีการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ ควรดำเนินการ

- 1) แยกกีฬาที่วัฒนธรรมออกจากกัน
- 2) เชิญแต่ละประเทศมาพูดคุยปรึกษาหารือกันแบบมีส่วนร่วมไม่เอาเปรียบกัน
- 3) สร้างองค์กรเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ
- 4) จัดทำกติการ่วมกันในการปฏิบัติ
- 5) วางแผนการทำงานร่วมกัน
- 6) จัดหางบประมาณสนับสนุน
- 7) จัดกิจกรรมต่างๆเพื่อพัฒนาเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย

(1) จัดกิจกรรมการแข่งขัน (Event)

- (2) สร้างแบรนด์
- (3) จัดทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้มวยสุวรรณภูมิ
- (4) จัดกิจกรรมเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น
- (5) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์มวยสุวรรณภูมิ
- (6) ร่วมผลักดันกีฬามวยสุโสมปิก

5.2.2.3 การจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิประกอบไปด้วย 7 แผนงานหลักได้แก่

1) แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ มีการจัดทำสัมมนาความเห็นร่วมในแต่ละประเทศ จัดทำตำรามวยสุวรรณภูมิจัดสัมมนากำหนดเป้าหมายร่วมกันและสร้างการยอมรับในระดับสาธารณะจัดนิทรรศการจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ และจัดกิจกรรมแข่งขัน (Event)

2) แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ จัดหาเจ้าภาพในแต่ละครั้งของการประชุม จัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิโดยแต่ละประเทศมีเกียรติและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน การจัดทำกฎ กติกา ร่วมกัน ใช้ในการแข่งขันและการบริหาร

3) แผนบริหารจัดการ ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ การบริหารแผนงานและกิจกรรม การจัดโครงสร้างองค์กร การพัฒนาบุคลากร การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินการประสานกิจกรรมเครือข่าย แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน การสนับสนุนงบประมาณการ

4) สนับสนุนบุคลากรการสนับสนุนเทคโนโลยีการสนับสนุนการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ

5) แผนการแบ่งปันทรัพยากรอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ประกอบด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่การใช้บุคลากร การใช้งบประมาณ ความรู้และวิธีการปฏิบัติงาน เทคโนโลยี ทักษะและความสามารถ

6) แผนการตลาด การประกอบธุรกิจมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยได้แก่ การส่งเสริมการตลาดมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และ

7) แผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยการบริหารจัดการมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และการส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว

5.2.3 ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า สำหรับผลการศึกษาศักยภาพเชิงพื้นที่ในการจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันตามแบบจำลองเพชรของ พอร์เตอร์ (Porter, 1990) พบว่า การจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในตัวแปรกำหนดโดยตรง 4 ปัจจัย ได้แก่

5.2.3.1 ปัจจัยการดำเนินงาน

5.2.3.2 อุปสงค์ความต้องการของตลาด

5.2.3.3 กลยุทธ์ โครงสร้างและ

5.2.3.4 การแข่งขัน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และไม่ใช้ตัวแปรกำหนดโดยตรง 2 ปัจจัย ได้แก่

1) บทบาทภาครัฐ และ

2) โอกาส ซึ่งในแต่ละตัวแปรกำหนดมีปัจจัยต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมมีอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ บทบาทภาครัฐ, กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน ปัจจัยการดำเนินงาน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน โอกาส และอุปสงค์ความต้องการของตลาด

ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า บทบาทภาครัฐ เป็นตัวแปรลำดับแรกที่มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและประเทศไทยเองก็มีนโยบายที่เด่นชัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศ ดังจะเห็นได้จากนโยบายของรัฐบาลที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก ได้แก่ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภาครัฐ และการช่วยเหลือประชาสัมพันธ์งานวิ่งทั้งในและต่างประเทศ แต่ขณะเดียวกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ การเลือกให้การสนับสนุนงบประมาณในบางสนาม ดังนั้นการส่งเสริมเพื่อให้การจัดงานวิ่งเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย จึงมีความเป็นไปได้สูง ตัวแปรกำหนดที่สำคัญรองลงมาคือกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน ถือว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก ได้แก่ ความเป็นมาตรฐานการจัดการแข่งขันที่เทียบเท่าสากล มีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานชัดเจนเพื่อเป็นมาราธอนนานาชาติชั้นนำในเอเชีย และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับ World Class มีการสร้างจุดเด่นเน้นจุดขายงานวิ่งด้วยการส่งเสริมการตลาดด้วยข้อมูลรวดเร็ว แต่ขณะเดียวกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ กลยุทธ์ทางด้านราคาที่ต้องไม่แตกต่างจากสนามอื่น ๆ มากนัก ซึ่งจะเห็นได้จาก การพัฒนางานวิ่งอย่างต่อเนื่องเพื่อการยกระดับการจัดงานวิ่งในประเทศไทยให้เข้าสู่มาตรฐานระดับภูมิภาคอาเซียน และระดับโลก โดยมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดงานวิ่ง การสร้างสรรคงานวิ่งให้ส่งผลกระทบในพื้นที่ในเชิงบวกมากที่สุด โดยกลุ่มผู้จัดงานหลักได้ตั้งจุดหมายปลายทางไว้อย่างชัดเจน อาทิเช่น งานวิ่งฮาล์ฟมาราธอน บางแสน 21 ที่จัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ภายใต้แนวคิด “ก้าวสู่งานฮาล์ฟมาราธอนที่ดีที่สุดในเอเชีย” ได้รับการรับรองมาตรฐานงานวิ่งระดับโลก IAAF Bronze Label Road Race รายแรกในประเทศไทยและอาเซียน การรับรองจากสมาคมมาราธอนและการแข่งขันระยะไกลนานาชาติ (AIMS) การรับรองการจัดการแข่งขันจากสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) และสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (AAT) การปิดการจราจร 100% ตลอดการแข่งขัน ระบบการแพทย์ฉุกเฉินที่ได้มาตรฐาน มีจุดบริการน้ำ เครื่องดื่มเกลือแร่ ขนม ผลไม้ ทุก ๆ 2 กิโลเมตร และมีระบบการตัดตัวนักวิ่ง (Cut-off) นอกจากนี้ยังมีการทำประกันอุบัติเหตุให้กับนักวิ่งทุกคน รวมถึงมีการสุ่มตรวจการใช้สารกระตุ้น (Anti-Doping) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นไปตามมาตรฐานการจัดงานวิ่งของ IAAF Label Road Race หรืองานวิ่งเมืองไทยเชียงใหม่มาราธอน ที่ได้รับการรับรองการจัดการแข่งขันจากสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) เป็นต้น ถัดมาคือปัจจัยการดำเนินงาน เป็นตัวแปรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวกเช่นกัน ได้แก่ เรามีผู้จัดการมืออาชีพ มีประสบการณ์ มีชื่อเสียงยาวนาน จัดงานได้อย่างมาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 10 กลุ่ม มีภูมิประเทศ

ภูมิอากาศแหล่งท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ มีโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคพร้อม ครบถ้วนมีแหล่งงบประมาณสนับสนุนในการจัดงานวิ่ง แต่ขณะเดียวกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ แหล่งเพื่อการเรียนรู้ในพื้นที่มีน้อยและมักเป็นพื้นที่ปิด อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ถือว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก ได้แก่ ได้รับการสนับสนุน จากกลุ่มธุรกิจจัดมืออาชีพ หน่วยงานภาครัฐ และความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องแต่ขณะเดียวกัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ การเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชน และ/หรือ วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวที่ต้องเพิ่มเติม รวมถึงสร้างสรรค์การมีส่วนร่วมของประชาชนและอาสาสมัครในพื้นที่ โอกาส มีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก ได้แก่ กระแสสังคมรักสุขภาพด้วยกิจกรรมหลากหลายทั้งในและต่างประเทศ โดยบุคคลที่มีชื่อเสียง ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้การจัดงานวิ่ง จากรายงานของ Citylab. (2014). เกี่ยวกับ 'Marathon Tourism' in Asia Speeds Up กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา กำลังเป็นที่โด่งดังในทวีปเอเชีย ด้วยเสน่ห์ที่หลากหลายที่มีต่อชาวตะวันตก เช่น รุ่งอรุณในเมืองหลวงพระบางซึ่งเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยพระวิหารริมฝั่งแม่น้ำโขงในประเทศลาว ร้อยพระสงฆ์สี่สัปดาห์โกนหัวเดินในสายยาวในขณะที่ชาวเมืองและนักท่องเที่ยวตักข้าวเหนียวจากกระเช้าและชามของพวกเขาให้กับพระสงฆ์ ขณะที่ท้องฟ้าสว่างขึ้น นักวิ่งค่อย ๆ เดินลงกลางถนน ทันใดนั้นนักวิ่งคนหนึ่งยื่นแขนของเขาเพื่อหยุดกลุ่มนักวิ่ง เพื่อให้พระสงฆ์สามารถข้ามไปอย่างเงียบ ๆ หน้าที่พวกเขาเพื่อไปยังวัด ซึ่งเป็นเพียงตัวอย่างที่ประเทศต่าง ๆ เช่น จีน ลาว และพม่า กำลังหาวิธีที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อหาเงินโดยใช้การกุศล และผลักดันประเทศตนเองให้โดดเด่นขึ้นด้วยวิธีการต่าง ๆ สิ่งที่เราเรียกว่า "การท่องเที่ยวมาราธอน" หรือ "กีฬากับการเดินทาง" ได้ประสบความสำเร็จในเอเชียอย่างมาก และแม้แต่เกาหลีเหนือ ซึ่งเพิ่งเดินทางมาถึงนักท่องเที่ยว ก็กำลังหาแนวทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อหาเงินการกุศล และวางตัวลงบนแผนที่ด้วยวิธีที่โดดเด่น แต่ขณะเดียวกันประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ การประสานสัมพันธ์เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และอุปสงค์ความต้องการของตลาด มีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เพิ่มมากขึ้น มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยกระตุ้น และพัฒนารูปแบบการจัดงานวิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม แต่ขณะเดียวกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงลบที่ต้องพัฒนา ได้แก่ ความต้องการมาตรฐานสากลในการจัดงานวิ่งที่มีมากขึ้น นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความคาดหวังต่อการจัดงานวิ่งที่ตรงตามความต้องการ และการพัฒนารูปแบบการจัดงานและกิจกรรมวิ่งในทุก ๆ ปี

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 10 แนวทางสำคัญ เรียกว่า “10-S Model” ประกอบด้วย 1) “Safety” ให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย 2) “Satisfaction” ต้องสร้างความพึงพอใจ 3) “Self Esteem” ความเป็นภาคภูมิใจที่ได้เข้าร่วม 4) “Signature” โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ 5) “Standard” ความเป็นมาตรฐาน 6) “Series” ซีรีส์ที่หลากหลายประสบการณ์ 7) “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ 8) “Story” เรื่องเล่าชวน ประสานองค์ความรู้ใหม่ 9) “Social Media” สื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย และ 10) “So Good” สนุก ดี มีความสุข โดยผลการวิจัยที่นำเสนอนี้ได้มาโดยการลงพื้นที่เพื่อสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์กลุ่มผู้จัดงานวิ่ง กลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์แนวทางที่ได้จากรายงานการวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นที่ยอมรับกัน

โดยทั่วไปว่า การจัดงานวิ่งในแต่ละครั้ง เป้าหมายสูงสุดคือการได้รับความสนใจจากกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตามที่จะร่วมเดินทางไปด้วยกันเพื่อเข้าร่วมในการแข่งขัน กลุ่มผู้จัดงานวิ่งเองจึงมีความจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ในการจัดงานวิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของกลุ่มนักวิ่งและกลุ่มผู้ติดตาม และโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการจัดงานวิ่งเพื่อส่งเสริมและรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มากขึ้นไปกว่าเดิม ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการจัดงานวิ่ง นับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันในกลุ่มของคนไทย ทั้งกลุ่มผู้จัดงานวิ่งที่ยังขาดแนวทางและประสบการณ์ในการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเข้าถึงการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ กลุ่มผู้ให้การสนับสนุนที่ยังคงใช้การจัดงานวิ่งเป็นช่องทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม จึงยังเป็นอุปสรรคขัดขวางการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยอยู่ ประกอบกับกระแสการให้ความสนใจในการวิ่งเพื่อสุขภาพด้วยจุดมุ่งหมายต่าง ๆ ได้รับความนิยมในหมู่คนไทยที่หันมาออกกำลังกายทั้งหน้าใหม่และหน้าเดิมมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากโปรแกรมการจัดการวิ่งเพื่อสุขภาพที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั่วประเทศ ปีหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 800 สนาม และจำนวนนักวิ่งที่เพิ่มขึ้นมากในแต่ละปี แนวทางที่คณะผู้จัดวิจัยค้นพบจึงเป็นแนวทางในการที่จะแก้ไขปัญหาและสร้างโอกาสให้กับการจัดงานวิ่งเพื่อยกระดับเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป โดยมุ่งเน้นไปที่หลักการทางการตลาด เพื่อใช้ในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการจัดงานวิ่งในประเทศไทย

5.2.4 ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่นจักรยานชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า Sport Tourism ยังคงเป็นโอกาสของประเทศไทยเป็น Trend ของโลก แต่จุดอ่อนของประเทศไทย คือ ช่องว่างระหว่างการทำตลาดจากการจัดกิจกรรมกีฬาของท้องถิ่น สู่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ยังมีข้อจำกัดหลายประเด็น เช่น ในขณะที่ความต้องการของคนในประเทศให้ ความสนใจเป็นอย่างมาก จนไม่มีช่องว่างในการขายที่นั่งให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งสนามที่จัดส่วนมากเป็นสนามท้องถิ่น มีสนามที่เป็นนานาชาติยังไม่กี่แห่ง ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการวางระบบรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ และที่สำคัญ ต้องสร้างภาพลักษณ์ในด้านความปลอดภัยของประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวได้เชื่อมั่นในการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมตามเสนอ ดังนั้นจากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 ส่วน คือ 1) กลุ่มบริษัทนำเที่ยว Inbound 2) กลุ่มผู้จัด Sport Event และ 3) กลุ่มผู้แทนหน่วยงานภาครัฐจากสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงราย และในมุมมองของนักวิชาการ ได้ข้อเสนอแนะที่สามารถนำเสนอต่อในรูปของการรายงานผลการวิจัย เพื่อผู้ที่เกี่ยวข้องจะสามารถนำไปพัฒนา Sport Tourism ของประเทศไทยตามลำดับต่อไป ซึ่งข้อเสนอแนะ มีดังต่อไปนี้

5.2.4.1 การเดินทางท่องเที่ยวด้วยจักรยานเป็นลักษณะการเดินทางที่เป็นความชอบเฉพาะบุคคล (Elite/Special) เป็นตลาด Niche Market เพื่อการพักผ่อนจริงๆ (Leisure) ที่มีทั้งประเภท Soft Core และ Hard Core

5.2.4.2 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ (Management) เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาขาดการจัดทำมาตรฐาน ใช้ประสบการณ์ในการบริหารจัดการ ดังนั้นส่งผลให้คุณภาพของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความหลากหลาย มีความแตกต่าง แต่ละคนแต่ละหน่วยงานจะทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ลองผิดลองถูก แต่อย่าลืมมองว่าการจัดกิจกรรม Sport Event เป็น Life Show

5.2.4.3 การจัดกิจกรรมของประเทศไทย ต้องมองในรูปแบบของการบูรณาการมากยิ่งขึ้น เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมจัด โดยแต่ละภาคส่วนจะต้องสามารถตอบโจทย์ KPI ตาม Function หน้าที่ของตนได้ จึงจะถือว่าเป็นการจัดกิจกรรมที่ win –win

5.2.4.4 ช่องทางการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรม Sport Tourism ของประเทศไทย ทุกวันนี้ ยังขาดการ Trust Point และ ขาดการนำข้อมูลมา Sync กัน

5.2.4.5 การทำการตลาด Inbound ต้องมาวางช่องทางการตลาดร่วมกันระหว่างผู้จัดงาน และบริษัททัวร์

5.2.4.6 นำเอาทรัพยากรท้องถิ่นมาสร้างกิจกรรม Pre & Post เพื่อสร้าง Package ให้ น่าสนใจเกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่โดยมีการพำนักระยะยาวขึ้น

5.2.4.7 การให้ข้อมูลที่ชัดเจนและมีกำหนดการที่แน่นอนจะช่วยให้เกิดการขายออกสู่ ตลาดต่างประเทศได้ โดยใช้ช่องทางการขายผ่าน Sub Agent ได้แก่ Tour Operator หรือ wholesaler หรือ Retailer

5.2.4.8 สร้าง Information Platform ร่วมกันเป็นสิ่งที่ทั้งภาคผู้จัดและบริษัททัวร์จะต้อง มานับ 1 พร้อมกัน นำข้อมูลมาจัดทำ Data Tank บริหารหุ้นส่วนร่วมกัน (Allotments) ให้เป็นข้อมูล ที่ทันสมัย (Real Time) จะทำให้เกิด Activity ร่วมกัน ดังนั้นหากทำได้ กลุ่ม Sport Tourism Platform แห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็น Pioneer Project Tourism

5.2.4.9 การสร้าง Content ของ Sport Tourism ที่พบว่า งานวิ่งจะต้องบริหารจัดการ เรื่องการกำหนด Quota ให้กับกลุ่มบริษัททัวร์ และกิจกรรมการปั่นจักรยานสามารถจัดให้เป็น ตลาด Touring มากกว่าการจัดกิจกรรมแบบ Bike Event เพราะ Touring Bike มีวิธีการทำ การตลาดได้หลากหลายมากกว่า ซึ่งสามารถขายได้ตลอดทั้งปี เพียงแต่ต้องมี Routing ที่สวยงาม เป็นธรรมชาติ วาง Track ดี ๆ โดยเฉพาะความปลอดภัย ซึ่งถือได้ว่าความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักปั่นจักรยาน เป็นจุดอ่อนของประเทศไทย ดังนั้นแนวทางคือ ควรสร้าง Routing ที่เป็นแหล่ง Sport Event และมีความปลอดภัยมากที่สุด ด้วยมาตรการการดูแลรักษาอย่างไร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและสนใจเข้าไปทดลอง เพื่อเปลี่ยน Mindset ด้านภาพลักษณ์ ความปลอดภัยให้กับนักปั่นจักรยานที่ต้องการปั่นเพื่อการพักผ่อน

5.2.4.10 แนวทางการพัฒนาศักยภาพและนโยบายการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เชิงกีฬาด้วยจักรยานในประเทศไทยเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติ พบมีปัจจัยที่สำคัญจำเป็นต่อการนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยว เชิงกีฬาด้วยจักรยานเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวปั่น จักรยานชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้ดังนี้

1) Safety การจัดกิจกรรมทุกประเภทกีฬา ความปลอดภัย เป็นสิ่งสำคัญและ จำเป็นลำดับแรกที่ต้องให้ความสำคัญ ทั้งระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย และ การ บริหารความเสี่ยง ก่อน ระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรม

2) Standard มาตรฐานสนาม กฎกติกาการแข่งขัน กฎระเบียบปฏิบัติ จะต้องคำนึงถึงหากรูปแบบการจัดนั้นเป็น สนาม Inter หรือ รูปแบบการจัดเพื่อรองรับชาวต่างชาติ

3) Scale คือ ขนาดสนาม ลักษณะสนาม ระยะทางปั่น อันเป็นปัจจัยสำคัญจำเป็นสำหรับนักปั่นจักรยาน เพราะจะสัมพันธ์ไปถึงการเตรียมอุปกรณ์และประเภทจักรยานที่สอดคล้องกับลักษณะสนาม

4) Style (Nostalgia and Extreme) กิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นความชอบเฉพาะบุคคล ดังนั้นการจัดสนามปั่นแต่ละครั้งจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ

5) Social Media (Smart Phone) ด้วยการเดินทางของนักปั่นจักรยาน ปัจจุบันนิยมเดินทางด้วย Application บน Smart Phone มากกว่าการจัดทำป้ายแสดงเส้นทางจักรยานดั้งเดิม

6) Sharing System (Road/Logistic/Rest Park) หน่วยงานในพื้นที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายการใช้รถใช้ถนนร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการปั่นจักรยานในพื้นที่ ตลอดจนการแบ่งปันระบบการขนส่งให้สามารถขนส่งจักรยานด้วยระบบการเดินทางโดยสารสาธารณะ ระบบราง หรือเครื่องบิน ตลอดจนจุดแวะพักที่มีการบริการนักปั่นจักรยาน

7) Season ฤดูกาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยเฉพาะฤดูฝน ที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมการปั่นจักรยาน ฤดูกาลการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการแออัดทั้งรถและถนน ซึ่งนักปั่นจักรยานหรือผู้จัดจะต้องให้ความสำคัญเช่นกัน

8) Supply Chain การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานจะต้องมองทั้งกระบวนการ ซึ่งประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาดส่วนหน้า การจัดการส่วนหลัง Sport Tourism

9) Platform การส่งเสริมกิจกรรมการปั่นจักรยานควรมีการสร้าง Platform เพื่อรวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมการปั่นไว้ใน Platform ให้มีความทันสมัยและพร้อมใช้งานเสมอ

10) Seamless Experience การเดินทางของนักปั่นจักรยานเรียกว่ากลุ่ม Elite นั้น ประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนและการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ให้ตนเอง ดังนั้นการเดินทางแบบไร้รอยต่อ “โลกไร้พรมแดน” จะทำให้เกิดการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนอีกทางหนึ่ง

11) Subagent การเปิดตลาดในต่างประเทศ กลุ่มบริษัททัวร์จำเป็นต้องใช้บริการของผู้รับจ้างช่วงเพื่อส่งเสริมการขายไปทั่วโลกได้

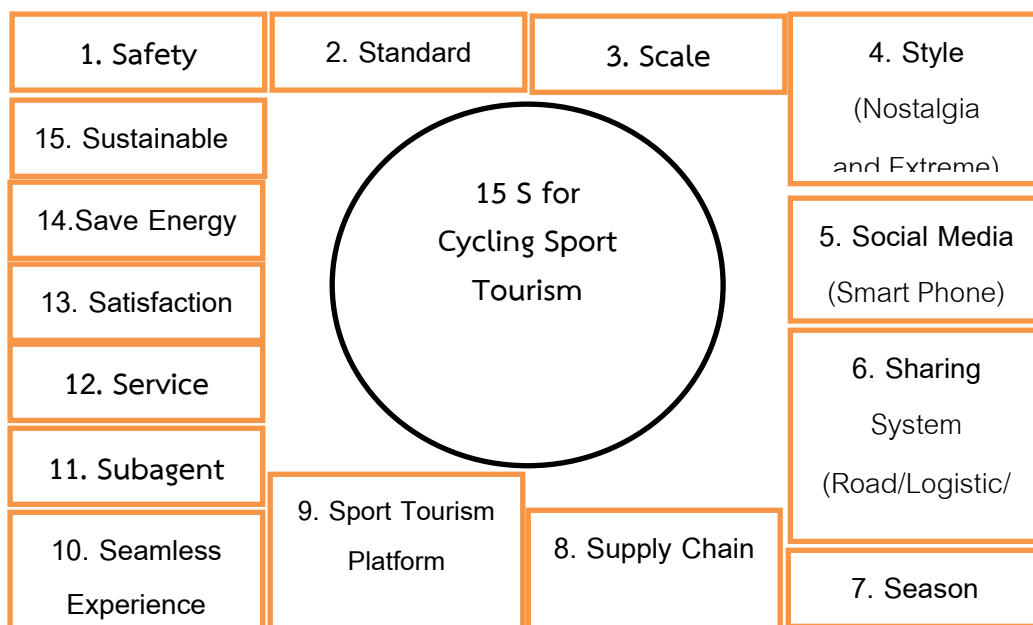
12) Service (Human) การบริการด้วยคนจะสร้างความโดดเด่น ความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

13) Satisfaction การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้

14) Save Energy การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถนำไปสู่การประหยัดการใช้พลังงานให้ลดลงได้โดยเฉพาะพลังงานเชื้อเพลิง

15) Sustainable การปั่นจักรยานก่อให้เกิดความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของโลกและสอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่หันมาใส่ใจในการมุ่งสู่

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals–SDGs ดังแผนภาพความสัมพันธ์ ดังนี้



5.2.5 สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนา ศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) และ จัดประชุมย่อยภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ดังนี้

5.2.5.1 การสังเคราะห์ศักยภาพของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มวยไทย วิ่ง และ จักรยาน ในภาพรวมด้วยแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ(Diamond Model) พบว่า กิจกรรม เชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถมากที่สุดคือ มวยไทย ซึ่งเป็นกีฬาประจำชาติ ทำให้ปัจจัยทางด้านการผลิตและการดำเนินงาน มีประสบการณ์และความเป็นมืออาชีพ มีทุน มี ทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ และ หลากหลาย มีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านกีฬาที่ดี โดยมีปัจจัยที่ควร พัฒนาเพิ่มเติมคือ ปัจจัยทางด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ส่วนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกิจกรรม การวิ่ง การปั่นจักรยาน และการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ประเทศไทยยังมีจุดแข็งที่เป็น ความได้เปรียบหลายประการ หากได้รับการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมจะเสริมสร้างศักยภาพ และ โอกาสในการแข่งขัน ทั้งในระดับภูมิภาค และ ระดับนานาชาติได้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีข้อค้นพบ ที่สำคัญดังนี้

1) เจาะไนทางด้านปัจจัยการผลิตและการดำเนินการ เนื่องจาก การท่องเที่ยว เชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ของประเทศไทย จึงทำให้ขาดแคลนด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งทางด้านกีฬา การท่องเที่ยว และ การจัดกิจกรรม ที่ต้องอาศัยการบูรณาการศาสตร์ ร่วมกัน ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจเข้าร่วมกิจกรรม จำเป็นต้องการมีการสื่อสาร

ภาษา ตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารก่อนการเริ่มกิจกรรม ระหว่างการดำเนินกิจกรรม และ ภายหลังกิจกรรมเสร็จสิ้น การผลักดันกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะทางด้านภาษาให้กับบุคลากรเมื่อพิจารณาถึง ทรัพยากรทางธรรมชาติ ต้นทุน แหล่งความรู้ และโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน พบว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และบริบทเชิงพื้นที่ที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา ทำให้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬานอกสถานที่ ในบริบทธรรมชาติ มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยมีปัจจัยที่ต้องปรับปรุงเพิ่มเติมได้แก่ การกำกับติดตาม และ ควบคุมกิจกรรมเชิงกีฬาในบริบทเชิงธรรมชาติ ให้เกิดความยั่งยืน ไม่กระทบสิ่งแวดล้อม และ ควบคุมให้การจัดกิจกรรมเป็นไปตามมาตรฐาน ของแต่ละชนิดกีฬา อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรปรับปรุงและพัฒนาคือการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา ให้ครอบคลุม ทุกพื้นที่ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของคนในชุมชน และ พัฒนาศักยภาพ และสภาพแวดล้อมให้กับเหมาะสมและพร้อมสำหรับการจัดกิจกรรม เชิงกีฬานานาชาติ เพิ่มขึ้น

2) เจือ้นไขของอุปสงค์ด้านอุปสงค์ความต้องการของตลาด การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสและการเติบโต อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสนใจต่อสุขภาพ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังสามารถหนุนเสริมและ เติมเต็มกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวผจญภัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น จากอุปสงค์ที่แนวโน้มเพิ่มขึ้น ประเทศไทย ควรใช้จุดเด่นที่มีมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย สร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่ และ ส่งเสริมวิถีกรรมสินค้า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการให้บริการที่หลากหลายเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และแตกต่าง

3) เจือ้นไขด้าน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม โรงแรมที่พัก การขนส่ง และการเดินทางต่าง ๆ พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนโรงแรมที่พักจำนวนมาก และหลากหลาย ในการให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรอง ยังขาดศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงในพื้นที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางด้วยตนเอง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ นักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้ง โรงแรมยังขาดการให้บริการที่เป็นมิตรกับนักกีฬา ในกลุ่มที่เป็น Active hotel

4) เจือ้นไขทางด้านกลยุทธ์และสภาพการแข่งขัน เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยยังไม่เป็นที่รู้จักและจดจำได้ เหมือนการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ดังนั้นประเทศไทยควรเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในทุกๆ ด้านทั้งในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน และ การทำการตลาดเชิงรุก ด้วยการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้หลากหลาย มีมาตรฐาน ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสารตลาดและสร้างภาพลักษณ์ มีการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด สร้างตราสินค้าของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเพื่อรองรับการเติบโต ตลอดจนใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่างๆเป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ให้เกิดการท่องเที่ยวแบบผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับ

การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ใช้จุดแข็งของตำแหน่งที่ตั้ง ในการจัดท่องเที่ยวเชื่อมโยง ในภูมิภาคอาเซียน โดยให้ประเทศไทยเป็นฐาน

5) เจือ้นไขด้านรัฐบาล ในภาพรวมรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่จากศึกษาพบว่า ในเชิงปฏิบัติยังมีอุปสรรคที่ต้องการปรับปรุงแก้ไขดังนี้

(1) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ในประเทศไทย ที่ต้องการพำนักระยะยาว กฎหมายระเบียบวีซ่า (VISA) ยังไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว

(2) การบังคับใช้กฎหมายยังไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น ระเบียบพัสดุ ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง ที่ไม่ครอบคลุมถึงการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

(3) ยังขาดกลไกในพื้นที่ของภาครัฐที่จะทำงานร่วมกับชุมชน เอกชน ในฐานะหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ ขาดการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นนำสินทรัพย์และทุนในชุมชนมาพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และยังขาดเอกภาพในการร่วมทรัพยากรที่มีในประเทศในการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน

6) เจือ้นไขด้านโอกาส และเหตุผลวิสัย ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยมีปัจจัยส่งเสริมจากภายนอกหลายด้าน อาทิ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพ นักเดินทางสมัยใหม่จะให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการดังกล่าว ส่งผลให้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นสถานที่เล่นกีฬาแบบผจญภัย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก ภูเขา มีการเพิ่มกิจกรรมผจญภัยให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทิศทางการพัฒนามุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็น ทีม ทิศทางการเติบโตดังกล่าวสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศไทยด้านกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น และ ด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม และมีสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ พุ่มหญ้า พุ่มนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้

5.2.6 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย จากการสังเคราะห์ชุดโครงการแบบบูรณาการ

ผลจากการสังเคราะห์ชุดโครงการได้องค์ความรู้เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยดังแสดงในแผนภาพที่ 5.1

2.3 Security ระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับคนจำนวนมาก เนื่องจากความปลอดภัยเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันวิ่ง การแข่งขันชกมวย การปั่นจักรยาน ซึ่งเป็นการรวมคนจำนวนมาก ควรมีการจัดทำมาตรการรักษาความปลอดภัย การป้องกันความสูญเสียจากภัยต่างๆ ครอบคลุมทั้ง นักกีฬา ผู้ชม และ ผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม ในการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุทั้งในสนามแข่งขัน แหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางเพื่อเชื่อมโยง อันนำไปสู่ความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน หากไม่มีการบริหารจัดการอย่างเข้มงวด ต้องมีการวางมาตรการและการปฏิบัติงานเชิงรุกผ่านการพัฒนานวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การพัฒนาบุคลากรทั้งบุคลากรภายในและผู้มีส่วนร่วม ให้มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน ควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักรู้แก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม วิธีการที่นำมาใช้ในการให้ความรู้ที่ปลอดภัย เช่น ทีมแพทย์อาสา หน่วยพยาบาล การประกันชีวิต ความสะอาดของน้ำดื่ม การสพชาด้วยความเย็น ความสดใหม่ของอาหารและผลไม้ สถานที่จอดรถที่มีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เป็นต้น

2.4 “Scale” จำนวนที่พอดีกับศักยภาพ การคาดการณ์ด้านจำนวนของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม รวมถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่จะเข้าร่วมในการจัดงานวิ่งในแต่ละครั้ง จำเป็นต้องคำนึงถึงศักยภาพในการรองรับจำนวนของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาของพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพของสนามแข่งขัน แหล่งท่องเที่ยวที่จำกัด การมีส่วนร่วมของประชาชนผู้ให้บริการในพื้นที่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม ที่เหมาะสมกับศักยภาพในทุก ๆ ด้าน จะช่วยให้การจัดกิจกรรมนั้นเป็นที่ประทับใจแก่ทุกฝ่าย โดยจะส่งผลต่อความยั่งยืนในการจัดงานนั้น ๆ ดังนั้นการรู้จักข้อมูลเชิงพื้นที่ที่ถูกต้องสมบูรณ์ จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

3. พัฒนาปัจจัยสนับสนุน โดยพิจารณาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้บริการ (Service) สิ่งอำนวยความสะดวกจากท้องถิ่น ตามแนวคิดเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ดังนี้

3.1 Service ด้านการบริการ การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) จำเป็นต้องมีการบริการพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทาง ควรตั้งเอาทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มาสร้างมูลค่า และให้บริการแก่ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เช่น บริการอาหารจากชุมชน การให้บริการขนส่งและการเดินทางระหว่างการจัดกิจกรรมจากระบบขนส่งมวลชนที่มีในท้องถิ่น รถตุ๊กตุ๊ก รถเมล์สองแถว เป็นต้น

3.2 Sharing economy มีการเชื่อมโยงโครงข่ายร้านอาหาร โครงข่ายด้านที่พัก และโครงข่ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นกับพื้นที่ใกล้เคียง การเชื่อมโยงโครงข่ายสัมพันธ์ระหว่างองค์กรประกอบต่าง ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ มาใช้ในการสร้างปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานในลักษณะของ Sharing economy

3.3 Supply Chain การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมองทั้งกระบวนการซึ่งประกอบไปด้วยการบริหาร การตลาดส่วนหน้า การจัดการส่วนหลัง

4. การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participation) พัฒนาปัจจัยสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาจากการมีส่วนร่วมของชุมชน (People in community support) และ สร้างพันธมิตร การดำเนินงาน (Partnership) ด้วยแนวทาง 3 Ps ดังนี้

4.1 การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม (Participation) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หลายภาคส่วน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงาน สถานศึกษา สถานพยาบาล ตำรวจ ส่วนราชการ ผู้ประกอบการร้านค้า โรงแรมที่พัก ผู้ให้การสนับสนุนจากภายนอก อาสาสมัครต่าง ๆ และนักท่องเที่ยว (นักกีฬาและผู้ชม) ได้มีส่วนร่วมในการเข้ามา “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์” ดังนั้นองค์กรผู้รับผิดชอบหลัก จะต้องมีการออกแบบกระบวนการในการทำงาน เพื่อให้ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น โดยกระบวนการใหม่นี้อาจจะไม่มีประสิทธิภาพหรือมีความรวดเร็วเท่ากระบวนการแบบเดิม ๆ ที่ทำอยู่ แต่เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้กลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้ามาร่วมคิด ร่วมสร้าง ร่วมทำ และร่วมรับผลประโยชน์มากขึ้น นำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของทุกคนได้อย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องส่งผลประโยชน์ให้กับองค์กรอย่างแท้จริง

4.2 People in community support การได้รับการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสนับสนุนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ผู้สนับสนุนด้านอุปกรณ์ แรงงาน การปฏิบัติการ เป็นต้น ใช้กิจกรรมกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสุขภาวะของคนในชุมชน

4.3 Partnership องค์กรประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้งานพัฒนามากิจกรรมเชิงกีฬามีความโดดเด่น คือ การบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาด้วยเครือข่ายพันธมิตรจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องหลากหลาย ความลงตัวของเครือข่ายการทำงานในกิจกรรมเชิงกีฬา เกิดจากการเติมเต็มบทบาทซึ่งกันและกัน จากผู้มีประสบการณ์ทางด้านกีฬาชุมชน และคณะกรรมการทำงาน การยึดโยงความสัมพันธ์โดยใช้วาทกรรม “เป็นเจ้าภาพร่วมกัน” ความรู้สึกของการเป็นเจ้าภาพร่วมกันนี้ก่อให้เกิดความรู้สึกของการเป็นเจ้าของที่ผู้มีส่วนร่วมสามารถนำความรู้ และประสบการณ์มาช่วยพัฒนามากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีศักยภาพ และเติบโตได้

5. การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ด้วยปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 Signature สร้างความได้เปรียบและความแตกต่างด้วยการนำเสนอจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬาสิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ หรือลักษณะอันเป็นเฉพาะมีหนึ่งเดียวของสิ่ง ๆ หนึ่ง และอัตลักษณ์ที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชนหรือประเทศนั้น ๆ หรือวิธีการที่มีความเฉพาะตัว ความเป็นตัวตนที่ชัดเจนที่สามารถสื่อถึงผู้สร้างสรรค์ ที่ต้องการให้ผู้รับรู้เข้าใจลักษณะเด่นที่มีได้ชัดเจน

5.2 Story สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยใช้เรื่องเล่า ตำนาน ประสบการณ์ เรื่องราวเล่าขานในมุมมองทางประวัติศาสตร์ของการจัดกิจกรรม ของสถานที่ที่จัดกิจกรรม และเรื่องราวอื่น ๆ ล้วนมีที่มาและน่าจดจำ เรื่องราวนั้นจะนำไปสู่เรื่องเล่าที่จะสร้างความประทับใจไม่รู้ลืม

ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม เรื่องราวที่น่าสนใจนี้อาจมีใช้เป็นเพียงประวัติศาสตร์ที่บอกเล่าต่อกันมา แต่ยังหมายรวมถึงองค์ความรู้ทั้งเก่าและใหม่ที่รวบรวมไว้ และส่งต่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม โดยสามารถแสวงหาเพื่อการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องไม่รู้จบ ภายใต้บริบทเชิงพื้นที่ เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่สัมผัสได้ จะช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่และสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกลุ่มผู้ติดตามได้

5.3 Style สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงกีฬาที่สอดคล้องมุ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในสังคม (lifestyle) มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคน ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ชนิดของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฝึกมวย มีการพัฒนามากกว่ากีฬาที่เล่นเป็นกลุ่มหรือเป็นทีม เป็นต้น

5.4 Social Media สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยสื่อสังคมออนไลน์ การเติบโตของเทคโนโลยีสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครื่องมือโทรศัพท์มือถือบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งเว็บไซต์ที่บุคคลสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ การแพร่กระจายข้อมูลที่รวดเร็ว และการกระจายข้อมูลข่าวสารออกไปในวงกว้างอย่างรวดเร็ว จึงเป็นแนวทางที่จะใช้พัฒนาศักยภาพและกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในประเทศไทยเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ดีในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ Facebook, Line, Twitter, Youtube, Instagram เป็นต้น ใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมที่ต้องประสานงานกับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม เช่น การรับสมัคร การจองที่พัก การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารงานวิ่ง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อส่งมอบบริการให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้ติดตาม ด้วยความถูกต้อง ตรงเวลา มีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ

5.5 Sport Tourism Platform สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วย พัฒนาโครงสร้างและระบบสนับสนุนการพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลรวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้ให้บริการปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬายกระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเตรียมความพร้อมกับการเชื่อมโยง แพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

5.6 Sponsor management สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการบริหารจัดการหน่วยงานสนับสนุน (Sponsorship) ในมุมมองของผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬา ผู้สนับสนุนถือเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งที่มาของเงินทุน และมีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขององค์กร หน่วยงาน ท้องถิ่น ที่ไม่หวังกำไร ซึ่งรายได้จากค่าสมัครมักจะไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ดังนั้นคณะกรรมการผู้จัดต้องพยายามที่จะแสวงหางบประมาณด้วยตัวเอง เพื่อมาสนับสนุนกิจกรรมการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ โดยพยายามเชิญชวนให้องค์กร ห้างร้าน บริษัท หน่วยงาน ฯลฯ ที่มีนโยบายส่งเสริมภาพพจน์ขององค์กรผ่านกิจกรรม รายได้

จากการสนับสนุนสามารถนำมาพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งได้

6. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต่อเนื่องและยั่งยืน การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่จะก่อให้เกิดการต่อเนื่องและยั่งยืน ต้องสามารถบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน สร้างความภาคภูมิใจในการเข้าร่วมกิจกรรม (Self Esteem) ก่อให้เกิดรู้สึกดี So Good สนุกและมีความสุข ในการเข้าร่วมกิจกรรมและ ใช้แนวทางการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนี้

6.1 Satisfaction การจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดการกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ต้องสร้างความพึงพอใจให้กับทุกภาคส่วน ทั้งในส่วนของสร้างความพึงพอใจให้กับนักกีฬา ผู้ชม ผู้จัด ชุมชนเจ้าของพื้นที่ ผู้มีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรม รวมถึงผู้ให้การสนับสนุน แนวทางเพื่อสร้างความพึงพอใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการตามคุณภาพที่นักท่องเที่ยวและผู้ติดตามคาดหวังหรือต้องการ หรืออาจเป็นคุณภาพที่เหนือความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวและผู้ติดตามเห็นความแตกต่าง และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทั้งนี้คณะผู้จัดการสามารถกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีที่เป็นไปในแนวทางบวก การมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยวและผู้ติดตาม ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงผลักดันเพิ่มขึ้น สร้างความรู้สึกรักผูกพันอยากกลับไปร่วมงานอีก

6.2 “Self Esteem” การจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดการกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนควรมีส่วนช่วยในการเสริมสร้าง ความภาคภูมิใจต่อตัวเอง เป็นความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวและผู้ติดตามที่รับรู้ ว่า ตนเองมีคุณค่า นำไปสู่ความเชื่อมั่นในตนเอง ยอมรับนับถือตนเอง ซึ่งเป็นผลจากการประเมินตนเองโดยภาพรวมในด้านความสามารถ ความสำคัญ และความสำเร็จของตนเอง เป็นการตอบสนองความต้องการด้านการได้รับการยกย่อง ยอมรับในความสามารถของตนเอง รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมเช่น มีภาพลักษณ์ต่อตนเองว่าคนรักสุขภาพ เป็นคนรักการออกกำลังกาย เป็นนักกีฬา เป็นต้น

6.3 “So Good” การจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาที่สามารถจัดการกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนควรสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ติดตาม ให้มีความสุข รู้สึกดี มีความสุข ในการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิ่ง โดยอาจเป็นการเติมเต็มด้วยจิตวิทยาการส่งเสริมบริการอย่างเข้าถึงทั้งด้านสถานที่ ด้านสารสนเทศ ด้านระยะเวลา ด้วยการสร้างเงื่อนไขในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวและการออกกำลังกาย เพื่อกระจายช่วงเวลาในการท่องเที่ยว โดยกำหนดเป็นช่วงเวลาให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่ เช่น กำหนดเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว กำหนดเป็นช่วงของกิจกรรมเชิงกีฬา (ล่องแก่ง เดินป่า ผจญภัยไปกับธรรมชาติ) เป็นต้น

6.4 Sustainable การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรก่อให้เกิดความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมของโลกและสอดคล้องกับนโยบายขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ดังนี้

6.4.1 ควรดำเนินกิจกรรมในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว

6.4.2 การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชุมชน ชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม วัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของชุมชน

6.4.3 การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบ นิเวศน์ ชุมชน ชนบทธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว

6.4.5 การประสานเข้าด้วยกันของความต้องการทางเศรษฐกิจ ความคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

7. การสร้างความแตกต่างของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ในกลุ่มกิจกรรม การปั่น และการวิ่ง

7.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน สามารถพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างได้ ดังต่อไปนี้

7.1.1 Season ฤดูกาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อนักปั่นจักรยาน ฤดูกาลที่แตกต่างก่อให้เกิดมุมมองต่อภูมิทัศน์ที่แตกต่าง สามารถสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยใช้ความแตกต่างของฤดูกาลท่องเที่ยว

7.1.2 Sub agent การเปิดตลาดในต่างประเทศ เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการ กลุ่มบริษัททัวร์โดยใช้ บริการของผู้รับจ้างช่วงเพื่อส่งเสริมการขายไปทั่วโลกได้

7.1.3 Save Energy การจัดกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นสิ่งที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถนำไปสู่การประหยัดการใช้พลังงานให้ลดลงได้โดยเฉพาะพลังงานเชื้อเพลิง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานสามารถใช้ประโยชน์จากการรณรงค์ลดโลกร้อน การลดการใช้พลังงาน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มาใช้ร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน ด้วยการนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจ ที่ไม่สามารถเข้าถึงได้โดยเส้นทางรถยนต์ประจำทาง แต่สามารถเข้าถึงได้ด้วยจักรยานเท่านั้น ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติม ใช้เส้นทางสัญจรเดิมที่ชุมชนใช้ นำนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่สัมผัสชุมชน ในชนบทหรือในพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้าไป โดยจัดให้เชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ใกล้เคียงสำหรับนักปั่นจักรยานท่องเที่ยวที่มองหาเส้นทางปั่น ที่มีคุณภาพ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ การปั่นให้กับตัวเอง พร้อมกับการอนุรักษ์พลังงาน การลดโลกร้อน และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบยั่งยืน

7.1.4 Seamless Experience การเดินทางของนักปั่นจักรยานเรียกว่ากลุ่ม Elite นั้น ประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อนและการสร้างประสบการณ์ในการเดินทางไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ให้ตนเอง ดังนั้นการจัดทำเส้นทางเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อสัมผัสพื้นที่ใหม่ที่หลากหลาย จะสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มนักปั่นกลุ่ม Elite ได้

7.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทงานวิ่ง สามารถพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างที่เฉพาะสำหรับกลุ่มนักวิ่งได้ด้วยแนวทางที่หลากหลายดังนี้

7.2.1 “Series” ซีรีส์ที่หลากหลายประสบการณ์ การจัดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการจัดงานวิ่งที่ไม่ใช่จัดกันเพียงครั้งเดียวในแต่ละปีแต่หากเป็นการจัดงานวิ่งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีการจัดการแข่งขันมากกว่า 1 ครั้งตลอดทั้งปี จะเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะว่าการวิ่งทั้งในแบบบรรยากาศเดียวกัน และหลากหลายบรรยากาศ ในสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย

7.2.2 Scoring the Running Record บันทึกข้อมูลการวิ่งของนักวิ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมรายบุคคล ให้เห็นถึงพัฒนาการ พร้อมให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา หรือจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ ของนักวิ่งตามบันทึกสถิติการวิ่งของบุคคล

7.2.3 Sport race kit งานวิ่งสามารถใช้การจัดทำและการออกแบบ Sport race kit อาทิ เสื้อที่ระลึก (T-shirt) เสื้อผู้พิชิตมาราธอน (Finisher T-shirt) หมายเลขและเบอร์วิ่ง (BIB) การจัดทำใบประกาศ (E-Certificate) กระเป๋า (Bag) เหรียญที่ระลึก (Medal) เอกสารและข้อแนะนำ ในการร่วมกิจกรรมการแข่งขัน (Race guide) เป็นต้น มาใช้ในการสร้างความแตกต่าง สร้างเอกลักษณ์และใช้เป็นที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการวิ่งได้หลากหลายมากขึ้น

5.3 การอภิปรายผล

แผนงานวิจัยชุด การศึกษาศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย มีข้อค้นพบเชิงประจักษ์จากการปฏิบัติการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่คณะวิจัยเห็นควรนำมาอภิปรายเพิ่มเติม เกี่ยวกับ ศักยภาพ และ บทบาทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน โดยผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดขึ้นสามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ ด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

5.4.1 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนเกิดจากการนำเข้ามาของเม็ดเงินจากภายนอกชุมชน ที่ทำให้มีผลต่อการซื้อขายสินค้าของประชาชนในชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ทั้งที่เป็น ผลกระทบทางตรงจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายจากการลงทุนของคณะผู้จัดงาน และภาคีเครือข่ายที่สนับสนุน และ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจทางอ้อม (Indirect effect) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ประกอบการในชุมชน โดยสามารถสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจแบบทวีคูณ ถึง 4.2 เท่าของเม็ดเงินลงทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

5.4.2 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบด้านการท่องเที่ยว เป็นที่ทราบกันดีว่า “กิจกรรมพิเศษ (Special event)” อันเป็นเครื่องมือ (Tool) หนึ่งของการสื่อสารทางการตลาด และสามารถใช้องค์กรพิเศษนี้ เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพที่จัดกิจกรรม ด้วยเหตุที่กิจกรรมสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยว ชุมชนเจ้าของกิจกรรม และสื่อมวลชนให้เข้ามาในพื้นที่ ข้อค้นพบในการจัดงานร่วมกับชุมชน พบว่า สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ (First Visitor) ให้เข้ามาในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 77.50 และกระตุ้นการท่องเที่ยวซ้ำในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ร้อยละ 22.50

5.4.3 ผลลัพธ์ที่เป็นกระทบด้านการสร้างภาพลักษณ์และสื่อสารชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นสื่อกิจกรรมที่สามารถสร้างการรู้จัก และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนได้โดยการกระตุ้นให้สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ โหมกระพือ และ แพร่กระจายข่าวสารท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องมาจากคุณสมบัติพิเศษบางประการของการ การตลาดเชิงกิจกรรม (Event

Marketing) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างความสนใจ สร้างความทรงจำในผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดการอยากทดลองใช้ สื่อมวลชนที่มาร่วมกิจกรรมได้รับประสบการณ์ตรงจากพื้นที่ มีข่าวสารที่จะนำไปเขียนและบอกต่อในฐานะของสื่อมวลชน ไปยังนักท่องเที่ยวน และยังเป็นการบอกต่อจาก สื่อมวลชนไปยังสื่อมวลชนด้วยกันเอง ในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานและเกิดความประทับใจ ในความเป็นชุมชน จึงได้นำความประทับใจนี้ไปบอกต่อ ให้คนรู้จักฟัง และเนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสาร โลกออนไลน์ทำให้การบอกต่อไปได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏการณ์ของการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน และการแพร่กระจายข่าวสารจากการบอกต่อโดยสังคมออนไลน์ จึงสามารถสร้างการรับรู้ และ สร้างการรู้จักได้ในวงกว้างในเวลาที่รวดเร็วขึ้น

5.4.4 ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบเชิงสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏเด่นชัดจากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ได้แก่ การเป็นสื่อกิจกรรมในการดึงการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนลงแรงทรัพย์และแรงคนจำนวนมาก ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันในชุมชนท้องถิ่นรูปแบบใหม่ ที่องค์การส่วนท้องถิ่นและภาครัฐเข้ามามีส่วนรวมในการบริหารจัดการกิจกรรม กิจกรรมเชิงกีฬาจึงเป็นกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มคนในระดับท้องถิ่นและชุมชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมตามบทบาทที่ตนได้รับ เป็นอย่างดีและเป็นระบบในลักษณะการร่วมแรงโดยผ่านสถาบันทางสังคม อาทิ วัด โรงเรียน มหาวิทยาลัย องค์การบริหารส่วนตำบล ตามบริบทที่แตกต่างกัน และ เป็นสื่อกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน พบว่า ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาใน แต่ละครั้ง มีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะผู้จัดงาน มีการแบ่งสรร การจัดกิจกรรมต่างๆ ตามความรับผิดชอบระหว่างองค์กรท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนาชุดความรู้ท้องถิ่น และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการทำงานของท้องถิ่น เกิดพลังชุมชนขึ้น การประชุมและการเรียนรู้ในระหว่างการทำงาน เกิดกระบวนการเรียนรู้และปลูกฝังจิตสำนึกของท้องถิ่น ลักษณะดังกล่าวสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทางสังคมและปลูกฝังจิตสำนึกร่วมกันของคนรุ่นใหม่ และรุ่นเก่า เมื่อคนรุ่นใหม่มองเห็นคุณค่าของกิจกรรมและสนใจที่จะฝึกฝนเพื่อเข้าร่วม ขณะที่คนรุ่นเก่าเกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในความสามารถของตนพร้อมที่จะถ่ายทอดให้คนรุ่นใหม่

5.4.5 ผลกระทบด้านวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมกิจกรรมสามารถนำมาใช้เป็นสื่อในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่นอนุรักษ์ศิลปะการแสดงที่นำมาใช้จัดแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงมีการอนุรักษ์และสืบสานอาหารพื้นถิ่น และ วัฒนธรรมการแต่งกายซึ่งกำหนดเป็นแนวคิด หรือ (ธีม (Theme) ของการจัดงาน การเกิดขึ้นของการจัดกิจกรรมทำให้เกิดการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงทัศนียภาพของชุมชนและ ปรับปรุงสภาพแวดล้อม ให้เหมาะสมสำหรับการจัดงาน อาทิ การตัดหญ้า แพร่ฉากเส้นทางวิ่งที่รถซึก ให้สะอาด เรียบร้อย โดยทีมตัดหญ้าของชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล นำรถฉีดน้ำมาทำความสะอาดถนน ขจัดฝุ่น เส้นทางถนนชนบทที่ใช้เป็นเส้นทางวิ่ง มีการปรับปรุงสภาพถนนให้พร้อมสำหรับการใช้งาน ปรับปรุงส่วนที่ชำรุด ให้อยู่ในสภาพที่เอื้อต่อทำกิจกรรม พบว่าหากมีการจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่องยาวนาน หลายปี งบประมาณเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จะได้รับการจัดสรรให้ดำเนินการได้เร็วและต่อเนื่อง

จากข้อค้นพบดังกล่าวอภิปรายเพิ่มเติมได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่นำเอาทรัพยากรในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้โดยตรงจากการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา เข้ามาในพื้นที่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม ที่จะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่น อันเกิดจากการจำหน่ายสินค้า ผลผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูป หัตถกรรม และศิลปะประดิษฐ์ เป็นต้น นอกจากจะเป็นการสร้างช่องทางตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชนแล้ว ชุมชนยังได้ รายได้จากการให้บริการ ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และการให้บริการต่างๆ ซึ่งเป็นโอกาสในการสร้างรายได้เพิ่ม ให้กับชุมชนท้องถิ่นและประเทศชาติได้เป็นอย่างดี การนำกิจกรรมที่มีอยู่มาบูรณาการกับการบริการผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า การท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสที่จะทำให้ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นดีขึ้น อีกทั้งยังจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือของชุมชน ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสธรรมชาติ มีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตให้แก่ผู้มาเยือน มีการใช้ทุนปัญญาสร้างรายได้ให้กับชุมชน ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ พัฒนาครอบครัวและชุมชนให้เข้มแข็งสร้างวินัยทางสังคม ตลอดจนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการเป็นเมืองที่น่าอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน การใช้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (ฉบับที่ 12) และ ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง ที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยว แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) และยังสามารถใช้กับแนวคิดของ บูลและ วีด ((Bull and Weed 1999 p.144) ที่ได้ให้ความเห็นว่า กิจกรรมที่จัดทำได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไป จะช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน ท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพนั้น ๆ นอกจากนี้เมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาทิ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะใช้ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สามารถใช้การจัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือในการสื่อสารของชุมชนได้ (Bull and Weed 1999 p.144)

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบของการวิจัย นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ดังนี้

1. ชุมชน และ ท้องถิ่นที่สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวยังไม่โดดเด่นและ ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับชุมชนและท้องถิ่น สามารถพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น นำเอาความโดดเด่นของชุมชนแต่ละพื้นที่มาสร้างเป็นแม่เหล็กเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เข้าไปร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา และสร้างโอกาสในการได้เที่ยวชมพื้นที่ ชมวิถีชีวิต เข้าไปชมเทศกาลงานประเพณีของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ที่เป็นรากเหง้าของกิจกรรมดั้งเดิมอย่างแท้จริง และทำการตลาดโดยการเชื่อมโยงกิจกรรมเชิงกีฬากับงานประเพณีและวัฒนธรรมประจำถิ่น ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้วยังเป็นการอนุรักษ์และสืบสานงานประเพณีท้องถิ่นด้วยการใช้สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การออกแบบกิจกรรมเชิงกีฬาควรออกแบบให้

สอดคล้องกับการทำตลาดสำหรับกิจกรรม (Event Marketing) ที่สร้างความสนใจ สร้างความทรงจำในผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดการอยากทดลองใช้ และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยาน บนฐานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้จักรยานมาเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นร้อยเรียงออกมาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน เช่น เรียนรู้วิถีการทำนา ทำสวน ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ทานอาหารท้องถิ่นและชมวิถีตลาดนัดชุมชน ทานอาหารเพื่อสุขภาพ ณ แหล่งเรียนรู้อาหารเพื่อสุขภาพ ปั่นชมธรรมชาติและท่องเที่ยวถ้ำ ชมพรรณไม้ในพฤกษศาสตร์วรรณคดีภาคกลาง ชมไร่สับปะรดแปลงใหญ่ สวนผลไม้ประจำถิ่น เป็นต้น

2. หน่วยงานภาครัฐ และ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาพ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นด้วยการ จัดกิจกรรมเชิงกีฬาให้เป็นงานประเพณีหรือเป็นกิจกรรมกีฬาประจำถิ่น ผลพลอยได้จากการสร้างสรรค์กิจกรรมนอกจากจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Event tourism) แล้วยังสามารถใช้เป็นสื่อกิจกรรมในการ ดึงการมีส่วนร่วมของชุมชน กระตุ้นความสนใจในการทำกิจกรรมทางกาย และ ส่งเสริมให้สังคมเกิดวัฒนธรรมการรักษาสภาพ และ ความอยู่ดี จากการออกกำลังกาย การปั่นจักรยาน เล่นกีฬาหรือเข้าร่วมกิจกรรมทางกายอื่น ๆ อันจะช่วยลดภาวะโรคอ้วน โรคความดันโลหิตสูง ภาวะการณ้ตบตันของหลอดเลือด เป็นต้น และยังเป็น การพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ในการเป็นเจ้าภาพ จัดกิจกรรม มหกรรมเชิงกีฬา การบริหารจัดการกีฬา และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรม (Event tourism) เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ในฐานะการเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าบ้านที่ดี หรือให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ เชิญชวนร้านค้า ร้านอาหาร และบ้านพักที่มีศักยภาพมาร่วมให้บริการในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจาก การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ของประเทศ จึงยังไม่เป็นที่รู้จัก และจดจำสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการตลาด ควรทำการตลาดเชิงรุก ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การจัดทำปฏิทินกิจกรรมเชิงกีฬาของประเทศ เผยแพร่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม เพิ่มเติมจากที่เคยนำเสนอเฉพาะกิจกรรมที่เป็นงานประเพณี ควรนำข้อมูลของผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ มาหารือเรื่องการทำการตลาดร่วมกับ บริษัททัวร์ Inbound รวมทั้งบริษัทนำเที่ยว นำเที่ยวอื่นๆ เพื่อช่วยในการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

4. หน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควร พัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงตลาด และ การบริหารจัดการด้วยการพัฒนาโครงสร้างและระบบสนับสนุน การพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายผู้ให้บริการปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเตรียมความพร้อมกับการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0

5. ข้อเสนอแนะต่อรัฐบาลผู้กำหนดนโยบาย จากศักยภาพเชิงพื้นที่ และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ การวิ่งในพื้นที่

มรดกโลกของภูมิภาคอาเซียน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงกับประสบการณ์เรียนรู้ศิลปะการต่อสู้ในแผ่นดินสุวรรณภูมิ การปั่นจักรยานข้ามแดน เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอื่นๆ รัฐบาลควร ให้ความร่วมมือกับภาครัฐบาลของแต่ละประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยง และร่วมกันแก้ไขปัญหากฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ ที่สร้างอุปสรรคในการเดินทางข้ามแดน ของนักท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่กำกับดูแลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย จากการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต (Supply side) ด้วยข้อได้เปรียบทางทรัพยากรธรรมชาติที่มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นในด้านสถานที่ทางการกีฬา สถานที่ทางการท่องเที่ยว หากแต่ในการเตรียมการในด้านความพร้อมของอุปกรณ์กีฬา บุคลากรทางการกีฬา รวมถึงการประสาน งานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในระยะเริ่มต้นยังอาจจะมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดการในหลายด้าน ซึ่งควรจะได้มีการจัดการอย่างเป็นระบบและทำความเข้าใจระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อความชัดเจนในการบริหารจัดการ การกำหนดบทบาทหน้าที่ การทำงานมิให้เกิดความซ้ำซ้อน และเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นการพัฒนาแนวทางการจัดการ เพื่อประสานความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานที่มีศักยภาพและมีความเกี่ยวข้องกัน ในความรับผิดชอบ จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประสบผลสำเร็จ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จะตกอยู่กับประชาชนโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้เพื่อให้ได้มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์และมีสุขภาพจิตที่ดีอีกด้วย

5.5 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการดำเนินการ และ ภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการวิจัยแล้วดังนี้

1. การใช้ประโยชน์มิติการพัฒนาสังคม/ชุมชน/ท้องถิ่น แผนงานวิจัยและชุดโครงการย่อย ก่อให้เกิดประโยชน์ในมิติการพัฒนาสังคม/ชุมชน/ท้องถิ่นดังนี้

1.1 การใช้กิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาตลาดชุมชนอมยิ้ม คณะผู้วิจัยในชุดโครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ได้นำองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์โดยร่วมมือกับตลาดชุมชนตลาดย้อนยุควิถีไทย “ตลาดอมยิ้ม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมเชิงกีฬาวิ่งอมยิ้ม

1.1.1 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน เกิดจากการนำเข้ามาของเม็ดเงินจากภายนอกชุมชน ที่ทำให้มีผลต่อการซื้อขายสินค้าของประชาชนในชุมชนบ้านตลาดควาย อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี โดยเฉพาะในช่วงที่มีการจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจของงานวิ่งอมยิ้ม พบว่า มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1.1.1.1 ผลกระทบทางตรงจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว งานวิ่งอมยิ้มสามารถดึงดูดคนเข้ามาในพื้นที่เฉพาะที่ลงทะเบียนเป็นนักวิ่งได้ถึง 1,600 คน นักวิ่งมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย

ต่อการเข้าร่วมงานวิ่งอมยิ้มเฉลี่ยประมาณ 1650 บาท ค่าจ่ายของนักวิ่งที่มาร่วมกิจกรรมวิ่งอมยิ้ม เป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าสมัคร ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าเดินทาง ซึ่งค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับสถานที่พัก และระยะที่ลงสมัครวิ่ง ส่วนค่าอาหารถึงแม้ว่าการจัดงานจะมีการจัดอาหารและเครื่องดื่มบริการ แต่เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมมักจะมีการไปซื้อหารับประทานเองเพิ่มเติมจากร้าน อาหารในท้องถิ่น หรือ แวะพักระหว่างการเดินทาง จากจำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1650 บาทต่อคน สามารถก่อให้เกิด การเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจทางตรง ได้โดยประมาณ 2,640,000 บาท (สองล้านหกแสนสี่หมื่นหมื่น บาท) นอกจากนี้ยังมี ค่าใช้จ่ายจากการลงทุนของคณะผู้จัดงาน และภาคีเครือข่ายที่สนับสนุน จำนวน 739,550 บาท รวมผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่เป็นค่าใช้จ่ายทางตรงที่เกิดจากการจัดกิจกรรมวิ่ง อมยิ้ม จำนวนทั้งสิ้น 3,379,550 (สามล้านสามแสนเจ็ดหมื่นเก้าพันห้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน)

1.1.1.2 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจทางอ้อม (Indirect effect) ซึ่งเป็นการ เปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้ประกอบการในตลาดอมยิ้ม และ ผู้ประกอบการอื่นๆ ที่มีผลต่อ ความคล่องตัวในระบบเศรษฐกิจ ภายในชุมชนช่วงที่มีการแข่งขัน วิ่งอมยิ้ม พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ ที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าในตลาดอมยิ้มมีการจัดหาวัตถุดิบสำหรับประกอบการค้าเพิ่มขึ้นในวัดจัดการแข่งขัน โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20 โดยวัตถุดิบที่เป็นปัจจัยการผลิต อยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก คิดเป็น ร้อยละ 80 ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดชุมชนอมยิ้ม มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 100 และปริมาณการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 100 ปริมาณการจำหน่ายสินค้า ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม ของกินของใช้ในครัวเรือน อาทิ ผัก ขนم ผลไม้ ซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรในครัวเรือน

เนื่องจากนักวิ่งทุกประเภท เมื่อวิ่งเข้าเส้นชัย นอกจากจะได้รับ เหรียญแล้ว ยังจะได้รับคู่มืออาหาร ที่มีมูลค่า 50 บาท (ห้าสิบบาทถ้วน) ต่อคน เพื่อนำไปจ่าย แลกซื้ออาหารและเครื่องดื่มทุกร้านค้าที่จำหน่ายในตลาดอมยิ้ม (120 ร้านค้า) สำหรับการออกแบบ กิจกรรมการวิ่งในลักษณะนี้ส่งผลให้พ่อค้าแม่ค้าในตลาดชุมชนอมยิ้ม ได้เตรียมผลิตภัณฑ์ไว้เพื่อรองรับ นักวิ่งให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่คาดว่าจะได้รับในระหว่างการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้ม เมื่อสอบถามถึง การจัดหาวัตถุดิบในการนำมาประกอบการค้าในวันจัดกิจกรรม วันเสาร์ที่ 31 มีนาคม และ วันอาทิตย์ ที่ 1 เมษายน 2561 พบว่า ผู้ประกอบการแม่ค้า พ่อค้าในตลาดชุมชนอมยิ้มมีการลงทุนเพื่อจัดหา วัตถุดิบเพิ่มขึ้นโดยประมาณร้อยละ 20 และวัตถุดิบที่จัดซื้อจัดหามาใช้เพื่อบริการลูกค้าที่เป็นนักวิ่ง ส่วนใหญ่จัดซื้อจากคนในท้องถิ่น เช่น ร้านสวนมะม่วงโชคอนันต์ ได้นำกล้วยน้ำหว้าสุกมาจำหน่าย จำนวน 70 หวี ซึ่งโดยปกติจะจำหน่ายประมาณ 15-20 หวีต่อวัน ในจำนวนนี้ 55 หวีได้จำหน่ายให้ ฝ่ายบริการผลไม้สำหรับนักวิ่ง ส่วนที่เหลือ จำหน่ายให้ลูกค้าที่มาเดินตลาด ซึ่ง กล้วย จำนวน 70 หวี นี้ ได้มาจากเครือข่ายชาวสวน ที่ปลูกในชุมชนบ้านตลาดควาย เป็นต้น การอาศัยปัจจัยการผลิตที่มีใน ท้องถิ่นเป็นหลักดังกล่าว นอกจากจะเป็นการกระตุ้นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในชุมชน ทั้งในส่วนของการผลิต การบริโภค แล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงการกระจายรายได้ การจำหน่ายผลผลิต ของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

นอกจากผลกระทบทางเศรษฐกิจของพ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการใน ตลาดชุมชนอมยิ้มแล้ว ยังพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัย ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอ จอมบึง อาทิ อุ่นเรือนรีสอร์ท เรือนชมดาว บ้านชายทุ่งรีสอร์ท โรงแรมจอมบึง กลางบึงรีสอร์ท

นกสวนพืชซึ่งปาก โรงแรมศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจ “จอมพลพาเลซ” มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร อาทิ ร้านหมูป่า ร้านลมโซย ร้านตะหลิว ร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหารตามสั่ง อาทิ ร้านเจ้ตุ่น ร้านอาหารป่าขาว ร้านจัดทำป้าย วัสดุตกแต่ง ผู้ประกอบการให้เช่าเครื่องเสียง เครื่องไฟ รวมถึงผู้ประกอบการรถตู้ขนส่งมวลชน ต่างได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยอ้อมโดยรวมมากที่สุด

1.1.1.3 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบด้านการท่องเที่ยว การจัดงานวิ่งอมยิ้ม เป็นความตั้งใจของผู้จัดที่ต้องการสื่อกิจกรรมนำนักท่องเที่ยวและ สื่อมวลชนเข้ามาในพื้นที่ มาสัมผัสเสน่ห์บรรยากาศตลาดชุมชนอมยิ้ม ตลาดวิถีไทยย้อนยุค บ้านตลาดควาย อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี เป็นที่ทราบกันดีว่า “กิจกรรมพิเศษ (Special event)” อันเป็นเครื่องมือ (Tool) หนึ่งของการสื่อสารทางการตลาด และสามารถใช้องค์กรพิเศษนี้ เป็นสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ช่วยสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพที่จัดกิจกรรม ด้วยเหตุที่กิจกรรม สามารถดึงให้นักท่องเที่ยว ชุมชนเจ้าของกิจกรรม และ สื่อมวลชนให้เข้ามาในพื้นที่ ผลจากการจัดกิจกรรมวิ่งอมยิ้มครั้งนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่กว่า 2,000 คน สามารถดึงคนให้เข้ามาในพื้นที่เฉพาะที่ลงทะเบียน จำนวน 1,600 คน เป็นคนในพื้นที่จังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 48.44 และ นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นคิดเป็นร้อยละ 51.56

ข้อค้นพบในการจัดงานครั้งนี้ พบว่า สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวหน้าใหม่ (First Visitor) ให้เข้ามาในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 77.50 และกระตุ้นการท่องเที่ยวซ้ำในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ร้อยละ 22.50

1.1.1.4 ผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบด้านการสร้างภาพลักษณ์และสื่อสารตลาดอมยิ้มในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมที่จัดได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไปช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน ท้องถิ่นที่เป็นเจ้าภาพนั้น ๆ ของการจัดงานวิ่งอมยิ้มกระตุ้นให้สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ โหมกระพือ และ แพร่กระจายข่าวสารท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น สื่อมวลชนช่อง 5 ที่มาร่วมกิจกรรมทำข่าววิ่งอมยิ้ม นำเสนอเรื่องราวความน่าสนใจของบรรยากาศท้องทุ่งที่เป็นเส้นทางวิ่ง บึงบัว อาหารชาติพันธุ์ และ บรรยากาศของตลาดเก่า สื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ได้เห็นเรื่องราวของตลาด ก็จะพากันมาทำข่าว ทำรายการกันเพิ่มมากขึ้นในส่วน of นักท่องเที่ยวที่มาร่วมงานและเกิดความประทับใจ ในความเป็นชุมชน มีบึงบัวให้ถ่ายภาพ มีอาหารอร่อยให้รับประทาน จึงได้นำความประทับใจนี้ไปบอกต่อ ให้คนรู้จักฟัง และเนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสาร โลกออนไลน์ทำให้การบอกต่อไปได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ปรากฏการณ์ของการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชน และการแพร่กระจายข่าวสารจากการบอกต่อโดยสังคมออนไลน์

1.1.1.5 ผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบเชิงสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏเด่นชัดจากการจัดกิจกรรมงานวิ่งอมยิ้ม ได้แก่

1) การเป็นสื่อกิจกรรมในการดึงการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน การจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม เป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนลงแรงทรัพย์และแรงคนจำนวนมาก ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันในชุมชนท้องถิ่นรูปแบบใหม่ ที่องค์การส่วนท้องถิ่นและ

ภาครัฐเข้ามามีส่วนรวมในการบริหารจัดการกิจกรรม งานวิ่งอมยิ้มเป็นกิจกรรมเชิงกีฬาที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มคนในระดับท้องถิ่นและชุมชน ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมตามบทบาทที่ตนได้รับ เป็นอย่างดีและเป็นระบบในลักษณะการร่วมแรงโดยผ่านสถาบันทางสังคม อาทิ วัด โรงเรียน มหาวิทยาลัย องค์การบริหารส่วนตำบล ตามบริบทที่แตกต่างกัน มหาลัยถูกใช้เป็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านเทคนิคการจัดการวิ่ง วัดและตลาดอมยิ้มถูกใช้เป็นที่จัดกิจกรรม และ สร้างสภาพแวดล้อม ที่สวยงาม และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

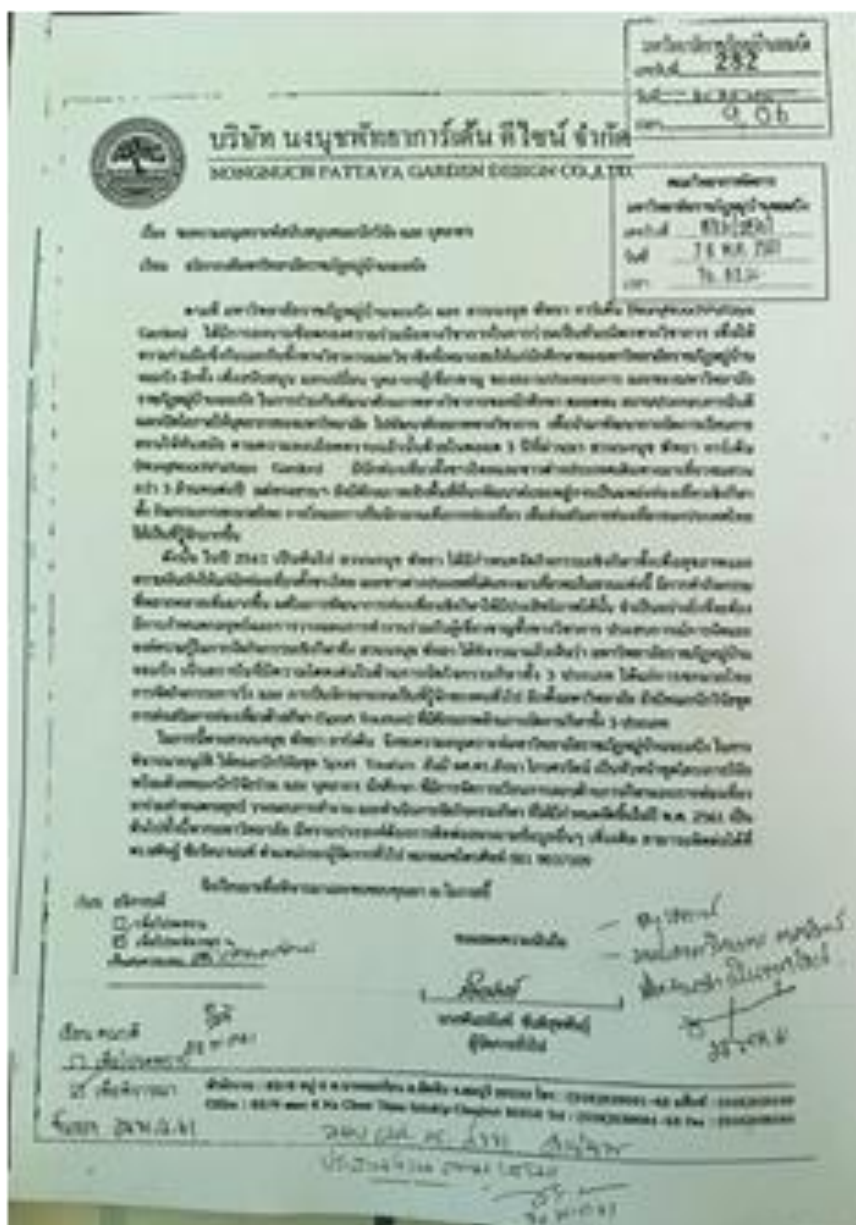
2) การเป็นสื่อกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน พบว่า ในการจัดกิจกรรมการวิ่งอมยิ้ม แต่ละครั้ง มีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะผู้จัดงาน มีการแบ่งสรร การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามความรับผิดชอบระหว่างองค์กรท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ประสพการณ์และความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนาชุดความรู้ท้องถิ่น และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการทำงานของท้องถิ่น เกิดพลังชุมชนขึ้น การประชุม และการเรียนรู้ในระหว่างการทำงาน เกิดกระบวนการเรียนรู้และปลูกฝังจิตสำนึกของท้องถิ่น จากการได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมงานวิ่งอมยิ้มของแต่ละคน ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ อาทิ การจัดงานวิ่ง ในส่วนของการจัดเส้นทางวิ่ง และ งานเทคนิค คณะกรรมการผู้จัดต้องระดมคนในท้องถิ่น อาทินักเรียน นักศึกษา ตำรวจ อปพร. อาสาสมัคร พยาบาล ที่มีความรู้ ความสามารถมาช่วยในการจัดการ เกิดการรวมกลุ่มกันทำงานของคนละช่วงวัย โดยเฉพาะ นักศึกษาเอกพลศึกษา ที่มีความสามารถในการจัดการแข่งขันกีฬามวลชน เกิดความภาคภูมิใจท้องถิ่นของตน ลักษณะดังกล่าว สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทางสังคมและปลูกฝังจิตสำนึกร่วมกันของคนรุ่นใหม่ และรุ่นเก่า เมื่อคนรุ่นใหม่มองเห็นคุณค่าของกิจกรรมและสนใจที่จะฝึกฝนเพื่อเข้าร่วม ขณะที่คนรุ่นเก่าเกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในความสามารถของตนพร้อมที่จะถ่ายทอดให้คนรุ่นใหม่

3) ผลกระทบด้านวัฒนธรรม กิจกรรมวิ่งอมยิ้มนำไปสู่การอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น งานวิ่งอมยิ้มมีการนำชุดกลองยาวของชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนมาร่วมในการจัดเชียร์ และสร้างความสนุกสนานบันเทิงให้กับนักท่องเที่ยวยุคกีฬา รวมถึงมีการอนุรักษ์และสืบสานอาหารพื้นถิ่น และ วัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งกำหนดเป็นแนวคิด หรือ (Theme) ของการจัดงาน “วิ่งอมยิ้ม วิถีวิถีไทยสไตล์ย้อนยุค”

4) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การเกิดขึ้นของงานวิ่งอมยิ้มทำให้เกิดการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงทัศนียภาพของชุมชนและ ปรับปรุงสภาพแวดล้อม ให้เหมาะสมสำหรับการจัดงานวิ่ง อาทิ การตัดหญ้า แพร่ฉากเส้นทางวิ่งที่รถสัญ ให้สะอาด เรียบร้อย โดยทีมตัดหญ้าของชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลนำรถฉีดน้ำมาทำความสะอาดถนน ขจัดฝุ่น เส้นทางถนนชนบทที่ใช้เป็นเส้นทางวิ่ง มีการปรับสภาพถนนให้พร้อมสำหรับการใช้งาน ปรับปรุงส่วนที่ชำรุด บริเวณวัดเขากลางตลาด ให้อยู่ในสภาพที่เอื้อต่อการวิ่ง ในส่วนของตลาดชุมชนอมยิ้มเองมีการปรับปรุงทัศนียภาพและดูแลสภาพแวดล้อมให้พร้อมสำหรับการจัดกิจกรรม เช่น การสร้างจุดชมดอกบัวเพิ่มขึ้น การสร้างจุดถ่ายภาพ และอื่น ๆ เพิ่มเติม

2. การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม แผนงานวิจัยซึ่งประกอบไปด้วยโครงการย่อยจำนวนทั้ง 4 โครงการ ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน บริษัท บริษัท สอนนงนุช พัทธการเดินดิไซน์ จำกัด ได้ตกลงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงซึ่งเป็น

หน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัย ได้ผลการวิจัยของชุดโครงการ รวมถึงคณะนักวิจัยในการร่วมพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับบริษัทสวนนงนุช มีการจัดกิจกรรมชมมวย และวางแผนการจัดกิจกรรมวิ่ง และปั่นจักรยาน เป็นกิจกรรมเชิงกีฬาในระยะเริ่มต้น และมีโครงการจะพัฒนาการในส่วนของ งานกีฬา (Sport event) อื่น ๆ เพิ่มเติม



ภาพที่ 5.2 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านมิติเศรษฐกิจ/พาณิชย์
ที่มา : สังเคราะห์โดยนักวิจัยของชุดโครงการ สิงหาคม, 2561

3. การใช้ประโยชน์มิตินโยบาย ได้แก่ การนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการบริหาร/กำหนดนโยบาย แผนงานวิจัย และชุดโครงการย่อย ได้รับการติดต่อจาก สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี ซึ่งจะก่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบายดังนี้

3.1 เป็นวิทยากรจัดอบรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับ เครือข่ายและองค์กรด้านการบริหารจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากภาคส่วนต่าง ๆ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถานศึกษา และ หน่วยงานอื่น ๆ จำนวนทั้งสิ้น 60 คน ซึ่งกลุ่มบุคคลผู้เข้าร่วมการอบรมได้รับความรู้และ มีการแบ่งกลุ่มจัดทำแผนการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา ในพื้นที่ของตนเองที่พร้อมสำหรับการดำเนินกิจกรรมได้

3.2 จัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด คณะนักวิจัยเป็นที่มางานระดมความคิดเห็นในการของภาคีและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด มีการจัดพาศึกษาดูงาน ในเมืองต้นแบบ ณ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลกระทบจากการใช้ประโยชน์จะทำให้จังหวัดราชบุรีมีแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานของจังหวัดต่อไป



ภาพที่ 5.3 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านมิตินโยบาย
ที่มา : สังเคราะห์โดยนักวิจัยของชุดโครงการ สิงหาคม, 2561

4. การใช้ประโยชน์ในแง่สาธารณะ

4.1 แผนงานวิจัยและโครงการย่อยได้มีการถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบของการจัดนิทรรศการ เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร และเอกชนสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยมีการจัดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สาธารณะชนในงานแข่งขัน สสส.จอมบึงมาราธอน ซึ่งเป็นงานที่มีจำนวนผู้ลงทะเบียนวิ่งมากกว่า หนึ่งหมื่นคน และ จำนวนผู้ติดตามอีกจำนวนมาก






 筑波大学
 University of Tsukuba

Welcome

1. **Professor Yukio YAMADA, Ph.D.**
 Director of Sports and Physical Education Center
 Professor, Faculty of Health and Sport Sciences
 University of Tsukuba
2. **Mr. Shogo FUJITA**
 Graduated Student of University of Tsukuba
3. **Mr. Piyappom KLOMKLEW**
 Part-time lecturer at Thammasart University
4. **Mr. Sukrit Samakketkarn**
 Lawyer of Thailand
5. **Mr. Atsushi HASEGAWA**
 Secretariat of International Sports Exchange
 Event Organizing Committee: ISEE

ภาพที่ 5.4 แผนงานวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้านสาธารณะ
 ที่มา : สังเคราะห์โดยนักวิจัยของชุดโครงการ สิงหาคม, 2561

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). **สรุปสินค้าทางการท่องเที่ยว 2541 – 2542**. กรุงเทพมหานคร.
- _____. (2550). **แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2549**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2549). **โครงการศึกษาการส่งเสริมสินค้าท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2016). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวปี 2561.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2559**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กฤษฎิยา ศังขจันทร์ธานนท์ และ คณะ (2550). **โครงการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กาญจนา ศรีสิงห์. (2555). **คู่มือการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสำหรับประชาชน**. ค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 3, 2558, จาก <http://www.baanmaha.com/community/thread46652.html>.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ. (2557). **กรอบการวิจัย ประจำปีงบประมาณ 2558**. กรุงเทพมหานคร : กองบริหารแผนงานและงบประมาณการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- จะเรียม สรรวจ. (2560). **อีเวนต์วิ่งมาแรงปีนี้ทะลุ600งาน**. ค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 13, 2561, จาก <https://www.posttoday.com/market/news/481883>.
- จิรา บัวทอง. (2014). **การวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด .TAT review Magazine**. ฉบับที่ 3/2557 กรกฎาคม – กันยายน. Published 07 July 2014.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ. (2559). **รายงานผลการวิจัยกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ**. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยและการแพทย์แผนไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ฉัตรเฉลิม งามอาจานศาล. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด : ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่**. กรุงเทพมหานคร : จุลสารอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ทัศนีย์ นาคเสนีย์ และ วสันต์ นาคเสนีย์. (2559). **รายงานผลการวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยจักรยานข้ามประเทศ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยตนเองและเส้นทางท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกของ ประเทศไทย**. ราชบุรี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). **การวิเคราะห์อภิมาน**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช. (2545). **การสังเคราะห์งานวิจัยทางการศึกษาด้วยการวิเคราะห์อภิมานและการวิเคราะห์เนื้อหา**. กรุงเทพมหานคร : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- พรพฐ รูปจำลอง. (2552). **กรอบนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. วิทยานิพนธ์ (รป.ด.) .มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิการ.
- พรพรณี สอนเพลงและคณะ. (2556). **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ แผนงานยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ยุรพร ศุภรัตน์ และคณะ. (2559). **รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ แผนงานการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- วิพุธ อ่องสกุล และธวัชวรรณ กนิษฐ์พงศ์. (2550). **การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก. Small Business Management Entrepreneurship and Beyond**. กรุงเทพมหานคร : ไอ กรู๊ปเพรส.
- ศุภกิจ วงศ์วิวัฒน์กิจ. 2550. **พจนานุกรมศัพท์การวิจัยและสถิติ**. กรุงเทพมหานคร : ด่าน
- ไศรยา หอมชื่น และฐานิช ลิ้มตระกูล. (2555). **Tourism and Sport Event**. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย eTAT tourism Journal**. ปีที่ 2. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). **ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา**. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย eTAT tourism Journal**. ปีที่ 2. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ (2559) **รายงานผลการวิจัยแนวทางการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก**. ราชบุรี : คณะวิทยาวิทยาการ จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- เสรี เพิ่มชาติ และ นงลักษณ์ เพิ่มชาติ. (2559). **รายงานผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาการจัดการวังเพื่อสุขภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง กีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย**. ราชบุรี : คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2554. **แผนบูรณาการการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคตะวันตก**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนบูรณาการการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรีให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจภาคตะวันตก**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). **การประชุมประจำปี 2556 ของ สคช. เรื่อง เส้นทางประเทศไทยสู่ประชาคมอาเซียน สำนักงานคณะ**. กรุงเทพมหานคร : กรมพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2560). **คู่มือองค์ความรู้กระบวนการจัดทำ แผนแม่บท/ยุทธศาสตร์การพัฒนอุตสาหกรรม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of Brand Personality. **Journal of Marketing Research**.
- Aaker. D.A. (1996). **Building Strong Brands**. London, UK : Free Press.
- Anholt, Simon. (2007). **Competitive identity**. The new brand management for nations, cities and destinations. Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Anholt, Simon. (2009). Place Branding and Public Diplomacy – the Quarterly Journal. Retrieved August 21, 2011 from <http://www.simonanholt.com/Publications/publications-the-journal.aspx>
- Anholt, Simon. (2010). Definitions of place branding – Working towards a resolution.
- Balmer, J.M.T. (2001). Corporate identity, corporate branding and corporate marketing: seeing through the fog. **European Journal of Marketing**, 35: 248–292.
- Balmer, J.M.T. and Gray, E. (2003), Corporate brands: what are they? What of them?. **European Journal of Marketing**, Vol. 37 No. 7-8, pp. 972-97.
- Biddiscombe, R. (2006). **The business of sport tourism report Sport Business internatonal**. Retrieved March 20, 2010 from http://sportbusiness.com/files/tourism_sum.pdf.
- Bieger, T. (1997). **Management von Destination and Tourism organization**. Wien, Oldenbourg. Marketing Review, Vol. 5, No. 4, pp. 329-342.
- British Columbia. (2013). Sport Tourism Business Essentials. The essential guide to understanding and developing sport tourism in BC. Destination BC Corp. City of Richmond, 2009. Butterworth–Heinemann.
- Duncan, T. (2005). **Principles of advertising and IMC**. 2nd ed. New York, NY: McGraw-Hill.
- EMBOK (Event Management Body of Knowledge). (2007). *Core values*. EMBOK : Washington.
- FindMyMarathon.com (2017). **How many people finish a rarathon each year?**. Retrieved on December, 15. 2017. From findmymarathon.com/statistics.php
- Firenze, B. (1998). Sport tourism categories, (online) Available from <http://freepress.com/journals/jst/archive/vol3no4/category.htm>. (Accessed.
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997). Sports and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism* 4(3): 8–24.

- Gammon, S. & Robinson, T. (2003). Sports and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism* 8(1): 21–26.
- Getz, D. (1997). Event management and event tourism (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.
- Gibson, H.J. (1998a). **Active sport tourism : Who participates?** *Leisure Studies* 17(2): pp. 155–170.
- Gibson, H.J. (1998b). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review* 1: pp. 45–76. In *Destination Branding : Creating the Unique Destination Proposition*, edited by Jaun Carlos Bellowso. (2011). The City Branding of Barcelona: A Success Story .Palgrave Macmillan, New York.
- Hotels.com. (2017). **เผยเทรนด์ความนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. ค้นเมื่อ กันยายน 19. 2561. <http://www.brandage.com/article/1682/Hotels.com> วันที่ 19 กันยายน 2017
- Kavaratzis M, (2004). From city marketing to city branding: Towards a the oretical framework for developing city brands, *Place Branding*, Vol. 1, No.1, pp. 58-73.
- Kavaratzis M, (2005). Place branding: a review of trends and conceptual models,
- Kurtzman, J. &Zauhar, J. (1997). Wave in Time: The Sport tourism phenomenon. *Journal of Sport Tourism* 4 (2): 5-20.
- Leiper, N. (1990). *Tourism systems*. Occasional Paper 2. Auckland: Department of Management Systems, Massey University.
- Law, C.M. (1996) *Tourism in Major Cities*. London: Routledge
- Maria Fola. (2011). *Athens City Branding and the 2004 Olympic Games*. Palgrave Macmillan, New York.
- Maxwell JA. (1998). Designing a qualitative study, in L Bickman and DJ Rog (eds), *Handbook of applied social research methods*, SAGE, Thousand Oaks.
- Moilanen, Teemu & Rainisto, Seppo (2010). *How to brand nations, cities and destinations. A planning book for place branding*. Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Moilanen, Teemu & Rainisto, Seppo. (2010). *How to brand nations, cities and destinations. A planning book for place branding*. Palgrave Macmillan, Hampshire.
- Morgan Nigel. (2004). Opinion pieces. Where is place branding heading? *Place Branding* Vol. 1, No. 1, pp. 12-35.
- Morgan, N., and A. Pritchard. (2002). **Contextualizing Destination Branding**.
- Morgan, N., Pritchard, A., Pride, R. (2010). *Destination branding: creating the unique destination branding proposition*. (revised 2nd ed.) Oxford, UK:

- Mowen, J. C. & Minor, M. (2001). **Consumer behavior : A framework**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Mowen, J. C. (1990). **Consumer Behaviour**. 2nded. New York: Macmillan Publishing Company. N. Morgan, A. Pritchard, and R. Pride. Oxford: Butterworth-Heinemann, p. 11-43
- Olgay Buyukkayali. (2012). **Why is running becoming such a trend?**. Retrived on December, 5. 2016. From <http://www.hurriyetdailynews.com/why-is-running-becoming-such-a-trend.aspx?pageID=500&eid=22>
- The Outdoor Foundation,(2017). **Outdoor Participation Report**. Washington DC
- Perry, M., Foley, P. & Rumpf, P. (1996). Event management: An emerging challenge in Australian higher education. *Festival Management & Event Tourism* 4(3/4): 84–95.
- Philip Kotler. (2000). **Marketing Management**. The Millennium Edition. New Jersey: Prentice. Hall.
- Porter, Michael E. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. NY: The Free Press
- Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. HK: The Macmillan Press Ltd.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination, a sustainable tourism perspective*. Cambridge: Cabi Publishing.
- Raubo, A. N. N. A. (2010). *City Branding and Its Impact on City's Attractiveness for External Audiences*. Erasmus University.
- Reisinger, Y. & Mavondo, F. (2006). Cultural consequences on travel risk perception and safety. *Tourism Analysis*, 11(4).
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2003). *Management*. 7thed. New Jersey : prentice Hall
- Robbins Stephen P. (1974). *Managing Organizational Conflict : A Nontraditional Approach*.
- Saayman, M. (2001). *En route with tourism*. Potchefstroom: Leisure Consultants and Publications.
- Saayman, M. (2002). *Hospitality, leisure and tourism management*. Potchefstroom: Leisure Consultants and Publications.
- Saraniemi, S. (2009). *Destination Branding in a Country context*.
- Shone, A. & Parry, B. (2004). *Successful event management: A practical handbook*. Second edition. London: Thomson.

- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Swart, K. (2001). A curriculum design for sport tourism studies in South Africa.
Unpublished doctoral dissertation, Illinois State University, Illinois.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event management: A professional and developmental approach*. Landsdowne: Juta.
- Terence A. Shimp. (2003). Advertising promotion & Supplemental Aspects of integrated Marketing Communication. 64thed. Ohio: Thomson South-Western.
The Marketing Review, Vol. 5, No. 4, pp. 329-342.
- Turco, D.M., Riley, R. & Swart, K.R. (2002). *Sport tourism*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Watt,David.C.(2003). **Sports management and administration** 2nded. Routledge.
London ; New York
- Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sport tourism: Participant, policy and provider*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Xu, X.(2006) 'Modernising China in the Olympic Spotlight: China's National Identity and the 2008 Beijing Olympiad', in J.Horne and W.Manzenreiter (eds.) *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*, Oxford: Blackwell, pp.90–107.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสัจจา ไกรศรีรัตน์
ที่อยู่ปัจจุบัน	46/3 หมู่ที่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี
ตำแหน่งหน้าที่	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โทรศัพท์มือถือ 081-8214344

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2536	บริหารธุรกิจ (การโฆษณา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2542	การจัดการธุรกิจอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
พ.ศ. 2559	ดุขฎิบัณติต (การจัดการการทอ้งเทียะบบบูรณาการ) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2536 – ปัจจุบัน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
----------------------	---

สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ

การสื่อสารการตลาด การตลาดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

1. ชุดโครงการแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีบนฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงบประมาณ พ.ศ. 2554
2. ชุดโครงการตลาดนัดชุมชน วิถีคนท้องถิ่นเพื่อพัฒนาความเข้มแข็งเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงบประมาณ พ.ศ. 2555

งานวิจัยที่แล้วเสร็จ

1. หัวหน้าโครงการ การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2552
2. หัวหน้าโครงการการศึกษาแนวทางการนำวัฒนธรรม ชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรีมาใช้เพื่อ 8 ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งเสริมสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงบประมาณ พ.ศ. 2554
3. หัวหน้าโครงการการศึกษาแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาอาหารมอญจังหวัดราชบุรีเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานการอุดมศึกษา (สกอ.) พ.ศ. 2554

4. หัวหน้าโครงการการศึกษาบุคลากรคุณภาพของจังหวัดราชบุรีในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานงบประมาณ พ.ศ. 2554
5. หัวหน้าโครงการการวิจัยปฏิบัติการด้านการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบตราสินค้าและพัฒนากระเป๋าแฟชั่นจากผ้าทอพื้นถิ่นไทยทรงดำบ้านห้วยเขย่ง อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะวิทยาการจัดการ พ.ศ. 2555
6. หัวหน้าโครงการการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการตลาดนัดจากภูมิปัญญาผู้ประกอบการพ่อค้าเร่ตลาดนัด จังหวัดราชบุรีได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานงบประมาณ พ.ศ. 2555
7. หัวหน้าโครงการ ความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างจานเอนกประสงค์จากน้ำหมักชีวภาพสับปะรดจังหวัดราชบุรีได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะวิทยาการจัดการ 2556
8. การศึกษาประเพณีสงกรานต์ของชาวไทยพลัดถิ่นจังหวัด ราชบุรีเพื่อยกระดับสู่การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ 2557
9. ความหลากหลายทางชีวภาพของผักพืชบ้าน วัฒนธรรมชาติพันธุ์ และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี ได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สำนักงานการอุดมศึกษา 2557
10. กระบวนการสื่อสารทางการตลาดของย่านตลาดเก่าในมิติของการอนุรักษ์เอกลักษณ์ชุมชนและพัฒนาสู่การท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานงบประมาณ พ.ศ. 2558
11. การศึกษารูปแบบและ แนวทางการใช้จักรยานเสือภูเขาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผจญภัยในจังหวัดราชบุรี ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานงบประมาณ พ.ศ. 2560