



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการ
พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

Strategy and Guidelines to use Sport Event for Promoting
Sport Tourism Thailand

โดย

ผศ. ดร. สัจจา ไกรศรีรัตน์ และคณะ

ตุลาคม 2561

เลขที่สัญญา RDG60T0019

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event)
ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

คณะผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สัจจา ไกรศรรัตน์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ
อาจารย์ ดร. ทศนีย์ นาคเสนีย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ

ชุดโครงการศักยภาพ โอกาส และ แนวทางการพัฒนาการ
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช., สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ประจำปีงบประมาณ 2560 จึงขอขอบคุณคณะกรรมการผู้พิจารณาชุดโครงการ ผู้ประสานงาน ผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะแก้ไขปรับปรุงโครงการวิจัย และให้ทุนสนับสนุนการวิจัยไว้ ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิจากโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่ทำหน้าที่ในการเป็นพี่เลี้ยง กำกับ ดูแล ให้คำชี้แนะ ในการดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการ โดยเฉพาะ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล ดร. สุนันทา ชูตินันท์ คุณอุไรรัตน์ เนถาวร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรธิกา พังงา ตลอดจนทีมงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการทุกท่าน ที่ช่วย ประสานงาน กำกับติดตาม ตลอดจนดูแลช่วยเหลือนักวิจัยอย่างใกล้ชิด

ในโอกาสนี้ดิฉันขอขอบคุณอย่างสูงต่อหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องทุกท่านทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนจอมบึงที่ได้สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ และข้อคิดเห็นซึ่งเป็นประโยชน์ อย่างยิ่งต่อการวิจัย ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ชัยฤทธิ์ ศิลาเดช อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้าน จอมบึง และ ผศ.ดร.ชฎาพร โพธิ์สุวรรณ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่อำนวยความสะดวก สนับสนุน และส่งเสริมการดำเนินงานจนผลงานวิจัยแล้วเสร็จ

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.โยธิน แสงวดี ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษางานวิจัย และคำแนะนำที่ดี ในการดำเนินงานวิจัย และการเขียนรายงาน คณะผู้วิจัยขอขอบคุณนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะกรรมการ จัดงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่ให้ข้อมูล และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ต่อการวิจัย และขอขอบคุณผู้ช่วยเหลืออื่น ๆ ในระหว่างการเก็บข้อมูล ขอขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการ สัมมนาระดมความคิดทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำให้ข้อมูล สนับสนุนส่งเสริม จนกระทั่งการวิจัย ครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์อันใดที่บังเกิดขึ้นจากการดำเนินงานในครั้งนี้ ขอมอบให้เป็นคุณความดี แต่ผู้เกี่ยวข้องและมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ ชาติให้ ยั่งยืนต่อไป

คณะผู้วิจัย
สิงหาคม 2561

“กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ สัจจา ไกรสรรัตน์
สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในยุคปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มขยายตัวมากขึ้น และมีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากหลายเหตุผลประกอบกัน เช่น แนวโน้มของการท่องเที่ยวและการเล่นกีฬาที่เริ่มแพร่หลายมากขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยว ที่นิยมทำกิจกรรมทั้งสองคู่กันจนเกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มมากขึ้น หรือแม้แต่พัฒนาการในการใช้เทคโนโลยีการกีฬาที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถผนวกการเล่นกีฬาในระหว่างการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น เป็นต้น จากการขยายตัวมากขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงเป็นเหตุจำเป็นที่ภาครัฐ ต้องวางแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยให้มีความชัดเจน จริงจัง และมีประสิทธิภาพ กระบวนการที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คือ การประเมินศักยภาพ การวิเคราะห์โอกาสทาง ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกำหนดแนวทางการพัฒนาอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ โดยการประเมินศักยภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นนำผลการประเมินศักยภาพในปัจจุบัน เปรียบเทียบกับเกณฑ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อหาข้อจำกัดเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.2.4 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตมุ่งเน้นไปที่การค้นหา ศักยภาพ จุดเด่น วิธีการ ขั้นตอน กระบวนการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาของประเทศไทย

1.3.2 ขอบเขตทางด้านพื้นที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาในพื้นที่ประเทศไทย

1.3.3 ระยะเวลาในการศึกษา มีนาคม 59 เมษายน 2560

สรุปผลการดำเนินงาน

ผลการวิเคราะห์ สถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง กีฬาของประเทศไทย”

1. สถานการณ์การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

กระแสการให้ความสนใจต่อสุขภาพ การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การตื่นตัวในเรื่องการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของคนทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การเชื่อมต่อโลก ไร้พรมแดน เหล่านี้ล้วนทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Sports related industrial) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมกีฬาเข้ามาเกี่ยวข้องในระหว่างการเดินทาง ในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แล้ว การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport event) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบหนึ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นได้ทั้งในกลุ่มผู้เล่นกีฬา (Active sport tourism) และ กลุ่มคนดู (Passive sport tourism) การท่องเที่ยวเพื่อชมงานหรือมหกรรมกีฬาสำหรับประเทศไทยแล้วยังถือว่า มีข้อจำกัดทาง สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านกีฬา ด้านสาธารณูปโภค อาทิ ความพร้อมของสนามกีฬา สิ่งแวดล้อม และระบบการขนส่งสาธารณะ ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานของการจัดกิจกรรมให้ เป็นไปตามข้อกำหนดขององค์กรกีฬาสากล อีกทั้งภาพลักษณ์ของประเทศไทยยังไม่โดดเด่นในเรื่อง การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬา

สถานการณ์การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับชุมชน ท้องถิ่น พบว่าถึงแม้นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจะยังไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นรูปแบบแต่ชุมชนท้องถิ่น มีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาในบริบทธรรมชาติ ใช้ฐานทรัพยากรท้องถิ่น เป็นตัวเดินเรื่อง ขับเคลื่อน กิจกรรมเชิงกีฬา อาทิ การจัดงานวิ่งในพื้นที่ธรรมชาติ (การวิ่งเทรล) การปั่นจักรยาน การจัดกิจกรรม ปีนหน้าผา แข่งเรือ ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่ต้องอาศัยคุณลักษณะและคุณสมบัติเชิงกายภาพ ของพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมมาสร้างจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของงาน กิจกรรมการปั่นจักรยานมี การจัดกิจกรรมในทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเฉพาะการจัดโดยชุมชน ชมรมหรือกลุ่มนักปั่นใน ท้องถิ่น

ส่วนของกิจกรรมเชิงกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการวิ่ง ข้อมูลจากการศึกษาสำรวจพบว่าในปี 2560 มีการจัดงานวิ่งเพิ่มขึ้นกว่า 100 เวิร์ชเชนต์ จากเดิมประมาณ 500 งานต่อปี เพิ่มขึ้น มากกว่า 1000

งานต่อปี มีจำนวนนักวิ่งเพิ่มขึ้นจาก 12 ล้านคน เพิ่มขึ้น เป็นกว่า 15 ล้านคน การจัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะจัดในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ในแต่ละสัปดาห์ มีการจัดงานประมาณ 3-4 งานต่อสัปดาห์

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมเชิงกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ 10 ลำดับแรกได้แก่ ในปี ค.ศ 2016 ได้แก่ (1) วิ่ง (2) เดินป่า (3) ปั่นจักรยานทางเรียบ (4) ตกปลาน้ำจืด (5) แคมป์ปิ้ง (6) ส่องสัตว์ (7) แคมป์ปิ้งด้วยรถยนต์ (8) ตกปลาในทะเล (9) ดูนก และ (10) ล่าสัตว์ด้วยหน้าไม้

ส่วนกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่มีอัตราการเติบโตเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก ได้แก่ การพายเรือแบบยืน (Stand up padding) (2) การพายเรือคายัค (3) ไตรกีฬา แบบออฟโรด (4) จักรยานผาดโผน (5) การวิ่งเทรล (6) สก๊ิกแบบครอสคันทรี่ (7) การแข่งขันแบบผจญภัย (Adventure racing) (8) การพายเรือคายัค น้ำจืด (9) ไตรกีฬา (Traditional/Road) และ 10 พายเรือคายัคในทะเล

กิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่มีความโดดเด่นของประเทศไทยในมุมมองของชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องได้แก่ (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 ตามลำดับ

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Phenomenon) สังคมในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น พื้นที่ที่เคย ถูกเรียกว่าชนบทมีความเจริญกลายเป็นสังคมเมืองส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติทั้งลักษณะทางกายภาพของเมือง จำนวนประชากร วิถีชีวิตของคนในสังคมนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจประกอบกิจกรรมกีฬาในแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น และมีการใช้สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มผสมผสานของการท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) กีฬา (Sport) และความบันเทิง (Entertainment) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่เนื่องจากความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่เป็นต้นกำเนิดของกิจกรรมกีฬา และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม อาทิ ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย ผสมผสานกับกระแสความห่วงใยสุขภาพ การตื่นตัวของการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย ที่เป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่มีวิถีชีวิตผูกติดกับเทคโนโลยี และใส่ใจตัวเองเป็นพิเศษทั้งอารมณ์และร่างกาย เหล่านี้ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยมีการขยายตัว การบริหารจัดการของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นไปในลักษณะของการตั้งรับมากกว่า เป็นการบริหารจัดการเชิงรุก

2. ศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา
พิจารณาจากด้านต่าง ๆ พบว่า

2.1 ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม ส่วนที่มีศักยภาพน้อยได้แก่ ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium)

อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหรหรรรมกีฬาตามลำดับ

2.2 ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ศักยภาพด้านการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก หลากหลาย และ ปลอดภัย แต่ในระดับท้องถิ่นแล้ว ศักยภาพด้านระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ยังเป็นประเด็นปัญหาที่สำคัญสำหรับการเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา

2.3 ศักยภาพด้านที่พัก Accommodation) พบว่า ประเทศไทยโดยเฉพาะในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวหลักมี ศักยภาพด้านโรงแรมที่พักเพื่อรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คน จำนวนมากแต่ในพื้นที่เมืองรอง ศักยภาพด้านโรงแรมที่พักยังไม่เพียงพอต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ และ ยังขาดบริการด้านที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนต เป็นต้น ตามลำดับ

2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่า ประเทศไทยมี ศักยภาพด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับกลุ่มผู้ร่วมงานขนาดใหญ่หรือคนจำนวนมาก อีกทั้งชื่อเสียงด้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยเป็นมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ แต่ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ห้องน้ำ ร้านอาหาร เพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก ป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้มาเยือนจำนวนมาก และ จุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้มาเยือนทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ

2.5 ศักยภาพด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา(Activities) พบว่า ประเทศไทยมี ศักยภาพด้านความหลากหลายของบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น อาทิ การจัดบริการอาหารพื้นถิ่น ผลไม้ท้องถิ่น และเครื่องดื่มประจำถิ่น ความหลากหลายของงานประเพณี และวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ ความหลากหลายและความน่าสนใจของแหล่งช้อปปิ้ง และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ แหล่งผลิต ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว และความน่าสนใจของสถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม

2.6 ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น(Aboriginal Support) ได้แก่ ศักยภาพด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่พร้อมปฏิบัติงานสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา หรือ มหรหรรรมกีฬาที่มีคนมาร่วมงานจำนวนมาก มีศักยภาพในการดึงการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากชุมชนใน พื้นที่ ส่วนศักยภาพที่มีน้อยได้แก่ ศักยภาพด้านความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหรหรรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

3. จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้งทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วังเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐยังมี การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชน

ใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรมและ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่มจ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก

ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ของประเทศไทย เรียงลำดับจากค่าถ่วงน้ำหนักมากไปหาน้อย ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งคือ (1) ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก (2) ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3) ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการบินเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรองการบินแบบไม่แข่งขัน และการบินเฉพาะกลุ่มกระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย (4) ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน และ (5) มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

2. สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อน คือ (1) ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (2) ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น (3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น (4) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ และ (5) ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง

3. สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส ของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ (1) กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังมาแรง (2) นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย (3) ความมีชื่อเสียงของประเทศไทย และ (4) การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้เมื่อนำปัจจัยที่เป็นโอกาสดังกล่าวมาแล้ว มาประเมินและกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าประเทศไทย

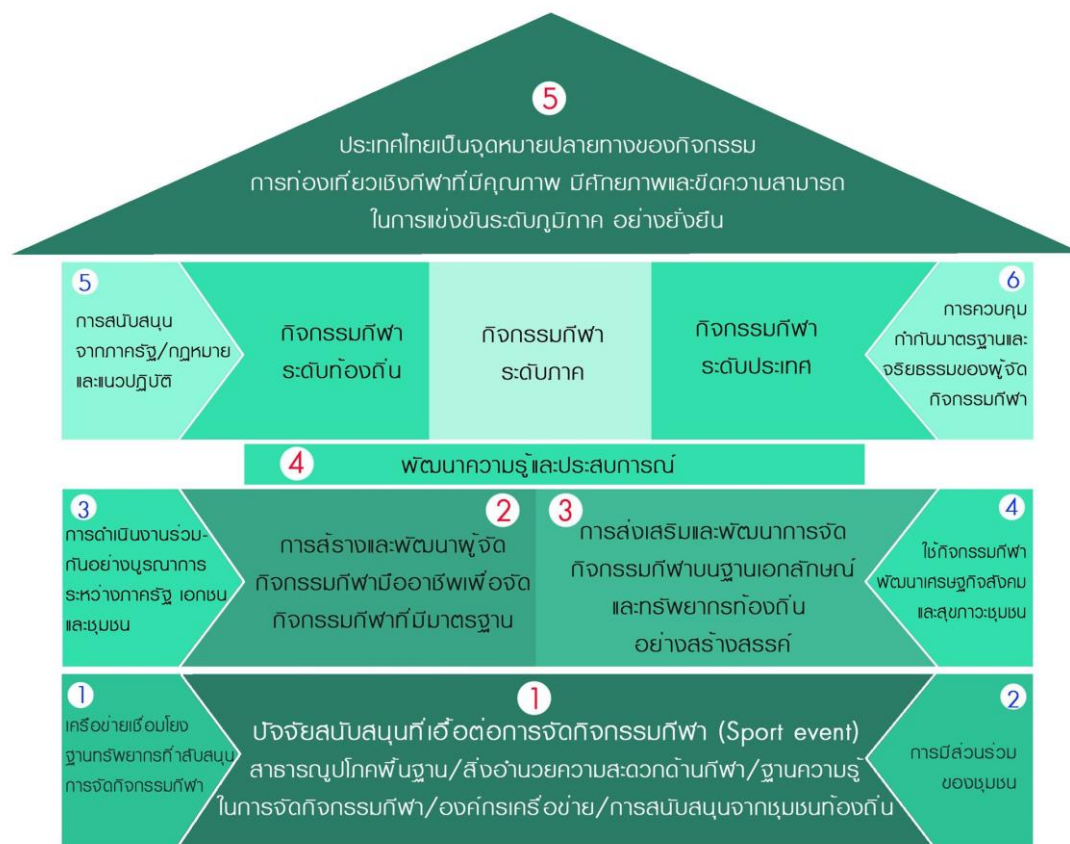
4. สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็น อุปสรรคสำคัญในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คือสภาพการแข่งขันเนื่องจาก

แต่ละประเทศพยายามกำหนดมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลให้ภาพการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยก็จะเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงทำให้โครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ ยังด้อยกว่าประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาก่อน

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

จากจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย รวมถึงจุดแข็งด้านการมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ดังกล่าวเป็นข้อได้เปรียบที่นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ประเทศไทย ควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและความหลากหลายของภูมิประเทศ 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 ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทยและศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ผลการวิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
ที่มา นักวิจัย, 2560

จากภาพที่ 1 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย กำหนดเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา คือประเทศไทย จุดหมายปลายทางของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมกีฬา (Sport event) ได้แก่ สาธารณูปโภคพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา ฐานความรู้ ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา การพัฒนาองค์กรเครือข่าย และการดึงการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น
2. สร้างและพัฒนาผู้จัดกิจกรรมกีฬาอย่างมืออาชีพ เพื่อจัดกิจกรรมกีฬาที่ได้มาตรฐาน
3. ส่งเสริมและพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬามืออาชีพและทรัพยากรท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์
4. พัฒนาความรู้และประสบการณ์การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของประเทศไทย ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับชาติ เพื่อปูทางไปสู่การเสนอตัวจัดมหกรรมกีฬาในระดับสากล

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน

ในการดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนการดำเนินการดังนี้

1. มีการจัดทำฐานข้อมูลและ เครือข่ายเชื่อมโยงฐานทรัพยากรที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา
2. การมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสนับสนุนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ผู้สนับสนุนด้านอุปกรณ์ แรงงาน การปฏิบัติการ เป็นต้น
3. มีการดำเนินการร่วมกันอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน ในฐานะหุ้นส่วนของการพัฒนา
4. ใช้กิจกรรมกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสุขภาพของคนในชุมชน
5. ภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งในด้านนโยบายและ การออกกฎหมายแนวปฏิบัติที่เอื้อต่อการดำเนินงาน เช่น ระเบียบพัสดุ ระเบียบการจัดงาน เป็นต้น
6. จัดให้มีการควบคุมกำกับมาตรฐาน และจริยธรรมของผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค และ ป้องกันชื่อเสียงของประเทศไทย จากผู้ประกอบการหรือผู้จัดกิจกรรมที่ขาดจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

4. กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีกลยุทธ์ที่ปรากฏออกมาจากการดำเนินการวิจัย จำนวน 5 กลยุทธ์ ประกอบไปด้วยเป็นกลยุทธ์เชิงรุก โดยการนำจุดแข็งกับโอกาสมาสร้างปัจจัยเชิงรุกให้กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 2 กลยุทธ์ และเป็น กลยุทธ์เชิงแก้ไขเป็นการนำปัจจัยเชิงบวกของโอกาส มาพัฒนาแก้ไขจุดอ่อนของประเทศไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 3 กลยุทธ์ ดังแสดงในตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงรุก

โอกาส	จุดแข็ง
1. กระแสความนิยม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรงและเติบโต	1. ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก
2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	2. ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย เป็นต้น	3. ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย

ตารางที่ 1(ต่อ)

โอกาส	จุดแข็ง
4. การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยง	4. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน
	5. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬานบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน	

ตารางที่ 2 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงแก้ไข

โอกาส	จุดอ่อน
1. กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรงและเติบโต	1. ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	2. ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น
3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย เป็นต้น	3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น
4.การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยง	4. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬามากมาย เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ
	5. ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง
กลยุทธ์ที่ 3 ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	
กลยุทธ์ที่ 4 ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ	

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาคณะผู้วิจัยนำไปสู่การอภิปรายผลเพิ่มเติมดังนี้

1. จากผลการวิจัย เสนอแนะให้ประเทศไทยควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจ ความหลากหลายของภูมิประเทศ และ ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว มวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทาง ธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก การวางตำแหน่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ คลิฟตันและซิมมอน (Clifton & Simmons, 2004 : 213) ซึ่งเป็นการระบุคุณค่าหลักที่สะท้อนถึงความเป็นเมืองชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นจริง สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งคุณค่าที่กำหนดควรมีความคงทน มีความเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยว สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ ได้หลากหลาย (Morgan, Pritchard & Piggott, 2002 : 344)

2. ผลการศึกษากำหนดกลยุทธ์ ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลยุทธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการด้านการสื่อสารทางการตลาด (Morgan, Pritchard & Piggott, 2002 : 344) ซึ่งเห็นว่า กีฬาและกิจกรรมได้รับการยอมรับเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยสร้างการรู้จักและสื่อสารหลากหลายของกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ออกสู่สาธารณะ ถึงแม้ว่า กีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬา (Event) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมกีฬาและสามารถใช้ดึงดูดผู้มาเยือนให้เข้ามาในพื้นที่ และเป็นภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพ และการเป็นอยู่ที่ดี

3. กลยุทธ์ที่เกิดจากผลการดำเนินการวิจัย กำหนดให้ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืนกลยุทธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และ สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (ททท., 2561) ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเปิดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” และยังสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ฮินช์และไฮย์แอม (Hinch and Higham, 2004 : 56) ซึ่งพบว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ส่งผลต่อการใช้จ่ายที่จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว การพัฒนาทางกายภาพ และการเกิดขึ้นของกิจกรรมเชิงกีฬารูปแบบใหม่ ๆ ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มีทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจทางตรง ได้แก่ รายจ่ายของผู้มาเยือนเกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม การเดินทาง ที่พักอาศัย การชมศิลปะต่าง ๆ รวมถึงการซื้อหัตถกรรมท้องถิ่น ส่วนผลกระทบทางอ้อมมาจากผลวิฤตจากการใช้จ่ายทางตรง เช่น

เจ้าของที่พักอาศัยจ่ายเงินเดือนพนักงาน ร้าน อาหารจ่ายค่าวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เป็นต้น กิจกรรมเชิงกีฬาส่งผลต่อสังคม และวัฒนธรรมในหลายด้าน เจ้าภาพผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมเชิงกีฬาได้หลากหลายวิธี อาทิ การจัดเส้นทางวิ่งผ่านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น ในการสร้างความสำเร็จให้กับชุมชนในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ชุมชนเหล่านั้นจะต้องรู้จักตัวเองมากพอ มีการวิเคราะห์ตัวเอง เพื่อนำไปสู่กำหนดเป้าประสงค์การพัฒนาและวางแผนดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ที่จะบรรลุตามเป้าประสงค์และพาชุมชนไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Morgan, Plitchard & Plide, 2004, หน้า 31)

2. ในการสร้างความสำเร็จให้กับประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ประเทศไทยจะต้องรู้จักตัวเองมากพอ มีการวิเคราะห์ตัวเอง เพื่อนำไปสู่กำหนดเป้าประสงค์การพัฒนาและวางแผนดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ที่จะบรรลุตามเป้าประสงค์และพาชุมชนไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Morgan, Plitchard & Plide, 2004, p. 31). การสร้างตราสินค้าให้กับชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวมีความซับซ้อนและแตกต่างจากการสร้างตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริษัท เนื่องจากชุมชนเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นและตั้งอยู่บนความว่างเปล่า ชุมชนมีทรัพยากรท้องถิ่น เป็นต้นทุนเดิมของชุมชนอยู่แล้ว แต่ทรัพยากรเหล่านั้นอาจจะยังไม่เปล่งประกายโดดเด่นเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย อาทิ การขาดการบริหารจัดการ ขาดการส่งเสริมการตลาด หรือขาดการวิเคราะห์และจับคู่กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่เหมาะสม (Gnoth, 2002). การตัดสินใจว่าเลือกคุณสมบัติเด่นอันใด เพื่อใช้เป็นสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยว และเป็นคุณค่าหลักในการสร้าง สรรค์อัตลักษณ์ทางการแข่งขันมีหลักพิจารณาเบื้องต้น คือ คุณสมบัติเด่นที่เลือกสรรนั้น ควรมีส่วนสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งคุณสมบัตินั้นก็คือปัจจัยหลักในการสร้างตราสินค้าให้กับชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวนั่นเอง (Prentice, 2004).

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและจากผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬา จัดมหกรรมการแข่งขันกีฬาทั้งในระดับภาค ระดับประเทศ หรือกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่น นอกจากจะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่แล้ว ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ส่งเสริมภาพลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างความสุขแก่คนในชุมชน และเพิ่มความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ หากกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัด เป็นมหกรรมกีฬาระดับโลก จะช่วยพัฒนาแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี เมื่อประเทศนั้น ๆ กลายเป็นศูนย์กลางความสนใจของคนทั่วโลกในช่วงที่มีการจัดงาน ดังนั้นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องร่วมมือกับผู้จัดงาน เพื่อให้มั่นใจว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของประเทศจะถูกนำมาเผยแพร่ใน

ระหว่างการจัดงาน และการเป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาระดับโลกยังช่วยเน้นย้ำถึงปัจจัยด้านบวกของ
ประเทศนั้น ๆ ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย

2. กระแสการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ผสมกับการดูแลสุขภาพ และความสนใจ
การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เป็นโอกาสของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
ด้วยจักรยาน ชุมชนสามารถเริ่มต้นจากการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ดั้งเดิม ใช้เส้นทางเดิมที่ผู้คน
สัญจรมาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ด้วยการดึงการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในบทบาทของการเป็น
แหล่งท่องเที่ยว เช่น ดึงกลุ่มเกษตรกรผู้ทำนา ทำไร่ แปลงเกษตร ปลุกผักหวานป่า แหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ
และในฐานะของผู้ให้บริการสิ่งสนับสนุน เช่น ขอความร่วมมือร้านค้าชุมชน เป็นจุดพักจักรยานและให้
ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าร้านอาหารเพิ่มบริการพิเศษสำหรับนักปั่น มีที่แขวนจักรยาน
มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น การขอความร่วมมือนี้สามารถใช้ได้ในกรณีจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา
ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โรงแรมและที่พัก จุดกางเต็นท์ไม่เพียงพอ ชุมชนโดยผู้จัดงานสามารถ
ประสานโรงเรียน วัด สำนักสงฆ์ หอประชุมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเปิดบริการเป็นที่พัก

3. ชุมชนท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถใช้กิจกรรมเชิงกีฬา ส่งเสริม
การตลาดร่วมกับภาคบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ เช่น ร่วมมือกับร้านอาหาร ที่พัก ธุรกิจขนส่ง ด้วยการ
ใช้คูปองส่วนลด ในช่วงจัดกิจกรรมเชิงกีฬา โดยกำหนดช่วงเวลาในการใช้คูปองเฉพาะในช่วงที่จัด
กิจกรรมนี้เท่านั้น หากหลังจากนี้ค่าบริการต่าง ๆ จะเป็นราคาปกติ เป็นต้น

4. ชุมชนท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อม การสร้างแนวคิดในการจัด
กิจกรรมด้วยการชี้ให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน
เหล่านี้ล้วนช่วยสื่อสารกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้เห็นถึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ หากผู้จัดกิจกรรม
สามารถเชื่อมผสานสภาพแวดล้อมที่จับต้องได้ กับสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกิจกรรมจะนำไปสู่ความยั่งยืน
ของการจัดกิจกรรมในอนาคต

5. ข้อเสนอต่อการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยพบว่า
สิ่งสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาดำรงอยู่ได้ คือ การเป็นเจ้าภาพหรือเป็นแหล่งจัดกิจกรรมเชิง
กีฬาที่ดีมีคุณภาพ มีสภาพแวดล้อมหรือทรัพยากรในพื้นที่โดดเด่น และการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็น
ปัจจัยเสริม รูปแบบของการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดความสำเร็จอย่างสูงสุดที่ได้จากบทเรียนในพื้นที่
คือ การบริหารจัดการแบบบูรณาการด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว
ที่เกิดจากสภาพภูมิศาสตร์ที่ตั้ง น้ำตก ถ้ำ ภูเขา ป่าไม้ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกใน
พื้นที่ อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ บุคคลที่มีอยู่ของแต่ละองค์กรมาใช้อย่างผสมผสาน และบริการ
กิจกรรมโดยความร่วมมือร่วมใจขององค์กรที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิ
การท่องเที่ยวจังหวัด การท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรส่วนท้องถิ่น
ชุมชน ผู้ประกอบการ ทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงชนบท ตำรวจ อาสาสมัคร และเพื่อให้การจัดการ
และบริหารกิจกรรมสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมและเป็นไปตามธรรมชาติและมาตรฐานของแต่ละกีฬา
ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการเตรียมรับความเสี่ยงของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา การจัดงานหรือ
จัดกิจกรรมเชิงกีฬามีความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาดได้เช่นเดียวกับกิจกรรมการผลิตสินค้าหรือ
การบริหารจัดการโครงการอื่น ๆ การดึงคนจำนวนมากมารวมกัน การสร้างสรรค์กิจกรรมและกระบวนการ

ดำเนินกิจกรรม สามารถสร้างความท้าทาย ความยุ่งยาก และความเสี่ยงบางอย่างได้ ความผิดพลาด หรือความเสี่ยงนั้น อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียเล็กน้อย เช่น การสูญเสียสิ่งของไปจนถึงการก่อให้เกิด ความสูญเสียรุนแรงถึงชีวิตและทรัพย์สิน ในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา คนส่วนใหญ่มักจะคิดถึง ความเสี่ยงที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอันตราย แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความเสี่ยงมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การประท้วงหยุดงานของคณะทำงาน การเผยแพร่ข่าวสาร และการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ และสภาพอากาศ เป็นต้น ความเสี่ยงบางอย่างอาจเกิดขึ้นตามชนิด ของกีฬา ทั้งต่อตัวนักกีฬา และผู้ชม เช่น ความเสี่ยงที่เป็นอันตรายในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาประเภท แข่งจักรยาน อันตราย บาดเจ็บอาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากตัวผู้เข้าแข่งขันเอง และต่อตัวของผู้ชมการแข่งขัน จักรยาน การวิ่งมีความเสี่ยงที่จะต้องการแพทย์ฉุกเฉิน หรือเกิดภาวะหัวใจล้มเหลว เป็นต้น ความเสี่ยง คือ ความผิดพลาดทุกชนิดที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของงานดังนั้นความเสี่ยงจึงมีความหลากหลาย ทั้งความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจ และการเงิน ความเสี่ยงที่จะเกิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน (Performance) อาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น การขาดความน่าเชื่อถือของคณะทำงาน การไม่ มีความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรม เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และผลงานโดยภาพรวม ความเสี่ยงต่อร่างกาย และทรัพย์สิน ทุกกิจกรรมมีโอกาสในการเกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อร่างกาย ของผู้เกี่ยวข้อง และสุดท้าย คือ ความเสี่ยงทางจิตวิทยา การมีคณะทำงานที่ขาดประสบการณ์ นำไปสู่ ภาพลักษณ์เชิงลบ โดยทั่วไปแล้วภาพลักษณ์เกิดจาก 2 กระตุ้นที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัย ทางกายภาพ รวมถึงประสบการณ์เดิม และสิ่งกระตุ้นที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ คุณลักษณะ สภาพสังคม และ ลักษณะทางจิตวิทยา ผสมกับนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่สนใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา เมื่อได้รับหรือ สัมผัส กับข้อจำกัดต่าง ๆ อาทิ ปัญหาการเงิน สุขภาพ และความปลอดภัย การบริหารจัดการที่ขาด ประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบของกิจกรรมเชิงกีฬาได้ ดังนั้นคณะกรรมการ ผู้จัดงานจึงควรมีแนวทาง แผนการบริหารจัดการความเสี่ยง ข้อเสนอแนะ แนวทางการจัดทำแผนบริหาร ความเสี่ยง

ผู้วิจัยได้ทบทวนการดำเนินการวิจัยเพื่อสรุปเป็นบทเรียนจากการทำงานในพื้นที่ ตลอดจน ผลกระทบของโครงการที่เกิดขึ้นและจัดทำเป็นข้อเสนอแนะจากการดำเนินงานวิจัยสำหรับผู้สนใจ ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานตามโครงการ ผลการวิจัยที่ได้เมื่อพิจารณาตามโจทย์การวิจัยที่ตั้งไว้ ถือว่าผลการวิจัยสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ เนื่องจากโครงการวิจัยนี้มีลักษณะเป็นงานวิจัย เชิงนโยบาย การบรรลุผลในแง่ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้นำ นโยบายไปปฏิบัติ โดยผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1.1 ผลงานวิจัยที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในพื้นที่ เพื่อเผยแพร่ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ และกระตุ้น ความสนใจให้มาเยือน

1.2 ผลงานวิจัยที่ได้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนได้ เนื่องจากวิธีการ และแนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องภายในพื้นที่ จึงทำให้มองภาพออกมาในลักษณะของคนในได้อย่างดี

แนวทางการนำไปใช้ประโยชน์

โครงการวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการทำโครงการ และ ภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการวิจัยแล้วดังนี้

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

1.1 การใช้กิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาตลาดชุมชนอมยิ้ม คณะผู้วิจัยในชุดโครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ได้นำองค์ความรู้ไปใช้ในการใช้ประโยชน์โดยร่วมมือกับตลาดชุมชนตลาดย้อนยุควิถีไทย “ตลาดอมยิ้ม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมเชิงกีฬาวิ่งอมยิ้ม

1.2 การนำข้อมูลไปจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่กิจกรรมงานวิ่งและกิจกรรมเชิงกีฬาของจังหวัดราชบุรี ในงาน สสส.จอมบึงมาราธอน

2. การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชย์ โครงการวิจัย ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน บริษัทบริษัท สวอนนงนุชพัทยาการ์เด็นดีไซน์ จำกัด ได้ตกลงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัย ได้ผลการวิจัยของชุดโครงการ รวมถึงคณะนักวิจัยในการร่วมพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับบริษัท สวอนนงนุช มีการจัดกิจกรรมชมมวย และ วางแผนการจัดกิจกรรมวิ่ง และปั่นจักรยาน เป็นกิจกรรมเชิงกีฬาในระยะเริ่มต้น และมีโครงการจะพัฒนาการในส่วน ของ งานกีฬา (Sport event) อื่น ๆ เพิ่มเติม

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 จัดทำแผนการพัฒนาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด คณะนักวิจัยเป็นทีมงานระดมความคิดเห็นในการของภาคีและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัด มีการจัดพาศึกษาดูงาน ในเมืองต้นแบบ ณ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลกระทบจากการใช้ประโยชน์จะทำให้จังหวัดราชบุรีมีแผนการพัฒนา กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานของจังหวัดต่อไป

4. การใช้ประโยชน์ในแง่สาธารณะ

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

ตารางที่ 3 กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
กลยุทธ์ที่ 1 เพื่อพัฒนาศักยภาพของประเทศไทยให้สามารถ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และจัดกิจกรรมกีฬา บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน ได้รับการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	1. จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ Sport Event ใหม่ที่พัฒนาขึ้น เพื่อกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 10 Event 2. กิจกรรมเชิงกีฬา และ Sport event ของประเทศไทย ได้รับการมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2 3. ยกระดับกิจกรรมกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมนานาชาติ (International sport Events) ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพิ่มขึ้น ร้อยละ 4	1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยอย่างยั่งยืน บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น อาทิ การวิ่งเทรล การปั่นจักรยานวิบาก การล่องแก่ง การปีนผา และไตรกีฬา โดยเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีศักยภาพ สอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของโลก	กทท/ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
		2. พัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบองค์รวม ทั้งในด้านการขยายตลาดเป้าหมายไปต่างประเทศ การเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่	ททท ค่ายมวย
		3. จัดทำมาตรฐานกิจกรรมเชิงกีฬา สู่ระดับสากล กิจกรรมเชิงกีฬาทุกประเภทควรมีมาตรฐานกลาง	กทท.
		4. พัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกีฬาอล์ฟในภูมิภาคอาเซียน และเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวกอล์ฟที่มีชื่อเสียงในระดับสากล	กทท
		5. ใช้จุดเด่นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สวยงาม ทั้งชายทะเลฝั่งอ่าวไทย และอันดามันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (water sport) ให้หลากหลายและครบวงจร เพื่อสร้างโอกาสในการขาย และขยายประสบการณ์การท่องเที่ยวทะเลให้หลากหลายมากขึ้น	กทท/ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / เอกชน
		6. การบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอื่น ๆ เช่น การแข่งขันในรูปแบบผจญภัย (Adventure racing) อาทิ กระบี่ วิ่ง ว่าย พาย ปั่น และการแข่งขันแบบไตรกีฬา การปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารท้องถิ่น เป็นต้น	กทท/ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / เอกชน

ตารางที่ 4 กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นมีศักยภาพการแข่งขัน ในระดับภูมิภาค	1. สัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศทั้งจากภายในและภาคนอกอาเซียน เพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ของจำนวนนักท่องเที่ยวปีฐานที่เริ่มใช้แผน 2. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านกีฬา และ องค์ความรู้ เพิ่มขึ้นร้อยละ	1. จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน	กทท/ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
		2. การยกระดับประสิทธิภาพและศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเภทกีฬาที่เกี่ยวข้องกับ ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ของประเทศไทย	ททท
		3. สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับกีฬาของประเทศไทยเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน	กทท.
		4. ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรม สภาพภูมิประเทศ ความหลากหลายของอาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิต และ ที่ตั้งของประเทศไทย เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย จักรยานอย่างยั่งยืนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน	กทท/ททท ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		5. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้ามแดน อาทิ การวิ่งข้ามแดน การปั่นจักรยานข้ามแดน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำข้ามแดน เป็นต้น เพื่อสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจและ เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาค	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		6. ยกระดับ(Upgrade) รูปแบบและมาตรฐานการกิจกรรมเชิงกีฬาในท้องถิ่นให้เป็นการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันระดับนานาชาติ	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน

ตารางที่ 5 กลยุทธ์ที่ 3. ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
กลยุทธ์ที่ 3 เพื่อพัฒนาแบรนด์ (Brand) และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	1. อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาร้อยละ 2	1. พัฒนาแบรนด์ (Brand) ของประเทศไทยในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมการรับรู้ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ จัดปฏิทินกิจกรรมเชิงกีฬาตลอดปี เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าได้ ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่มีกิจกรรม สถานที่จัดกิจกรรม รวมถึง ฤดูกาลที่สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	กทท/ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
		2. คัดเลือกกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีผลกระทบสูง (High Impact) มาเป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ สร้างเสริมคุณค่าให้กับกีฬาที่มีความเป็นไปได้ในการเติบโตสูง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น	ททท
		3. คัดสรรเมืองหรือชุมชน ที่มีคุณลักษณะโดดเด่นทางด้านกีฬา หรือมีกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีชื่อเสียง พัฒนาไปสู่การเป็นเมืองกีฬา (Sport Cities)	กทท.
		4. ใช้จุดแข็งของการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมต่างๆเป็นฐานในการดำเนินการตลาดเชิงรุกเพื่อประชาสัมพันธ์การจัดงานมหกรรมกีฬาระดับภูมิภาค ระดับโลกการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ดึงกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่เข้าประเทศ	กทท/ททท ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		5. พัฒนาศักยภาพด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำการตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์ มีการจัดตั้งกลุ่มรีวิวสภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสื่อสังคมขนาดใหญ่	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		6. จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาไปสู่ Digital Tourism Platform ดิจิตอลแพลตฟอร์ม (Platform) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบครบวงจร	กทท/ ชุมชนท้องถิ่น / เอกชน
		7. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเฉพาะในกรณีที่มาเป็นกลุ่มใหญ่	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น

ตารางที่ 6 กลยุทธ์ที่ 4. ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
กลยุทธ์ที่ 4 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและต้นทุนทรัพยากรท้องถิ่นพัฒนาสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ จัดกิจกรรมเชิงกีฬา ที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และสุขภาวะของคนในชุมชนได้	1. อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพิ่มขึ้นร้อยละ 2. 2. อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่และชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10	1. มีระบบและกลไกในการจัดกิจกรรมกีฬาและ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับจังหวัด ชุมชน และ ท้องถิ่น ดึงการมีส่วนร่วมของ ชุมชน/สังคมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกิจกรรมกีฬาในระดับท้องถิ่น	กทท/ ชุมชน ส่วนท้องถิ่น
		2. ส่งเสริมและสนับสนุน หนึ่งชุมชนหนึ่งกีฬา ในลักษณะของการดำเนินงานแบบผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) นำเสนอจุดขาย และบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจาก เจ้าถิ่นแท้ ดั้งเดิม	ททท
		3. ส่งเสริมให้มีการใช้จุดเด่นและเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนท้องถิ่นมาเสริมสร้างเอกลักษณ์การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา โดยนำเอาความโดดเด่นของชุมชนแต่ละพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น การจัดไตรกีฬาสามเหลี่ยมทองคำ การจัดวิ่ง หยกหมอกของภาคเหนือ วิ่งสามอ่าว เป็นต้น	กทท.
		4. ส่งเสริมและวางแผนให้ประเทศมีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาทลอดทั้งปีเพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการด้านการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับที่ใหญ่ขึ้น และ โดยมุ่งหวังให้ กิจกรรมเหล่านี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น	กทท/ททท ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		5. พัฒนาพื้นที่สาธารณะในท้องถิ่น อาทิ ริมคลอง สวนสาธารณะ สวนป่า สวนพฤกษศาสตร์ สวนรุกขชาติ บึงบัว ให้กลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านกีฬา	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		6. การดึงการมีส่วนร่วมและการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านผู้นำเที่ยวด้านการขนส่ง และด้านบริการอาหาร การแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวกในแบบ เศรษฐกิจแบบ แบ่งปัน (Sharing Economy)	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		7. ส่งเสริมการพัฒนากีฬาในโรงแรมและที่พักในลักษณะของ Active hotel เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น

ตารางที่ 7 กลยุทธ์ที่ 5. พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และ ด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
กลยุทธ์ที่ 5 เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา สร้าง ความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน ให้สามารถจัดงานกีฬาหรือมหกรรมกีฬา ได้อย่างมืออาชีพ มืออาชีพ	บุคลากรมีความรู้ และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างมืออาชีพ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10	1. สร้างเจ้าภาพท้องถิ่นที่มีคุณภาพผ่านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้นำ (Leader) หรือทีมผู้สร้างสรรค์กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event Organizer) สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้สามารถเชื่อมโยงโดยกิจกรรมเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวบนฐานเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น	กทท/ ชุมชน ส่วนท้องถิ่น
		2. สนับสนุนเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สะท้อนอัตลักษณ์ ชุมชน และอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว	ททท
		3. ถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาที่ดี (Best Practice) และส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูล แนวทาง การบริหารจัดการระหว่างเจ้าภาพท้องถิ่นในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา	กทท.
		4. จัดทำฐานข้อมูลส่วนกลาง (Tourism Intelligence) เพื่อให้เจ้าภาพท้องถิ่นและชุมชนสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงกีฬาของชุมชน จังหวัด และภูมิภาค อาทิ คู่มือการจัดกิจกรรมและ ฐานข้อมูลวัสดุในการจัดกิจกรรมกีฬา เป็นต้น	กทท/ททท ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		5. พัฒนาระบบสนับสนุนเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ออกแบบและจัดทำโปรแกรมประยุกต์ เพื่อการทำงานเฉพาะอย่าง อาทิ โปรแกรมประยุกต์สำหรับการจัดกิจกรรมงานวิ่ง	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน
		6. จัดทำงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ตลาด ศึกษาความต้องการของกิจกรรมเชิงกีฬา จัดทำ (Target Profiles) ของแต่ละชนิดกีฬาโดยหน่วยงานกลาง และแบ่งปันข้อมูลแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับสถานการณ์การตลาดของแต่ละชนิดกีฬา	กทท/ ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน

ตารางที่ 7 กลยุทธ์ที่ 5 (ต่อ)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานหลัก
		7. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานของเจ้าภาพท้องถิ่น เอกชน ชุมชน หน่วยงาน ภาครัฐ ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถร่วมมือกับองค์กรและธุรกิจท้องถิ่นในการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปรับปรุงระบบการสื่อสารระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	กทท/ ชุมชน ส่วนท้องถิ่น
		8. จัดตั้งระบบสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับชุมชนอย่างจริงจัง หน่วยงาน ภาครัฐควรจัดตั้งบุคคลที่มีศักยภาพในการทำงานทั้งในด้านการให้การสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีศักยภาพในการประสานความร่วมมือกับท้องถิ่น ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีนโยบายของประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยภาพรวมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ	ททท
		9. สนับสนุนการจัดทำแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการตลาด และสนับสนุนให้เจ้าภาพท้องถิ่น ชุมชน ทำการตลาดออนไลน์สำหรับกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้น	กทท.
		10. จัดทำทำเนียบบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการ กิจกรรมเชิงกีฬา และส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหล่านั้น เป็นหน่วยงานงานที่ปรึกษา เป็นพี่เลี้ยงในการทำงานสำหรับชุมชน หรือองค์กรที่ ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่รายใหม่ให้สามารถทำงานได้จากการเรียนรู้ประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ	กทท/ททท ชุมชน ท้องถิ่น / เอกชน

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
ผู้วิจัย	สัจจา ไกรศรีรัตน์ และ ทศนีย์ นาคเสนีย์
คำสำคัญ	กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และ (4) จัดทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งวิธีการเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ วิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล กลุ่มบุคคล การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการจัดประชุมกลุ่มย่อย ส่วนวิธีเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาที่สำคัญดังนี้

กิจกรรมเชิงกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทยในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พบว่าประกอบไปด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่สำคัญ 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 เมื่อพิจารณาศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า มีศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรมสูงสุด (4.56) และต่ำสุดคือ ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนส เป็นต้น (2.16)

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ประเทศไทยควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความได้เปรียบของประเทศ กล่าวคือ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรม

กีฬาที่เป็น Active sport (กลุ่มคนเล่น) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็น passive sport (กลุ่มคนดู) เน้นส่งเสริม รูปแบบการท่องเที่ยวที่ประเทศของตนมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทาง ธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ การให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการแข่งขันสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก ด้วยกิจกรรมกีฬาที่สำคัญดังนี้ 1 มวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้นซึ่งเป็นการกำหนดตำแหน่งที่สอดคล้องกับ จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย มุ่งเป้าหมายให้ ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event destination) ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาออกเป็น 5 กลยุทธ์ได้แก่ (1) ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล (3) พัฒนาศูนย์กลางให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ (4) ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียนและ ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Research Title	Strategy and Guidelines to use Sport Event for Promoting Sport Tourism Thailand.
Researcher	Mrs. Sathcha Kaisornrat and Mrs. Tassanee Naksanee

Abstract

The aims of the study on “ Strategic Development of Sport Events” were to (1) investigate the current condition, potentiality, strength, and uniqueness of the sport events, organized to promote the sport tourism in Thailand, (2) analyze the current strength, shortcomings, opportunities, and difficulties of the sport events, organized to promote the sport tourism in Thailand, (3) propose a guideline, through the perspectives of relevant parties, in developing sport events in order to promote sport tourism in Thailand, and (4) develop a strategy in organizing sport events to promote sport tourism in Thailand. Mixed Methods was employed in the study. Qualitative data were collected through in-depth interview with individuals and groups of participants, together with participant observation, and focused group interview. Quantitative data were obtained by using questionnaire tool with tourist group. The findings were as follows:

The strength of the sport event could significantly be found in several kinds of sports including (1) Muay-Thai boxing, (2) playing golf, (3) road running, i.e. Marathon, and running for health, (4) playing football, (5) road cycling, (6) traditional sports playing, i.e. boat racing, and ethnic sports, (7) rafting, (8) mountain biking, (9) rock climbing, (10) Kayak or Canoes racing, etc. In terms of the potentiality in developing some areas to become sport tourist destinations, the result showed the highest level (4.56), on the distinctive characteristics of the sport events which could draw a lot of tourists’ attraction, and the lowest level (2.16), on the accommodation service given to tourists where healthy food, fitness equipment, and fitness room should be more provided.

The recommendation for creating a guideline in developing sport events, as to promote sport tourism in Thailand (trough multi-dimensional perspectives), was to create sport tourism strategy, in adhering with the national strength, that means to put the emphasis on the amusement of the designed activities, the diverse characteristics of the terrains, as well as the fundamental planning for the development of the areas, and the service for tourism. Nevertheless, the sport tourism in Thailand should be mobilized by active sports (focusing on players) rather than the passive sport (focusing on the

spectators). The consideration should include the strength or the potentiality, as well as the competitive ability of the areas, which could be in terms of natural resources, cultural resources, and human resources. The direction of the development should follow the global trend, which combined different kinds of activities including Muay-Thai boxing, cycling, triathlon, football, adventure tourism, etc. Those activities were consistent with the overall uniqueness and the strength of the nation, with the goal to gear to a ready-to-be destination of the sport events, in the region in the long run. The developed strategies consisted of (1) the use of the sport events as the tools to develop the national economy, healthy society, and sustainable conservation of local resources, (2) the efficient application of sport events based on local resources and the world standards, (3) the development of personnel to gain more knowledge, and experience about sport events, (4) the escalation of the nation to be the center of sport events, designated based on the potentiality of the local resources, as well as the establishment of the alliance network among ASEAN community. In addition, sport events could be a tool to build the image of Thailand as one of the sport tourist destinations.

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ป
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฝ
สารบัญ	ฟ
สารบัญตาราง	ม
สารบัญภาพประกอบ	ร
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 แนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว	22
2.3 แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	26
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Event tourism)	36
2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ การท่องเที่ยวผจญภัย	47
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว	53
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	61
3.1 ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	62
3.2 ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ	64
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	66
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	68

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิจัย	70
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัด กิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของประเทศไทย	71
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	95
ตอนที่ 3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง.....	105
ตอนที่ 4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรม เชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย	118
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	139
5.1 สรุปผลการวิจัย	139
5.2 การอภิปรายผล	155
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	156
5.4 แนวทางการนำไปใช้ประโยชน์	159
บรรณานุกรม	161
ประวัติผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยวัดและบูล	39
2.2 รายละเอียดกิจกรรมและงานพื้นฐานในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา	41
3.1 พื้นที่เก็บข้อมูลตามกำหนดการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของพื้นที่ จำนวน 10 งาน	63
3.2 ข้อมูลศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ การท่องเที่ยวในมุมมองของภาคีเครือข่าย	63
4.1 แสดงข้อมูลการสำรวจกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้ง 2010-2016	73
4.2 ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะส่วนบุคคลของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้อง	76
4.3 แสดงกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น ของประเทศไทยในมุมมองของชุมชนและภาคี เครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	78
4.4 แสดงกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในมุมมองของ ชุมชนและ ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	79
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว เชิงกีฬา	82
4.6 จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมาย ปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในมุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง	87
4.7 แสดงข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	89
4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) และ แนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วม กิจกรรม	93
4.9 การวิเคราะห์จุดแข็งของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	95
4.10 ผลการประเมินสภาวะแวดล้อมและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศไทยด้านจุดแข็ง	97
4.11 การวิเคราะห์จุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	99
4.12 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรม เชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทยด้านจุดอ่อน	100
4.13 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย.....	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ด้านโอกาส	102
4.15 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	103
4.16 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา(sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ด้านอุปสรรค	103
4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันด้วยเพชรพลว้ตร	110
4.18 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความได้เปรียบของประเทศ	114
4.19 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ของประเทศไทยในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจุดแข็ง โอกาส และ อุปสรรค	119
4.20 การเสนอแนะแนวทางการสำหรับการพัฒนาการจัดทำกลยุทธ์การพัฒนา	124
5.1 แสดงคุณลักษณะเด่น ข้อได้เปรียบ และ ข้อเสียเปรียบของการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย	144
5.2 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงรุก	147
5.3 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงแก้ไข	148
5.4 กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล	149
5.5 กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว กีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบองกลุ่มประชาคมอาเซียน	150
5.6 กลยุทธ์ที่ 3. ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	151
5.7 กลยุทธ์ที่ 4. ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	152
5.8 กลยุทธ์ที่ 5. พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ	153

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินการศึกษา	4
2.1 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	7
2.2 กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน	8
2.3 ขั้นตอนในการเปรียบเทียบ	11
2.4 แบบจำลองเพชรของพอร์ตอร์	16
2.5 แผนภูมิแสดงระบบนโยบาย (Policy System)	24
2.6 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว	29
2.7 องค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	31
2.8 แสดงองค์ประกอบกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport Event)	40
4.1 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพของศักยภาพ ของประเทศไทยในฐานะของ การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นรายได้	85
4.2 แสดงตำแหน่งของการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ...	104
4.3 แสดงลำดับการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยตามรูปแบบ การท่องเที่ยว	109
4.4 แสดงการจัดการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน นวัตกรรมแคมป์ เต้นท์และ อุปกรณ์ต่าง ๆ มา ให้บริการเช่าพักในกรณีที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ	116
5.1 ข้อ เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event)	145
5.2 โครงการวิจัย ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ใน เชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน	159

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมเชิงกีฬาที่หลากหลายรูปแบบตั้งแต่กิจกรรมขนาดเล็กจัดขึ้นในระดับชุมชน เช่น การจัดการแข่งขันบาสเกตบอลท้องถิ่น ไปจนถึงมหกรรมกีฬาระดับใหญ่ของมวลมนุษยชาติ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับรู้โดยทั่วไปว่ามีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วทุกมุมโลก นอกจากจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของเจ้าบ้านที่จัดการแข่งขันแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์เมืองหรือชุมชนให้เป็นที่รู้จักได้กว้างขวาง กล่าวคือ กิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา สามารถดึงดูดผู้คนจากภายนอก อาทิ นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้ชม สื่อมวลชน และ ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงาน สนับสนุนต่างๆ ให้เข้ามาภายในพื้นที่ ได้มาสัมผัสและ เรียนรู้ชุมชน เส้นัของกิจกรรมเชิงกีฬาในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ การผสมผสาน ความตื่นตัวเร้าใจของเกมการแข่งขันกับ บรรยากาศของสถานที่ (ประเทศ เมือง หรือ ชุมชน) ที่เป็นแหล่งจัดกิจกรรม หรือเมืองที่เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันได้ ตามลักษณะภูมิสังคมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและชนิดกีฬา จากคุณลักษณะดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้กิจกรรมเชิงกีฬา จึงเป็น ยุทธศาสตร์ที่สำคัญของหลายประเทศ ดังเช่นกรณีตัวอย่างประเทศจีน ใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็น ทางลัด (Fast track) ในการประชาสัมพันธ์ประเทศสู่สายตาชาวโลก ด้วยการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ จัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาโอลิมปิก ในปี 2008 ซึ่งเป็นการจัดมหกรรมกีฬาระดับโลกเป็นครั้งแรก รัฐบาลจีนมองเห็นโอกาสที่จะแสดงศักยภาพของประเทศสู่สายตาชาวโลก ผ่านมหกรรมกีฬา เช่น ศักยภาพและพลังของวัยหนุ่มสาวชาวจีน ความล้ำหน้าของเทคโนโลยี รวมถึงศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ มหกรรมกีฬาในรูปแบบต่าง ๆ นำเสนอสิ่งดึงดูด ที่เน้นโบราณสถาน วัฒนธรรมเก่าแก่และ ธรรมชาติ มีการสร้างสรรค์ บทเพลงเฉพาะเพื่อประชาสัมพันธ์กีฬาโอลิมปิก โดยใช้ ศิลปินชั้นนำจากฮ่องกง ไต้หวัน และ แผ่นดินใหญ่ มาร่วมผ่นีกกำลังขับร้อง รวมถึงบุคคลมีชื่อเสียง อาทิ นักแสดง เฉินหลง และ นักกีฬา บาสเกตบอล เหยาหมิน มาเป็นทูตประชาสัมพันธ์ ในขณะที่ภายในประเทศเองมีการรณรงค์ให้ ประชาชนออกมาเที่ยวชมมหกรรมกีฬา ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวทั้งจากภายนอกประเทศและ นักท่องเที่ยวภายในประเทศได้ในคราวเดียวกัน ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน กระตุ้นให้ ประชาชนสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม สร้างโอกาสการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบอื่น บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น กระจายทั่วไปในภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ ปีนเขา ล่องแก่ง สกี กอล์ฟ ศิลปะการป้องกันตัว และ การสำรวจทะเลทราย เป็นต้น การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นจุดเปลี่ยนทางการท่องเที่ยวของจีนไปสู่การเปิดเวทีเพื่อพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศ (Xu, 2006, p.95) การจัดกิจกรรมเชิงกีฬายังสามารถผสมผสานเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับกิจกรรม ดังตัวอย่างของการจัดแข่งขันเรือมังกร (dragon boat festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีบนเกาะฮ่องกง เขตปกครองพิเศษของสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน ที่มีการผสมผสาน ความสนุกสนาน ตื่นเต้นเร้าใจของการแข่งขัน และสีสันฉูดฉาดของ เรือมังกรจากหลายประเทศ รวมถึง เสียงอึกทึกของกลอง การแห่มังกร และการแสดงศิลปะพื้นเมือง ของชาวจีนอีกหลายชนิดที่ถูกนำมาแสดงประกอบตลอดการแข่งขัน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก ให้มาเยือนทุกวันที่ 5 เดือน 5 ตามปฏิทินทางจันทรคติ หรือวัน “Double Fifth” ได้เป็นอย่างดี กิจกรรมเชิงกีฬายังหมายถึง มหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ อาทิ กีฬาโอลิมปิก กิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติ แบบดั้งเดิม ฮอลล์มาร์ค (Hallmark Events) ตัวอย่างของกิจกรรมเชิงกีฬา อาทิ เอ็นบีเอ แชมป์เปียนชิพ (Championship bonus nba) การแข่งขันกีฬาที่สามารถมีส่วนร่วมโดยเฉพาะในกรณีที่ได้รับ เชิญ (invitational - a sports event) กีฬาลีก (League game) มารathon โปโล่ เป็นต้น

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความโดดเด่นของกิจกรรมเชิงกีฬาในฐานะของผลิตภัณฑ์ทาง การท่องเที่ยว และมีการตั้งเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องพัฒนาองค์ความรู้ท้องถิ่นมาใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงาน ทำความเข้าใจถึง แนวคิด และ ศักยภาพ ของกิจกรรมเชิงกีฬาที่จะนำมาต่อยอดพัฒนาสู่การท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ความคิดเห็นของวัตต์ (Watt 2003, p.200) ซึ่งเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ ชุมชนท้องถิ่น สามารถนำมาสนับสนุนและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กิจกรรมเชิงกีฬาแต่ละชนิดมี ความโดดเด่น เอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน จึงควรมีการวิเคราะห์แต่ละชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬา ทั้งใน ส่วนของการส่งเสริมตลาด โอกาส สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ ข้อกำหนดและ คุณสมบัติพิเศษที่จำเป็นต้องมี การรับรู้ของเจ้าบ้านในชุมชนและ รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มกิจกรรมกีฬานั้น ควรจัดทำรายละเอียดแต่ละชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาภายในพื้นที่ และเลือกว่า กิจกรรมชนิดใดเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของประเทศ เมืองหรือชุมชนใดที่มีข้อจำกัด เกี่ยวกับการรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่ สามารถเลือกจัดกิจกรรมขนาดเล็กมุ่งเน้น การแข่งขันสำหรับนักกีฬาสมัครเล่น หรือ บุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มุ่งสู่การเป็นนักกีฬายอดเยี่ยม แต่ให้ ความสนใจกับบริบทและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ จากการวิเคราะห์และศึกษาเอกสารแนวคิดดังกล่าว ข้างต้น จึงเห็นความสำคัญของการ ศึกษา “กลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย” เพื่อสร้างองค์ความรู้ ท้องถิ่นใหม่ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ และยังเป็นการเติมเต็มช่องว่าง ขององค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนางานกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับกรอบนโยบาย ด้านการวิจัย มุ่งเป้าหมายในประเด็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการทำการตลาด การตลาด Event & Festival เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย (กองบริหารแผนและงบประมาณการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2559, หน้า 44-45) โดยมุ่งหวังจะให้กิจกรรมเชิงกีฬาเป็น เครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวและ เป็นสื่อ นำพาไปสู่การเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจ อื่น ๆ ภายในพื้นที่ อาทิ การรับทานอาหารพื้นถิ่น การชมศิลปะหัตถกรรม วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีอยู่ภายในพื้นที่

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การนำข้อค้นพบของการวิจัยไปชี้แนะให้เกิด กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย ดังนั้นรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย จึงวางหลักไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
4. เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

เนื้อหา

การศึกษานี้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิเคราะห์ในเรื่องต่อไปนี้

1. สถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
2. วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของการท่องเที่ยวเชิงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
3. วิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันด้วยระบบเพชรพลว้ตร (Diamond model) และเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย
4. จัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

พื้นที่

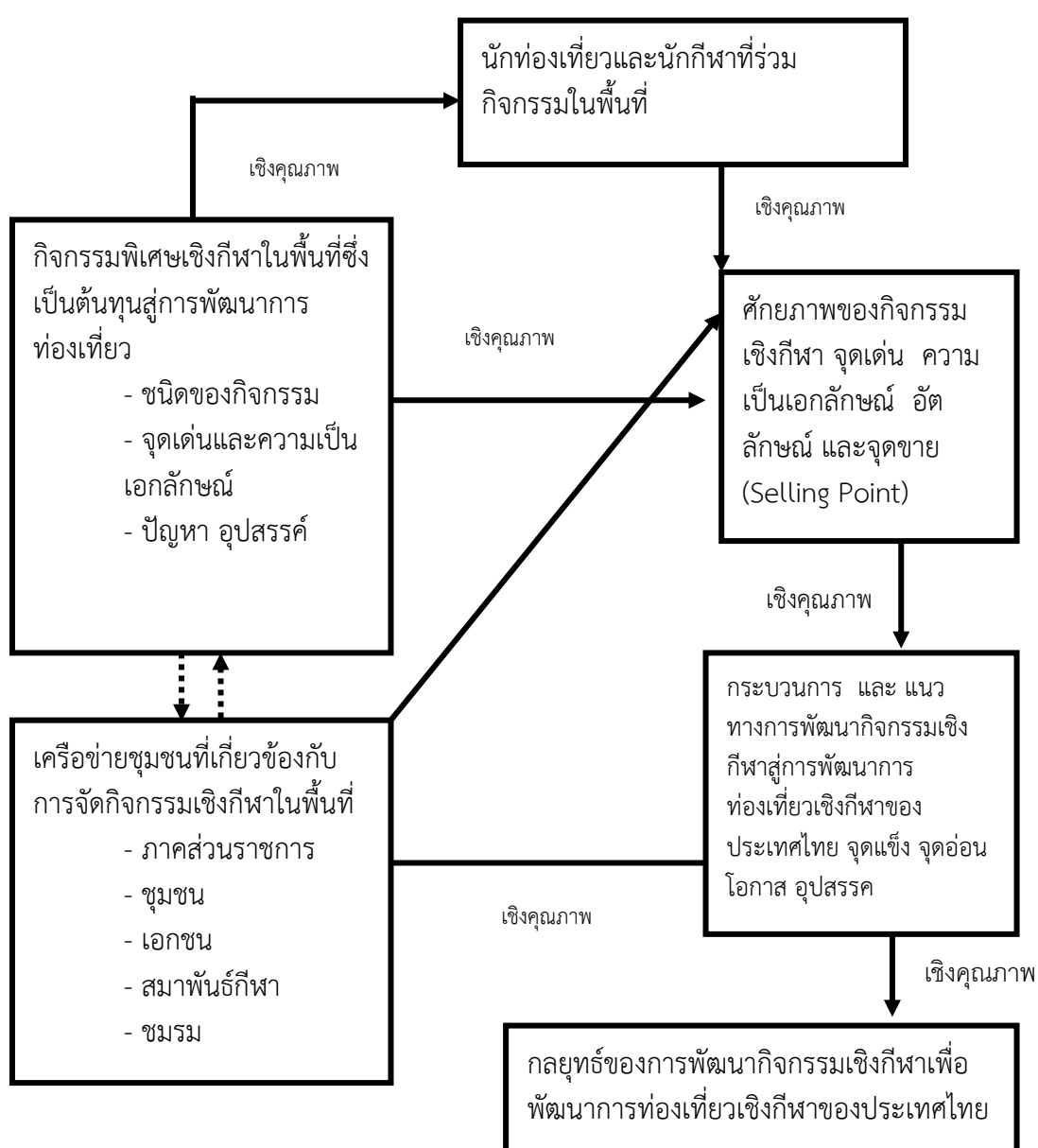
พื้นที่ในการศึกษาและเก็บข้อมูลคือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทยโดยเลือกพื้นที่ศึกษาที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event) มีนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปใช้บริการตั้งแต่ระดับ 300 คนขึ้นไปเป็นพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

ระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการ 1 ปี เริ่มดำเนินการระหว่างเดือน 1 มิถุนายน 2560 ถึง 31 พฤษภาคม 2561

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การกำหนดโจทย์วิจัย วัตถุประสงค์ของการวิจัย ในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้กำหนดมาจากกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังเสนอในแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการดำเนินการศึกษา
ที่มา นักวิจัย, 2560

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬา อาทิ การเล่นกีฬา การชมกีฬา หรือการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง พื้นที่ท่องเที่ยว สถานที่ที่เป็นจุดหมายทางท่องเที่ยว ที่มี กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การปฏิบัติของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นการกระทำที่เกิดขึ้น อันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวงานหรือ มหกรรมกีฬา หมายถึง การเดินทางเพื่อสัมผัสงานหรือ มหกรรม การแข่งขันกีฬา ที่มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากแผนงาน (Outputs)

1.6.1.1 มีฐานข้อมูลเกี่ยวกับ สภาพปัจจุบันของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาศักยภาพ จุดเด่น และความเป็นเอกลักษณ์

1.6.1.2 ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนากิจกรรมเชิง กีฬาสู่ การท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

1.6.1.3 แนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย

1.6.1.4 กลยุทธ์ กลยุทธ์ การใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1.6.2 การนำผลงานไปใช้ประโยชน์

1.6.2.1 เป็นข้อมูลให้ชุมชน จังหวัด และ ภูมิภาคนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1.6.2.2 เป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยว ใช้ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมเชิงกีฬา

1.6.2.3 เป็นข้อมูลให้หน่วยงานด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ ใช้ในการสืบสานและสืบ ทอดจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษภายในการรับผิดชอบ

1.6.2.4 เป็นเครื่องมือในการนำพานักศึกษาเรียนรู้ชุมชนและฝึกประสบการณ์ ภาควิชา

1.6.2.5 สถานศึกษาได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการกิจกรรม เชิงกีฬา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม ซึ่งพัฒนามาตั้งแต่สมัยโบราณ ศึกษากลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบการวิเคราะห์ และอภิปรายผลการวิจัยดังนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์และนโยบายด้านการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Event tourism)
- 2.5 การท่องเที่ยว เชิงกีฬาและ การท่องเที่ยวผจญภัย
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์

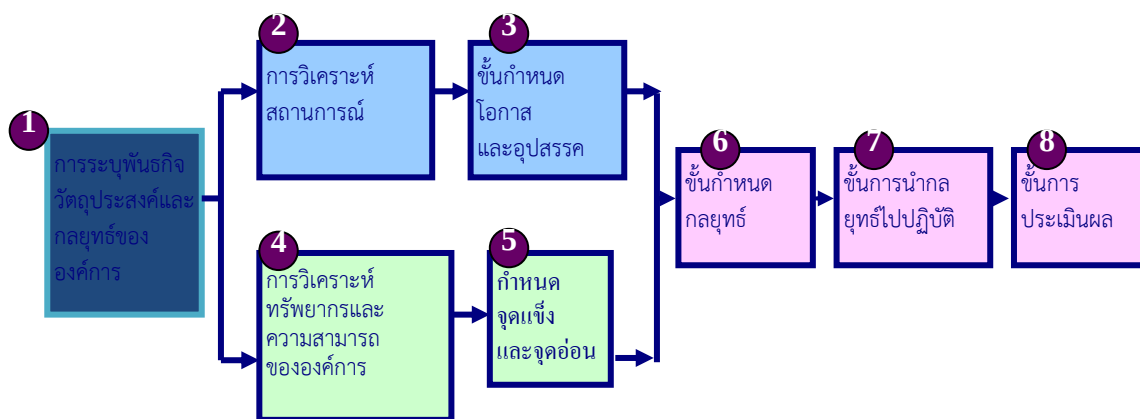
เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การนำข้อค้นพบของการวิจัยไปชี้แนะให้เกิด กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังนั้นรายละเอียดเกี่ยวกับการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่จะนำไปใช้ในการออกแบบงานวิจัยจึงให้ความสำคัญต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการวางกลยุทธ์และนโยบายด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1.1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันมีการนำคำว่ากลยุทธ์ (Strategy) กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน (Competitive strategy) และยุทธศาสตร์ (Strategies) มาใช้กันอย่างแพร่หลาย ในการบริหารจัดการทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ดังนั้นการศึกษากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงความหมายและกระบวนการจัดทำกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ดังนี้

ความหมายของกลยุทธ์ ในเชิงเศรษฐกิจ หมายถึง วิธีทางหรือแนวทางที่กำหนดขึ้นสำหรับการบริหารจัดการ การใช้ทรัพยากรของชาติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจ กลยุทธ์ประกอบไปด้วย เป้าหมาย และแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย (Porter, 2003) ความสำเร็จของกลยุทธ์จึงจำเป็นต้องมียุทธวิธี (tactic) ซึ่งเป็นการนำกลวิธีต่างๆ มาใช้เพื่อให้กลยุทธ์สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย

แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนยุทธศาสตร์ (strategic planning) การวางแผนกลยุทธ์ (tactical planning) และการวางแผนการปฏิบัติการ (operational planning) นั้นการวางแผนยุทธศาสตร์เป็นการสร้างแผนหลักที่บอกรูปโฉมขององค์กร ซึ่งมีกระบวนการวางแผนตามภาพที่ 2.1 ซึ่งนิยมเรียกว่า “การจัดการเชิงกลยุทธ์” เนื่องจากเมื่อวางแผนแล้วนำไปปฏิบัติ มีการควบคุม มีการประเมินผล ด้วยในขั้นที่ 7 , 8



ภาพที่ 2.1 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

ที่มา Robbins & Coulter, 2003, p. 119

2.1.2. กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ ได้แก่ขั้นที่ 1 ถึง 6 ขั้นนำไปปฏิบัติเป็นขั้นที่ 7 และ การประเมินผล เป็นขั้นที่ 8 (รีอบบินส์ และเคัลเตอร์, 2547, หน้า 73-78)

ขั้นที่ 1 การระบุพันธกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ขององค์กร กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์จะเริ่มต้นด้วยการสำรวจและทบทวนพันธกิจ วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ปัจจุบันขององค์กร พันธกิจจะทำให้ผู้บริหารทราบถึงความมุ่งหมาย (purpose) ขององค์กรจะได้ยึดถือเป็นหลักในการกำหนดขอบเขตของสินค้าหรือบริการขององค์กร ส่วนเป้าหมายปัจจุบันขององค์กรจะทำให้ทราบถึงรายละเอียดของพันธกิจที่กำหนดไว้ ผู้บริหารอาจต้องพิจารณาว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้นี้สอดคล้องกับพันธกิจหรือไม่เพียงใด หรือควรต้องมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างไรหรือไม่ การทบทวน กลยุทธ์ขององค์กร ก็เช่นเดียวกัน ผู้บริหารจะดูความสอดคล้องของกลยุทธ์กับเป้าหมายขององค์กร และพิจารณาความเหมาะสมของกลยุทธ์ว่าควรมีการปรับเปลี่ยนหรือไม่ในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต

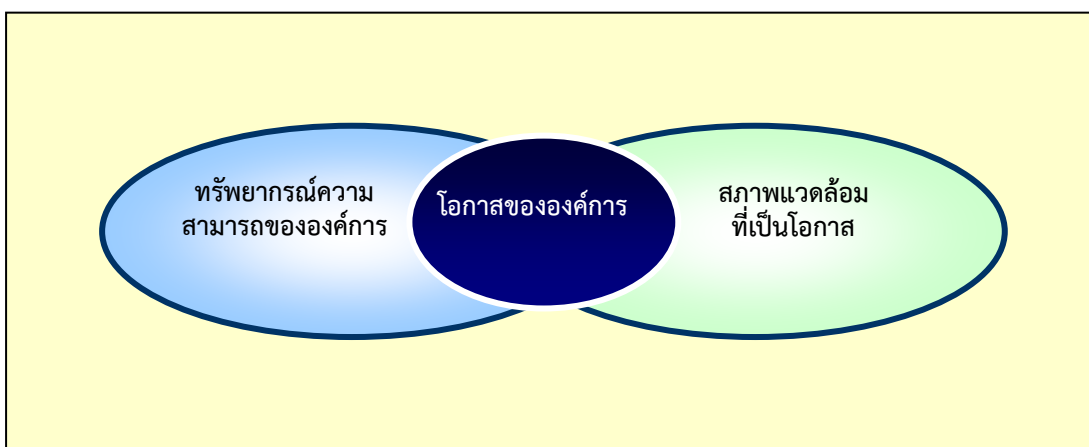
ขั้นที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ คือการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอก (external environment) ซึ่งมีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร ผู้บริหารในทุกองค์กร จำเป็นต้องวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ขององค์กรอย่างถูกต้อง ทั้งสิ่งแวดล้อมภายนอกทั่วไป (general environment) ซึ่งได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง/กฎหมาย สังคม วัฒนธรรม ประชากรศาสตร์ เทคโนโลยี และโลกาภิวัตน์ และ สิ่งแวดล้อมเฉพาะ (specific environment) เช่น ลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ คู่แข่ง กลุ่มผลประโยชน์ (pressure groups) ผู้บริหาร

จะต้องพิจารณาแนวโน้ม (trends) ของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ เพื่อจะได้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์การให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

ขั้นที่ 3 ขั้นกำหนดโอกาสและอุปสรรค เป็นขั้นตอนที่เป็นผลจากขั้นที่ 2 เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกแล้วหากผลกระทบต่อองค์การเป็นบวก (positive) แสดงว่าเป็นโอกาส (opportunities) ขององค์การ แต่หากผลกระทบต่อองค์การเป็นลบ (negative) แสดงว่าเป็นอุปสรรค (threats) ต่อองค์การ อย่างไรก็ตามสถานการณ์เดียวกันอาจเป็นโอกาสต่อองค์การ หนึ่งแต่กลับเป็นอุปสรรคต่ออีกองค์การหนึ่งก็ได้แม้จะเป็นองค์การที่อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน (same industry) ทั้งนี้เพราะแต่ละองค์การอาจมีสิ่งแวดล้อมภายใน คือ ทรัพยากรขององค์การแตกต่างกัน หรือความสามารถในการจัดการต่างกันบางครั้งแนวโน้มของสถานการณ์เดียวกันอาจมีผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคต่อองค์การเดียวกันทั้งสองอย่างพร้อม ๆ กัน

ขั้นที่ 4 การวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถขององค์การ คือการ วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในองค์การ (internal environment) เช่นพิจารณาทักษะ (skills) และความสามารถ (abilities) ของพนักงานขององค์การ ผลิตภัณฑ์ (product) สถานะทางการเงิน (financial position) สิ่งแวดล้อมภายในองค์การจะเป็นกรอบกำหนดความสำเร็จในการบริหารงานขององค์การอย่างหนึ่ง องค์การที่มีความสามารถเด่น (core competencies) ที่คู่แข่งไม่อาจมีหรือเทียบเทียมได้

ขั้นที่ 5 กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 4 หากองค์การมีสิ่งแวดล้อมภายในดีเด่น หรือเหนือกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง หมายถึงองค์การนั้นมี จุดแข็ง แต่หากสิ่งแวดล้อมภายในด้อยกว่าคู่แข่งจะเป็นจุดอ่อนขององค์การ เมื่อองค์การมี จุดแข็งก็จะต้องรักษาจุดแข็งนั้นไว้ให้มีอยู่โดยตลอด ในขณะที่ต้องแก้ไข จุดอ่อนขององค์การ ไม่ให้ด้อยกว่าคู่แข่งหรือพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นจุดแข็งให้ได้



ภาพที่ 2.2 กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน
ที่มา Robbins & Coulter, 2003, p. 204

การวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 3 เมื่อทราบถึงโอกาสและอุปสรรค (opportunity and threat) หรือ O และ T ขององค์การ เมื่อผนวกกับขั้นตอนที่ 5 ที่ทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อน (strength

and weakness) หรือ S และ W ก็จะทำให้ทราบ SWOT คือจุดแข็งและจุดอ่อนและโอกาสอุปสรรคขององค์การ

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT ขององค์การจะทำให้ผู้บริหารทราบถึงสถานะการแข่งขันล่าสุด ซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่เหมาะสมขององค์การในขั้นตอนต่อไป ในขณะเดียวกันก็ควรย้อนกลับไปทบทวนพันธกิจ (mission) และวัตถุประสงค์ (objectives) ว่าควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ “ขณะนี้องค์การยังอยู่ในที่ที่ต้องการจะอยู่หรือเปล่า” (are we where we want to be right now ?) ควรต้องมีการปรับเปลี่ยนทิศทางขององค์การหรือไม่

ขั้นที่ 6 ขั้นกำหนดกลยุทธ์ องค์การทั้งหลายจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ทั้งระดับบริษัท (corporate) ระดับธุรกิจ (business) และระดับหน้าที่ (functional) การกำหนดกลยุทธ์จะดำเนินตามขั้นตอนการตัดสินใจ ผู้บริหารจะกำหนดกลยุทธ์หลายกลยุทธ์ หรือหลายทางเลือก แล้วเลือกกลยุทธ์ที่ให้ผลลัพธ์ดีที่สุด และจะต้องพยายามประสานหรือผนวกกลยุทธ์ให้เข้ากันได้กับกลยุทธ์ด้านอื่นๆ ขององค์การ และจะต้องเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากจุดแข็ง และโอกาสเหนือคู่แข่งโดยพยายามให้เกิดความได้เปรียบอย่างยั่งยืน (sustainable)

ขั้นที่ 7 ขั้นการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ กลยุทธ์จะบังเกิดผลเมื่อนำไปปฏิบัติ แม้ผู้บริหารจะวางแผนกลยุทธ์ได้ดีเลิศเพียงใดหากไม่มีการปฏิบัติอย่างเหมาะสมก็จะไม่เกิดประโยชน์อะไรต่อองค์การ

ขั้นที่ 8 ขั้นการประเมินผลงาน ขั้นสุดท้ายของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือการประเมินผลงาน เพื่อให้ทราบว่ากลยุทธ์ (strategies) ที่ปฏิบัติไปทำให้องค์การบรรลุเป้าหมาย (goals) หรือวัตถุประสงค์ (objectives) ภายใต้อนพันธกิจ (mission) เพียงใด มีความคลาดเคลื่อนระหว่างวัตถุประสงค์กับการปฏิบัติจริงตรงไหน ควรต้องมีการปรับแก้อย่างไร กระบวนการประเมินผลงานหรือการควบคุม (control process)

2.1.3 ประเภทกลยุทธ์

กลยุทธ์เป็นการกำหนดทิศทาง (direction) ขององค์การ และบทบาทของฝ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินการไปตามทิศทางนั้น กลยุทธ์ที่สำคัญได้แก่ กลยุทธ์คงที่ (stability strategy) กลยุทธ์เจริญเติบโต (growth strategy) และกลยุทธ์ถดถอย (retrenchment strategy)

2.1.3.1 กลยุทธ์คงที่คือกลยุทธ์ที่องค์การดำเนินงานเหมือนเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดิม ผลิตภัณฑ์เดิม รักษาส่วนครองตลาดไว้เท่าเดิม รักษาอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุนเท่าเดิม ธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์แบบนี้ เมื่อมีความพอใจในผลการดำเนินงานอยู่แล้ว อีกทั้งสิ่งแวดล้อมต่างๆ ก็คงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากดำเนินกลยุทธ์คงที่เนื่องจากมีความพอใจในความสำเร็จเท่าที่เป็นอยู่ไม่ต้องการเพิ่มหรือขยายกิจการแต่อย่างใด

2.1.3.2 กลยุทธ์เจริญเติบโต คือ กลยุทธ์ที่พยายามเพิ่มหรือขยายการดำเนินงานขององค์การ เช่น เพิ่มรายได้จากการขาย เพิ่มพนักงาน เพิ่มส่วนครองตลาด กลยุทธ์เจริญเติบโตแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ

1) การขยายโดยตรง (direct expansion) คือการขยายการดำเนินงานจากภายในองค์การเดิม ไม่มีการรวมกิจการหรือเพิ่มกิจการใหม่ ผู้บริหารต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ สร้างความเติบโตในกิจการ

2) การรวมหรือเพิ่มการดำเนินงาน (Integration Growth) อาจเป็นการรวมหรือเพิ่มการดำเนินงานในแนวดิ่ง (vertical Integration) เพื่อเพิ่มความสามารถในการควบคุมวัตถุดิบ (Inputs) เรียกว่าการรวมแบบถอยหลัง (Backward Integration) หรือควบคุมผลผลิต (outputs) เรียกว่าการรวมไปข้างหน้า (forward Integration) หรืออาจเป็นการรวมหรือเพิ่มการดำเนินงานในแนวราบ (horizontal Integration) โดยการซื้อหรือรวมกับกิจการอื่นที่ทำธุรกิจเดียวกัน เช่น ซื้อกิจการของคู่แข่ง

3) การกระจายความเสี่ยง (diversification growth) คือกลยุทธ์การสร้าง ความเจริญเติบโตการเพิ่มกิจการหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์เดิม (related diversification) เช่น ลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน เทคโนโลยีบางอย่างใช้ร่วมกันได้ หรือสามารถจัดการร่วมกันได้ หรืออาจไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือผลิตภัณฑ์เดิมขององค์การเลยซึ่งเรียกว่า (unrelated diversification) เช่น บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (CP) ขายอาหารสัตว์ขาย โทรศัพท์มือถือ ดำเนินธุรกิจร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น เป็นต้น

1.2.3.3 กลยุทธ์ถดถอย คือ กลยุทธ์ที่องค์การธุรกิจอาจนำมาใช้เพื่อลด การดำเนินงานขององค์การ กลยุทธ์นี้อาจต้องนำมาใช้เมื่อธุรกิจมีปัญหาการดำเนินงานที่อ่อนแอ มีจุดอ่อนมากไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ หรือได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจส่งผลกระทบในทางลบในทางลบต่อองค์การ ธุรกิจอาจต้องลดการผลิต ลดการผลิตสินค้า ลดจำนวนคนงาน ลดส่วนครองตลาด ซึ่งอาจเพื่อปรับตัวที่จะกลับไปสู้กับคู่แข่งใหม่หรือเพื่อ เลิกกิจการต่อไป

2.1.4. เครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์

ในการวางแผนกลยุทธ์นั้นมีเครื่องมือหลายอย่างที่สามารถนำมาใช้เพื่อช่วยให้ การวางแผนมีความถูกต้องและบังเกิดผลดีคือ (Robbins & Coulter 2003, pp. 89-97)

2.1.4.1 การตรวจสอบสิ่งแวดล้อม การตรวจสอบสิ่งแวดล้อม (environmental scanning) คือการกลั่นกรองข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อตีความ และคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงใน สิ่งแวดล้อมขององค์การ การตรวจสอบสิ่งแวดล้อมขององค์การอยู่เสมอจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่อาจ ส่งผลกระทบต่อองค์การ ผู้บริหารจะสามารถปรับแผนหรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ทันสมัยและรับกับ ความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้ทันการณ์

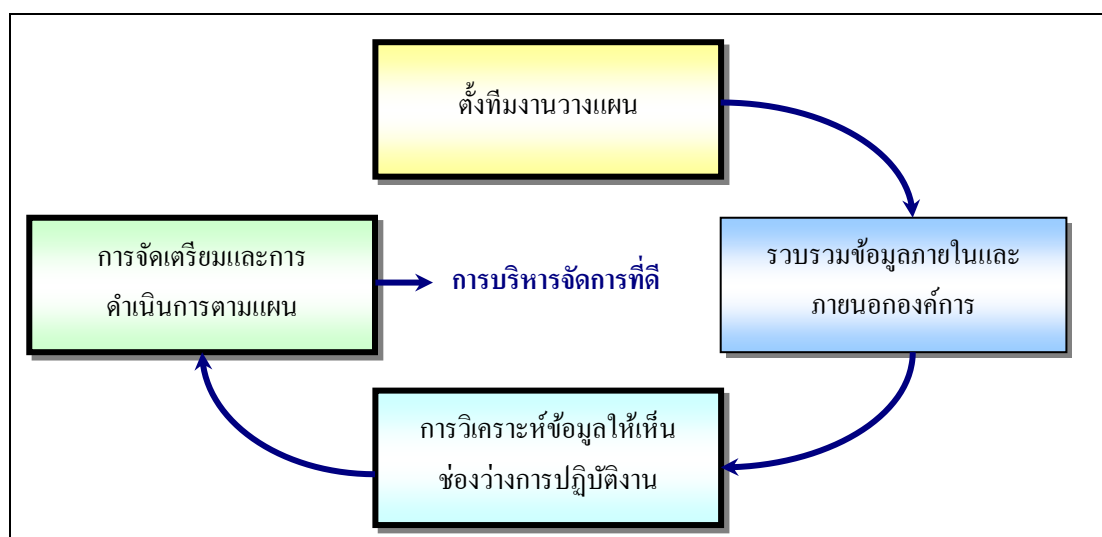
2.1.4.2 การพยากรณ์ หลังจากการตรวจสอบสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารจะสามารถ ทำนายหรือพยากรณ์ สิ่งแวดล้อมขององค์การ และพยากรณ์ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมต่อองค์การ ผลของการพยากรณ์ดังกล่าวนี้จึงเป็นข้อมูลของผู้บริหารที่จะนำไปวางแผน หรือปรับแผนที่มีอยู่ต่อไป

เทคนิคการพยากรณ์ อาจเป็นเทคนิคเชิงปริมาณ (quantitative forecasting) เป็นการให้การคำนวณจากข้อมูลในอดีต เทคนิคนี้จะนำมาใช้ได้ต่อเมื่อผู้บริหารมีข้อมูล ถูกต้องครบถ้วน หรือเทคนิคการพยากรณ์เชิงคุณภาพ (qualitative forecasting) คือการใช้ดุลยพินิจ หรือความเห็นของผู้บริหารในการทำนาย เทคนิคเชิงคุณภาพนี้จะนำมาใช้เมื่อไม่มีข้อมูลหรือข้อมูล จำกัด

วัตถุประสงค์สำคัญของการพยากรณ์ก็เพื่อให้ได้มากข้อมูลที่จะเป็น ประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริหาร การวางแผนของผู้บริหารจะมีคุณภาพเพียงใดจึงขึ้นอยู่กับ

ข้อมูลที่ได้จากการพยากรณ์ด้วย อย่างไรก็ตามการพยากรณ์จะถูกต้องมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเพียงใดของสิ่งแวดล้อมขององค์การด้วย หากการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมาก การพยากรณ์ก็จะไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อความแม่นยำในการทำนายอีกประการหนึ่ง คือ สถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่ผิดปกติ หรือเหตุการณ์ที่มีได้เป็นไปตามฤดูกาล อาทิ เกิดภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจภัยธรรมชาติ การกระทำหรือปฏิกิริยาของคู่แข่งซึ่งล้วนแต่ไม่อาจทำนายได้ เป็นต้น

2.1.4.3 การเปรียบประยুক্তเพื่อความเป็นเลิศ การเปรียบประยুক্তเพื่อความเป็นเลิศหรือเรียกอีกอย่างว่าการเทียบเคียง (benchmarking) คือเทคนิคในการประเมินสิ่งแวดล้อมของ องค์การ ที่เน้น “คู่แข่ง” การเปรียบประยুক্ত คือ การค้นหาการปฏิบัติที่ดีที่สุดในระหว่างคู่แข่งชั้น หรือธุรกิจอื่นที่มีใช้คู่แข่งก็ตาม แล้วนำมาประยুক্তใช้ในองค์การ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงาน ในด้าน ต่าง ๆ ให้ดีขึ้น



ภาพที่ 2.3 ขั้นตอนในการเปรียบเทียบ
ที่มา Robbins & Coulter, 2003, p. 230

การดำเนินการในกระบวนการ เปรียบประยুক্তเพื่อความเป็นเลิศ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ตั้งทีมงานวางแผนการเปรียบประยুক্তเพื่อความเป็นเลิศ เพื่อกำหนดว่าองค์การต้องการทำการเปรียบเทียบในด้านใด กำหนดตัวบุคคลหรือหน่วยงานที่จะทำการเปรียบเทียบรวมทั้งวิธีการที่จะได้ข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบ
2. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภายในองค์การเองและข้อมูลภายนอกขององค์การอื่น ๆ
3. วิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองเพื่อให้เห็นช่องว่างของความแตกต่างและสาเหตุที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการปฏิบัติขององค์การของเรากับองค์การอื่น
4. เตรียมแผนและปฏิบัติตามแผนที่จะทำให้องค์การเราบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือให้เหนือกว่าเป้าหมายนั้น

ในมุมมองของ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2560, หน้า 7-14) ซึ่งมีหน้าที่หลักในการเสนอแนะนโยบาย ยุทธศาสตร์ แนวทางและมาตรฐานด้านการพัฒนาอุตสาหกรรม ได้ถือองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำแผนยุทธศาสตร์ ทฤษฎีที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ขีดความสามารถของอุตสาหกรรม เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

2.1.5 แนวทางการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม

การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ ประเมินปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ซึ่งในที่นี้สภาพแวดล้อมภายในหมายถึง อุตสาหกรรมที่จะทำการวางแผนการพัฒนา รวมถึงนโยบายด้านเศรษฐกิจ และการเมือง ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนสภาพแวดล้อมภายนอกหมายถึง ภาวะเศรษฐกิจโลก ภาวะเศรษฐกิจคู่ค้า และคู่แข่ง เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบการกำหนดวิธีการปฏิบัติ หรือ กลยุทธ์ พร้อมทั้งจัดทำกิจกรรม แผนงานหรือโครงการให้มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์

2.1.5.1 การศึกษาสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม การศึกษาสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์ สถานภาพ และโครงสร้างอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ ซึ่งผู้ศึกษาจะต้องทราบว่าอุตสาหกรรมนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมที่ผลิตทดแทนการนำเข้า หรืออุตสาหกรรมสนับสนุนอุตสาหกรรมหลักภายในประเทศ เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม นั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสมประกอบด้วย

1) การศึกษาสถานการณ์ภายใน (Internal Environments) การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในสำหรับการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนารายสาขาจะเริ่มต้นจากการพิจารณานโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจของประเทศ เช่น ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ดัชนีการบริโภคภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และอุตสาหกรรมภาพรวมและรายสาขา เช่น ความสามารถด้านแรงงานของประเทศ ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และรายสาขา อุตสาหกรรม สถานภาพของอุตสาหกรรม ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม เพื่อให้ทราบถึงสถานภาพ สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมรายสาขาในประเทศ นอกจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิเบื้องต้นแล้ว ในการวิเคราะห์สถานการณ์ยังสามารถศึกษาข้อมูลจากบทวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อย หรือการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

2) การศึกษาสถานการณ์ภายนอก (External environment) การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก หมายถึงการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก หรือระดับประเทศของประเทศคู่แข่ง ที่อาจจะส่งผลต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ โดยการเปลี่ยนแปลงภายนอกอาจมีอิทธิพลต่อการผลิต การลงทุน หรือการค้า ขึ้นอยู่กับรูปแบบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ 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 มาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม การพัฒนารูปแบบมาตรการกีดกันการค้าของประเทศคู่ค้า ความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศ

2.1.5.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม

มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้เข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรม และการแข่งขันในอุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ รวมถึงปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ของแต่ละรายสาขาอุตสาหกรรมจะมีความเหมาะสมแตกต่างกัน นอกจากนี้ อาจใช้หลายเครื่องมือประกอบกันเพื่อให้เข้าใจอุตสาหกรรมได้มากขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่นิยมใช้มีหลายวิธี ซึ่งมีหลายละเอียดดังนี้

1) .SWOT Analysis การวิเคราะห์โดย SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพในปัจจุบันโดยการสำรวจสถานการณ์ (Situation Analysis) ทั้งสถานการณ์ภายใน และภายนอก เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญต่อการดำเนินการในอนาคต สามารถวิเคราะห์การแข่งขันของตลาดในประเทศ และต่างประเทศได้ รวมถึงจะช่วยให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรม ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น โดยข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อไป อย่างไรก็ตามเครื่องมือดังกล่าวมีข้อจำกัดคือไม่สามารถเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นต่างๆ 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

กลุ่มเป้าหมาย	จุดแข็ง : S	จุดอ่อน : W
	1.จุดแข็งด้านวัตถุดิบและทรัพยากรบุคคลคืออะไร 2.จุดแข็งด้านการตลาดคืออะไร 3.จุดแข็งด้านการผลิตคืออะไร 4.ความได้เปรียบด้านต้นทุนคืออะไร 5.จุดแข็งด้านนโยบายคืออะไร 6.จุดแข็งอื่นๆ คืออะไร และจะนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร	1.จุดอ่อนด้านวัตถุดิบและทรัพยากรบุคคลคืออะไร 2.จุดอ่อนด้านการตลาดคืออะไร 3.จุดอ่อนด้านการผลิตคืออะไร 4.จุดอ่อนด้านเงินทุนคืออะไร 5.การเชื่อมโยงของธุรกิจในอนาคตอุตสาหกรรมมีจุดอ่อนอย่างไร 6.นโยบายและสถาบันของรัฐให้ความช่วยเหลือหรือทำให้เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจอย่างไร 7.นโยบายสำคัญที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมคืออะไร
กลุ่มเป้าหมาย	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

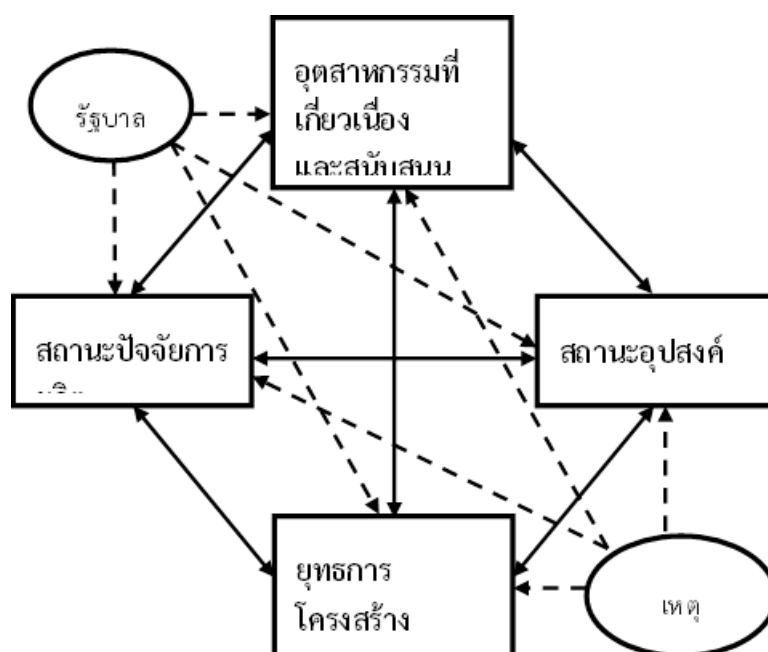
(1) กลยุทธ์เชิงรุก (S : O) ได้จากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและ โอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อจะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงรุก

(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) การวิเคราะห์ระบบเพชรพลวัต (Diamond model) ในการวิเคราะห์โอกาสและความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในระดับสากลหลายองค์กร ได้นำแบบจำลองเพชรพลวัต (Diamond Model) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ตามทฤษฎีของ Michael E. Porter (1990) ที่ได้นำมาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond Model) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (Determinants) ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญรวม 6 กลุ่มตัวแปร ดังแสดงในแผนภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) (Porter, 1990)

จากภาพที่ 2.4 อธิบายเพิ่มเติมได้ว่า

(1) ปัจจัยการผลิตหรือปัจจัยดำเนินงาน (Factor Conditions) ปัจจัยการผลิตในที่นี้หมายถึง ฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based of the Firm) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ผลการดำเนินงานขององค์กรจะถูกกำหนดโดย

ทรัพยากรภายในขององค์กร 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 ก็จะเป็นแรงกดดันให้ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมมุ่งมั่นที่จะเอาชนะคู่แข่ง

(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 ดังนั้นในระดับความสามารถทางการแข่งขันจะเป็นไปตามรูปแบบหรือไม่เป็นไปตามรูปแบบของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบก็ได้ เพราะนอกจากปัจจัยทางด้านราคาแล้ว ยังมีปัจจัยที่มีมิใช่ราคาเป็นตัวกำหนดที่สำคัญด้วย เช่น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ระดับของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการผลิต รูปแบบการแข่งขัน

ของอุตสาหกรรมในประเทศ 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 กนิษฐพงศ์, 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 สัดส่วนตลาดของคู่แข่งแต่ละราย ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ทั้งนี้เพื่อประเมินกลยุทธ์ทางการตลาดของคู่แข่งในตลาดปัจจุบันว่ามีความได้เปรียบมากน้อยเพียงใด

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

(4) แรงผลักดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Buyers) ในยุคของข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการต่อรองสูง ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมีความสามารถในการหาข้อมูลและประเมินทางเลือกสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อจากหลายช่องทาง ผู้ประกอบการจึงต้องสร้างคุณค่าในตัวสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการใช้งานสินค้าตามความต้องการของลูกค้า หากธุรกิจต้องพึ่งพิงลูกค้ารายใหญ่เพียงไม่กี่รายนับว่าเป็นความเสี่ยงที่ลูกค้าสามารถต่อรองราคาสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งจะทำให้เสียเปรียบทางการแข่งขันและ

โอกาสในการสร้างกำไรของธุรกิจลดลง ผู้ประกอบการจึงต้องกำหนดกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนและต้องสร้างตราสินค้าให้แข็งแกร่ง

(5) แรงผลักดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาในสภาพแวดล้อมของธุรกิจว่ามีผู้จำหน่ายหรือตัวแทนในการจัดส่งวัตถุดิบรายใดมีอำนาจในการต่อรองได้สูง หรือมีจำนวนตัวแทนน้อยราย ย่อมทำให้เกิดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายได้สูง

2.1.5.3 การวางยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม การวางยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานภาคอุตสาหกรรม เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวนโยบายการบริหารประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่ง จำเป็นต้องกำหนดวิธีการทำงาน หรือที่เรียกว่า “ยุทธศาสตร์” พร้อมทั้งจัดทำแผนกลยุทธ์ มาตรการ แผนงาน/ โครงการ ให้สอดคล้องในแต่ละยุทธศาสตร์ ตามองค์ประกอบขั้นพื้นฐาน 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นการชี้ถึงทิศทางหรือเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงเวลาระยะ กลางถึงระยะยาว (ประมาณ 3-10 ปี) โดยวิสัยทัศน์ที่ดีควรประกอบด้วยช่วงเวลา (Time horizon) ที่เป้าหมาย ตามวิสัยทัศน์บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งเป้าหมายของอุตสาหกรรมควรเป็นตำแหน่ง (Positioning) ที่แตกต่างจาก ปัจจุบัน

2) การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การพัฒนา (Objectives) การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การพัฒนา คือ การแปลงหรือขยายความวิสัยทัศน์ให้ เป็นผลการดำเนินงานที่แท้จริง มีความเฉพาะเจาะจง สามารถวัดผลตามเป้าหมายที่กำหนดได้ และกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน จะช่วยลดการดำเนินงานอย่างไม่มีจุดหมายและลดความสับสนที่อาจเกิดขึ้น ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม จะต้องพิจารณาความ ต้องการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และผู้ประกอบการที่มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรม เพื่อนำมาประกอบการกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนา ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จ

3) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) ในการกำหนดกลยุทธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ ภาคอุตสาหกรรมในแต่ละด้าน การสร้างมูลค่าเพิ่มหรือคุณค่าให้กับภาคอุตสาหกรรม รวมถึงการแก้ไขปัญหา กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อภาคอุตสาหกรรม โดยจะใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ทั้งภายในและภายนอกมา ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อใช้ตอบประเด็นคำถามว่า อุตสาหกรรมนั้น ๆ จะพัฒนาไปสู่ตำแหน่งใด จะ บรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าหมายได้อย่างไร ภายใต้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สำหรับประเด็นที่ควรคำนึงถึงในการกำหนดกลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์ด้านการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์ด้านการยกระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม การวิจัยพัฒนา กลยุทธ์ด้านการสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านการพัฒนาด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะและเพียงพอต่อภาคอุตสาหกรรม กลยุทธ์ด้านการปรับปรุงกฎระเบียบ และขั้นตอนต่าง ๆ ให้เอื้อต่อภาคธุรกิจ เป็นต้น

4) การกำหนดแผนงานหรือโครงการ (Plan or Project) เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่มีความสำคัญมากในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม เนื่องจากต้องนำประเด็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ มาประยุกต์ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ เปรียบเสมือนการตอบคำถามว่า ประเด็นที่ต้องมีการ ดำเนินการคือเรื่องใด ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องมีส่วนร่วมในการปฏิบัติและรับผิดชอบงบประมาณที่ ต้องใช้ การกำหนดผลลัพธ์และตัวชี้วัดในแต่ละโครงการ และการประเมินผลโครงการ การแปลงประเด็นยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ อาจอยู่ในรูปของแผนปฏิบัติการ (Action Plan) แผนงานหรือชุดโครงการ (program) และโครงการ (Project) ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบมีความเกี่ยวเนื่องกัน กล่าวคือ แผนปฏิบัติการ (Action Plan) เป็นแผนที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อระบุรายละเอียด ข้อกำหนด หรือแนวปฏิบัติที่จะต้องดำเนินการในอนาคต เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ตามยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ โดย หน่วยปฏิบัติต้องแสดงถึงความสัมพันธ์ของผลงานที่จะเกิดขึ้นอย่างน้อย 2 ระดับ ได้แก่ ผลผลิต (Output) และ ผลลัพธ์ (Outcome) ดังนั้น รูปแบบของแผนปฏิบัติการจะชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ใน ระดับต่าง ๆ แผนงานหรือชุดโครงการ (Program) เป็นกลุ่มของผลผลิตหรือโครงการตั้งแต่ 2 ผลผลิต หรือโครงการขึ้นไป ที่ตอบสนองหรือมุ่งบรรลุเป้าประสงค์หรือเป้าหมายยุทธศาสตร์อย่างเดียวกัน ส่วนโครงการ (Project) หมายถึง งานหรือส่วนหนึ่งของงานที่ต้องกระทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย ภายในระยะเวลา และงบประมาณที่กำหนดไว้โดยให้สอดคล้องกับข้อกำหนด และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งกำหนดแนวทางการพัฒนาส่งเสริมกิจกรรม การ ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่การทำงานร่วมกัน และการติดต่อประสานงานกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้มีบทบาทจากธุรกิจหลากหลายประเภทในภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ผู้มีบทบาทของหน่วยงานในภาครัฐหลายแห่ง ภาครัฐมีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญยิ่งในการวางแผนกลยุทธ์และกำหนดนโยบายจึงควรใส่ใจในการกระตุ้นส่งเสริมให้ผู้มีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน ทั้งนี้ฝ่ายที่ดูแลด้านระบบการวางแผนก็จำเป็นต้องตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

การวางแผนเพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและช่วยสร้างโอกาสให้แก่บรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการนำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ประกอบการวางแผนอย่างเหมาะสม และเพียงพอ ทั้งนี้จะต้องกระตุ้นให้มีการเสนอ แนวทางที่สร้างสรรค์เพื่อมิให้การกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวที่มีความเป็นพลวัตสูงนั้นมีรูปแบบเดิม และล้าสมัย ไม่สามารถแข่งขันได้ กลยุทธ์ที่เหมาะสมแก่สถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้จะต้องได้รับการออกแบบในลักษณะที่เป็นชุดของการเคลื่อนไหว เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุด โดยจำเป็นต้องศึกษาการข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทั้งนี้ทรัพยากรหลักที่แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยว และเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่

(1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Physiographic of destination) ซึ่งได้แก่ ภูมิทัศน์ ทิวทัศน์ สภาพดินฟ้าอากาศที่มีนอกเหนือจากความสามารถในการบริหารจัดการและการควบคุมของมนุษย์ แต่ก็อาจนำมาใช้เป็นจุดขายเช่น สถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณที่หนาวจัดในฤดูหนาว อาทิ ดอยอ่างขาง ดอยอินทนนท์ ภูเรือ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว หรือสถานที่ที่มีอากาศดี ก็สามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดีกว่าที่อื่น อาทิ ประเทศสเปนที่มีแสงแดดสาดส่องตลอดปีหรือหมู่เกาะในทะเลอันดามันของประเทศไทย อาทิ หมู่เกาะพีพี เกาะภูเก็ต ก็อาจใช้ที่ตั้งที่มีเสน่ห์ดึงดูดเป็นจุดขาย การสร้างจุดขายมักจะนำลักษณะธรรมชาติที่โดดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาสร้างตำแหน่งทางการตลาดให้แก่สถานที่ท่องเที่ยว เช่น การนำธรรมชาติที่งดงามตื่นตาตื่นใจชวนสัมผัส งดงามน่าเดินทางไปท่องเที่ยว แม้ว่าที่นั้นอาจจะไม่มีกิจกรรมอื่นใดจัดไว้บริการให้นักท่องเที่ยวเลยก็ตาม

(2) วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination culture and history) (Richhie&Crouch,2003) ได้ศึกษาและพบว่าองค์ประกอบด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีอิทธิพลในการสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมี 12 ประการได้แก่ (1) งานฝีมือ (2) ภาษาถิ่น (3) ประเพณีท้องถิ่น (4) ลักษณะประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น โบราณสถานที่เป็นสถาปัตยกรรมของปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทหินพิมาย โบราณสถานของอยุธยา เป็นต้น (5) อาหารท้องถิ่นหรือความหลากหลายของอาหารการกิน (Gastronomy) เช่น ผลไม้ไทยที่มีหลากหลายชนิดทุกฤดูกาล รสชาติอาหารไทย เป็นต้น (6) ศิลปะดนตรี ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ศิลปะการทำผ้าบาติก การทำร่มที่ตำบลบ่อสร้าง การทำขามสังคโลกที่สุโขทัย หรือการทำเครื่องปั้นดินเผาที่ด่านเกวียน เป็นต้น (7) วิธีการทำงานหรือเทคโนโลยีที่น่าสนใจ เฉพาะถิ่น เช่น ฟาร์มมุกในภาคใต้ หรือการปลูกพืชเมืองหนาวในภาคเหนือ (8) สถาปัตยกรรมทั้งภายในและภายนอกที่มีลักษณะเฉพาะตัวเช่น ตึกสโตนีโปรตุเกสที่จังหวัดภูเก็ต บ้านเรือนศิลปะล้านนาที่มีฉลุเป็นรูปกาแลเป็นต้น (9) ศาสนาที่สำคัญในท้องถิ่น ตลาดจนความเชื่ออื่น ๆ (10) ระบบการศึกษาที่สะท้อนลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (11) รูปแบบการแต่งกายของผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น และ (12) กิจกรรมเพื่อความบันเทิงซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น รำโนราห์ รำเซิ้ง ฟ้อนเล็บ เป็นต้น

(3) การผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว (Mix of activities) ที่จะกระตุ้นนักท่องเที่ยวทั้งทางกายภาพ และทางอารมณ์ กิจกรรมที่น่าสนใจจะดึงดูดใจ ทำทาย ตื่นเต้น เร้าใจ และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดในแต่ละช่วงเวลา ตามกระแสความนิยมซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ เช่น การไปทานอาหารปลอดสารพิษ (organic) พร้อมการปั่นจักรยาน เป็นต้น

(4) การจัดงานพิเศษต่าง ๆ (Special event) โดยเฉพาะงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งอาจจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีหรือจัดขึ้นเป็นครั้งคราว ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวที่มีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว เช่น งานลอยกระทงที่สุโขทัย งานสงกรานต์ที่เชียงใหม่ เทศกาลกินเจที่ภูเก็ต เป็นต้น

(5) องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป (Different Components) ในเชิงโครงสร้างธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวและดึงดูดความ

สนใจของนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเฉพาะได้อย่างไรดี เช่น หมู่เกาะสิมิลันที่มีภูมิทัศน์งดงามและมีสภาพใต้ท้องทะเลที่เหมาะสมกับการดำน้ำชมปะการัง เป็นต้น

(6) ประเภทของสถาบันบันเทิง ที่มีการออกแบบเพื่อสร้างความสนุกสนานพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ อาทิ สวนสัตว์เปิดซาฟารี ภูเก็ตแฟนตาซี ถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ เป็นต้น

(7) ความเข้มแข็งของเครือข่ายด้านการตลาด (Strength of market tie) เป็นตัวเร่ง (Catalyst) สำคัญซึ่งจะสื่อความและกระตุ้นเร้าใจให้ผู้คนได้รับทราบเรื่องราวตัดสินใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางการในการวิเคราะห์ศักยภาพทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ และแนวทางการใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายด้านการท่องเที่ยว

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นนโยบายสาธารณะประเภทหนึ่ง พรพฐู รูปจำลอง (2552) ได้กล่าวถึงนโยบายสาธารณะและนโยบายด้านการท่องเที่ยวว่าเกิดขึ้นตามความจำเป็นตามสภาพแวดล้อมหรือแนวโน้มของสถานการณ์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยผู้มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย (Policy Maker) จะพิจารณาตัดสินใจในลักษณะที่เป็นกระบวนการ ของนโยบาย เป็นกิจกรรมทางการเมืองซึ่งโดยทั่วไปมีขอบเขตครอบคลุมถึงเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ 1) การกำหนดประเด็นปัญหา 2) การนำเสนอแนะนโยบายต่าง ๆ 3) การเลือกข้อเสนอแนะนโยบาย เพื่อให้เกิดการสนับสนุนทางการเมืองในการนำไปปฏิบัติ หรือการกำหนดเป็นกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ 4) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementing Policies) 5) การประเมินผลนโยบาย (Evaluating policies) ซึ่งเป็นการศึกษาบรรดาโครงการที่มีการดำเนินการแล้ว มารายงานผลลัพธ์ (Outputs) ของโครงการ การประเมินผลกระทบ (Impacts) ของโครงการตามกลุ่มที่เป็นเป้าหมายและมีใช้เป้าหมายในสังคม ตลอดจนการเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงและการปรับปรุงแก้ไขตามความจำเป็น

กระบวนการของนโยบายเป็นชุดของกิจกรรมทางการเมือง (Series of Political Activities) ซึ่งรวมถึง การกำหนดประเด็นปัญหาและการก่อรูปนโยบาย การกำหนดนโยบายเพื่อให้มีผลเป็นนโยบายสาธารณะตามกฎหมาย (Legitimation) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Implementation) และการประเมินผลนโยบาย กระบวนการนโยบายสาธารณะในเชิงทฤษฎีมีขั้นตอนหลักที่สำคัญดังนี้

1. การก่อรูปนโยบาย (Policy formation) เริ่มต้นด้วยการกำหนดประเด็น (Issue) และพิจารณาปัญหา โดยให้คนในสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง เปิดเผยและจริงจัง หากปัญหานั้นมีความสำคัญระดับชาติ รัฐบาลก็จะนำไปพิจารณาหาวิธีการจัดการแก้ไขปัญหาด้วยการกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ

2. การพัฒนาทางเลือกนโยบาย หลังจากที่มีการก่อรูปนโยบายแล้วจึงต้องการพัฒนาทางเลือกเพื่อนำไปดำเนินนโยบาย โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงเป้าประสงค์ของนโยบายแล้วกำหนดทางเลือก ทั้งนี้

ต้องคาดการณ์พยากรณ์ผลลัพธ์ ผลกระทบและผลข้างเคียง (Side- Effects) ซึ่งอาจเกิดขึ้นแก่ทางเลือกแต่ละทางเพื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย และคุณค่าของแต่ละทางเลือกของนโยบาย

3. การตัดสินใจเลือกนโยบาย (Decision Marking) ผู้มีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจกำหนดนโยบายต้องตัดสินใจเลือกนโยบายที่พิจารณาเห็นว่าเหมาะสมที่สุด และน่าจะก่อให้เกิดผลดีแก่ประเทศชาติโดยรวมมากกว่าทางเลือกอื่น ผลประโยชน์ที่จะเกิดจากการตัดสินใจนโยบายควรจะต้องกระจายอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (Equity) แก่คนในสังคม

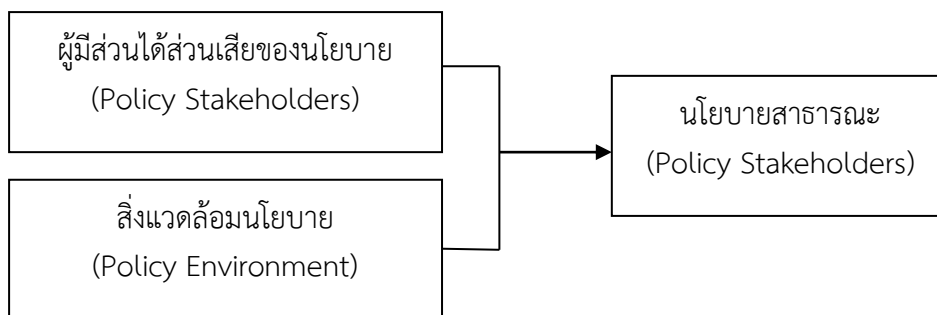
4. การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าประสงค์ของนโยบายในการแก้ไขปัญหาตามประเด็นต่างๆ ของนโยบาย หน่วยงานของภาครัฐทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น จะต้องดำเนินการอย่างเหมาะสมตามบทบาทหน้าที่ของตน เพื่อให้การนำนโยบายไปปฏิบัติบรรลุผลตามเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ของนโยบาย โดยหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องติดต่อสื่อสารและประสานงานกับภาคเอกชน และบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับนโยบายเพื่อให้มีความเข้าใจในนโยบายซึ่งจะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถช่วยแก้ปัญหาให้ลุล่วง และนำมาซึ่งผลประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อันจะสะท้อนกลับไปเป็นผลประโยชน์ของสังคม และประเทศชาติโดยรวม

ทั้ง 4 ขั้นตอนข้างต้น ของกระบวนการสาธารณะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ในกระบวนการนโยบายที่มุ่งหวังจะแก้ไขปัญหาของสาธารณะและก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ทั้งนี้ผู้ตัดสินใจนโยบายจำเป็นจะต้องใช้วิจารณญาณและอำนาจหน้าที่ (Authorities) โดยยึดแนวทางของหลักจริยธรรม (Approach to Ethics) เพื่อให้นโยบายเกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างทั่วถึงเที่ยงธรรมแท้จริง

5. การประเมินผลนโยบาย (Policy evaluation) หลังจากที่มีการนำนโยบายไปปฏิบัติก็ควรจะต้องดำเนินการประเมินผล (Results) หรือการวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Outcomes) ผลกระทบ (Impacts) ผลข้างเคียง (Side effects) และผลซึ่งมิได้คาดหมาย (Spit overs) ของนโยบาย เพื่อจะได้นำข้อมูลมาตัดสินใจความสำเร็จและความล้มเหลวของนโยบาย การประเมินผลนโยบายจะทำได้ง่ายขึ้นหากผู้ตัดสินใจนโยบายได้กำหนดดัชนีชี้วัดผลสำเร็จของนโยบายไว้ล่วงหน้า เพื่อว่าผู้ประเมินผลนโยบายจะได้นำมาใช้เป็นกรอบในการประเมินผลนโยบาย การประเมินผลนโยบายมีความสำคัญเพราะจะทำให้ทราบถึงปัญหาต่างๆ อันเกิดจากการนำนโยบายไปปฏิบัติอย่างเป็นระบบ การประเมินผลนโยบายในแต่ละขั้นตอนตามที่ผู้ประเมินนโยบาย (Policy evaluator) จะกำหนดเพื่อให้สอดคล้องกับความประสงค์ในการประเมินผล การประเมินผลอาจทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ในการปรับปรุงแก้ไขนโยบายให้สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ และบริบทของสังคมในขณะนั้น (Normative evaluation) หรืออาจจะประเมินผลนโยบายเพื่อการปรับปรุงขนานใหญ่ (Summative evaluation) ในกรณีที่การประเมินผลทราบว่าการดำเนินนโยบายก่อให้เกิดผลเสียและผลกระทบต่อสังคมอย่างกว้างขวาง มากกว่าผลดีที่เกิดขึ้น ผู้ตัดสินใจนโยบายก็อาจจะต้องตัดสินใจเลือกนโยบายดังกล่าว

แนวคิดเรื่องกระบวนการนโยบาย ได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับระบบนโยบาย ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างนโยบายสาธารณะกับสิ่งแวดล้อม

นโยบายและบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของนโยบาย ปัจจัยต่างๆ ในระบบนโยบายแสดงถึงรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งหมดที่ก่อให้เกิดนโยบาย ระบบนโยบาย มีปัจจัยซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันหลายลักษณะ อาทิ กรณีที่นโยบายสาธารณะเป็นผลผลิตของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับนโยบายและสิ่งแวดล้อมนโยบายสาธารณะจะถือว่าเป็นตัวแปรตาม ส่วนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของนโยบาย และสิ่งแวดล้อมนโยบายทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระ ดังแสดงในภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แผนภูมิแสดงระบบนโยบาย (Policy System)

ที่มา พรพฐ รูปจำลอง, 2552, หน้า 38

จากแนวคิดเกี่ยวกับระบบนโยบายสาธารณะ คณะผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางการค้นหาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การกำหนดให้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผลผลิต (Output) ของผู้มีส่วนได้เสียของนโยบายและสิ่งแวดล้อมนโยบาย ที่เกิดจากการผลักดัน ของกระแสนิยมและการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทยพึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้คนต่างชาติ และคนไทยเดินทางท่องเที่ยว ในประเทศไทย บรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงควรเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีเงื่อนไขว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ตระหนักถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมนโยบาย

อีกทั้งนโยบายด้านการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษกว่านโยบายด้านอื่น เพราะบรรดาผู้มีส่วนสำคัญในการริเริ่มคิดค้นจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยผู้ปฏิบัติ ตามนโยบายในภาครัฐ จำเป็นต้องมีบทบาทในการติดต่อประสานงานและมีปฏิสัมพันธ์กับบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย นอกจากนี้สถานการณ์ภายในและภายนอกประเทศที่มีความเป็นพลวัตมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว การกำหนดนโยบายต่างๆจึงควรได้มีการตัดสินใจกำหนดนโยบายจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอันจะนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักต่อไป

2.2.1 กระบวนการในการกำหนดนโยบาย

นโยบายสาธารณะอาจได้รับการพัฒนาขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐหรือข้าราชการ พรรคการเมือง นักการเมืองหรือองค์กรภาคเอกชนที่อาจมีอิทธิพลต่อการพัฒนานโยบายของรัฐ และนโยบายต้องปรากฏการกระทำที่มีจุดมุ่งหมาย ชัดเจน ในทัศนะของแอนเดอร์สัน (Anderson, 1994 p. 5-6) จำแนกลักษณะสำคัญของนโยบายสาธารณะออกเป็น 2 คุณลักษณะที่สำคัญได้แก่

(1) ความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายสาธารณะกับการกระทำที่บรรลุเป้าหมาย ที่เฉพาะเจาะจง หรือ การกระทำที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน (2) ประกอบไปด้วยชุด (Courses) หรือแบบแผน (Patterns) ของการกระทำ ที่ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐอย่างต่อเนื่อง มากกว่าการแบ่งแยกหรือใช้ดุลพินิจ ตัดสินใจเพียงเฉพาะบางกรณี (3) นโยบายสาธารณะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์หรือความต้องการ ให้มีนโยบายของประชาชน หรือบุคคลที่ระบุถึงสิ่งที่รัฐต้องกระทำหรือละเว้นการกระทำ หรือเป็นการ สนองตอบต่อประเด็นต่าง ๆ ที่เอกชนเป็นผู้เสนอ หรือ มีการเสนอโดยตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์ หรือข้าราชการหน่วยงานอื่น ๆ ของรัฐที่รับผิดชอบในแต่ละเรื่องเพื่อให้เกิดการกระทำตาม ข้อเรียกร้อง (4) นโยบายสาธารณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่รัฐบาลจะต้องกระทำจริง ๆ มิใช่เพียงแต่เรื่องที่ ตั้งใจจะทำหรือสิ่งที่รัฐบาลเพียงแต่พูดเท่านั้น (5) นโยบายสาธารณะอาจมีลักษณะทางบวกหรือลบ ก็ได้ นโยบายบางอย่างกำหนดเพื่อแก้ไขปัญหา ให้แก่ประชาชนหรือสังคมโดยรวม

2.2.2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake holder)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นคำที่เริ่มใช้แพร่หลายนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1984 โดยมีคำจำกัด ความว่า กลุ่มหรือปัจเจกบุคคลซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Objectives) ขององค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึงบุคคลที่ ก่อให้เกิดผลกระทบและบุคคลที่ซึ่งได้รับผลกระทบจากนโยบายการตัดสินใจกำหนดนโยบายและ การดำเนินงานของระบบต่างๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอาจเป็นปัจเจกบุคคล ชุมชน กลุ่มทางสังคม หรือ สถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดของการรวมตัวเท่าใด หรืออยู่ในระดับใดของสังคม นโยบาย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือการทำงานร่วมกันของหลายฝ่าย การท่องเที่ยวมี ความซับซ้อน เพราะมีหลายภาคส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคล และเป็นองค์กรในภาครัฐและ ภาคเอกชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้อง ระบุให้ชัดเจนว่าใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านการท่องเที่ยวบ้าง ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความต้องการผลประโยชน์ส่วนได้ส่วนเสีย ความเชื่อ หลักการและบทบาทของแต่ละ ฝ่าย เพื่อการกำหนดลักษณะของบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และต้องทำให้ได้รับฉันทามติ (Consensus) เพื่อกำหนดจุดหมายในการดำเนินการร่วมกัน และเป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหมด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) โดยทั่วไป หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งสามารถทำให้เกิดผลกระทบ และได้รับผลกระทบจากธุรกิจการ ท่องเที่ยวภายในตลาดการท่องเที่ยว หรือชุมชนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน กระบวนการวางแผน หรือการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว และ/หรือ มีส่วนได้ส่วนเสียใน ผลลัพธ์ (Outcome) ของธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีหลายระดับ ผู้วางแผนด้าน การท่องเที่ยวมีหน้าที่ในกระบวนการตัดสินใจวางแผนจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วน เสียทุกกลุ่ม อาทิ ภาคธุรกิจ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวหรือ แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มที่ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และนักท่องเที่ยว ตลอดจนลูกจ้างในภาคธุรกิจใน การทำงานร่วมกันผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต้องมีโอกาสด้านการแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกัน โดยนำ ความคิดเห็นของบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความคิดเห็นนั้นจะต้องได้รับการยอมรับนับถือ

2.3 แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รู้จักกันในฐานะของการเป็นรูปแบบหนึ่งการท่องเที่ยวทางเลือก และการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เมื่อพิจารณาในเชิงลึกแล้ว พบว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากการท่องเที่ยวทางเลือกอื่น ๆ ทั่วไปจึงจำเป็นถึงการจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแยกต่างหากจากการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ การท่องเที่ยวทางเลือกและการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ อย่างชัดเจนสำหรับประเทศไทยแล้ว การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังเป็นเรื่องใหม่ และยังไม่มี ความชัดเจนทั้งในแง่ของการให้นิยามความหมาย ชนิดและรูปแบบการดำเนินการ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสร้างความแตกต่างและสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น จนสามารถนำไปสู่การวางแผน กำหนดนโยบาย และยุทธศาสตร์ได้ถูกต้องเหมาะสมอย่างแท้จริง

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กระแสการให้ความสนใจต่อสุขภาพ การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การตื่นตัวในเรื่องการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของคนทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เชื่อมต่อโลกไร้พรมแดน เหล่านี้ล้วนทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559, หน้า 28) แนวโน้มการเข้าร่วมมหกรรมกีฬาต่างๆ มีอัตราสูงขึ้นในทุกะดับของสังคม มีการขยายตัวของสังคมที่กว้างขึ้นในทุกกลุ่มอายุ การเดินทางท่องเที่ยววันหยุดของกลุ่มเยาวชนเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเดินทางแบบในช่วงวันหยุดสั้นๆ (shot breaks) และ second holidays สูงขึ้น มีนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นแบบ 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

สแตนดีเวน (Standeven, J., & De Knop, 1999, p. 12) การเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลทั้งในเชิงพาณิชย์/ธุรกิจและมีใช่เหตุผลเชิงพาณิชย์ที่ทำให้จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ โดยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เกี่ยวข้องอาจจะอยู่ในรูปของกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ อาทิ กีฬาโอลิมปิกไปจนถึงกิจกรรมกีฬาของท้องถิ่น

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

ฟิเรนเซ (Firenze, 1998, p. 3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึงการเดินทางเพื่อมีส่วนร่วมหรือเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาที่ได้กำหนดหรือจัดขึ้น ต่อมาได้นิยาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง การใช้กีฬาซึ่งเป็นกิจกรรมทางกาย อาทิ วิ่ง กระโดด เดิน แข่งวิ่ง การโยน การยิง การป่ายปีน เป็นสื่อกลางในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในความหมายของฟิเรนเซ คือ ทั้งผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงกีฬาและผู้ชม ในขณะที่

ซาลิแมน (Salyman, 2000) เห็นว่าแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรให้ความหมายจากแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การเดินทางที่มี “กิจกรรมทางกาย” เป็นแรงดึงดูดใจของการท่องเที่ยว คำอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาครอบคลุมทั้งในส่วนของ การเป็นนักกีฬาหรือผู้มีส่วนร่วมเกี่ยวกับกีฬา และผู้ชม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวโดยมีชนิดของกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ต้องใช้ทักษะ มีกฎกติกา มีรูปแบบวิธีการ วิธีการเล่นแม่เหล็กในการดึงดูดใจ หากอธิบายในมุมมองของธุรกิจการท่องเที่ยว นักกีฬา ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ชมกีฬาคือนักท่องเที่ยว ส่วนชนิดของกีฬาหรือกิจกรรมเชิงกีฬาคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ส่วนชุมชน สถานที่ หรือเมืองที่ใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว การดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยว จึงเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ชนิดของกีฬา) ประสพการณ์ การบริการ ตลอดจน ทรัพยากรอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยว ที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวกับกีฬา

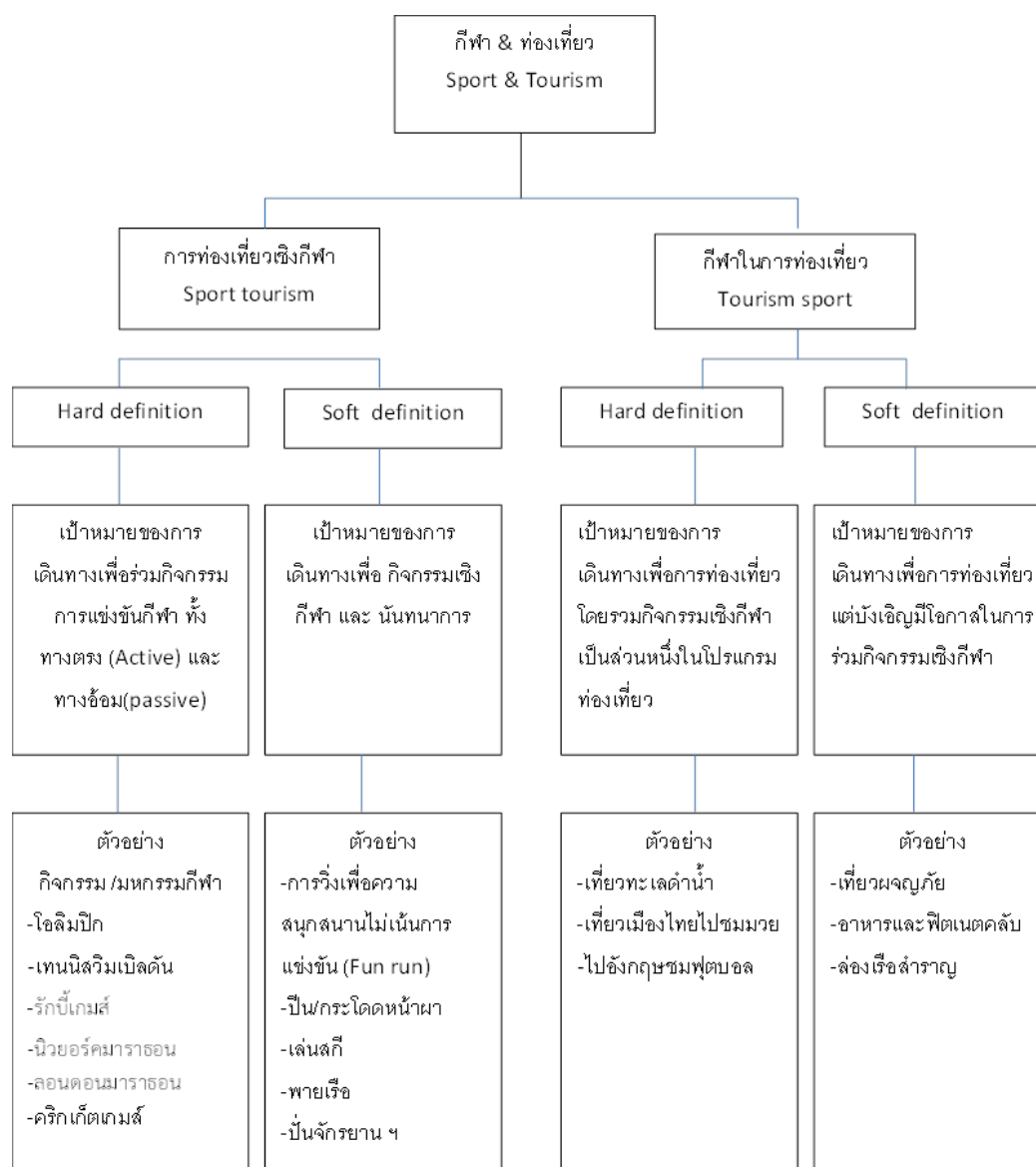
โคธยา หอมชื่น (2551, หน้า 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังนี้

1. การเดินทางเพื่อเหตุผลที่มีใช้การพาณิชย์เพื่อเข้าร่วมหรือสังเกตการณ์ในกิจกรรมกีฬาในสถานที่ ซึ่งอยู่ห่างไกลจากที่อยู่อาศัยประจำวัน
2. การแสดงออกของรูปแบบพฤติกรรมของประชาชนในระหว่างช่วงเวลาแห่งการพักผ่อน เช่น ช่วงวันหยุดที่ใช้สถานที่ซึ่งส่วนหนึ่งมีความดึงดูดทางธรรมชาติเป็นพิเศษ และอีกส่วนหนึ่งก็มีกิจกรรมกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเพื่อการนันทนาการด้านกายภาพ
3. วันหยุดพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชม หรือเป็นผู้เข้าแข่งขัน
4. การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่ของชุมชนที่พักอาศัย เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเข้าชมกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเยี่ยมเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายภาพหรือกีฬา
5. การเข้าไปมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาทุกประเภท ทั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการ และไม่เป็นการ เพื่อเหตุผลทั้งในเชิงพาณิชย์ ธุรกิจ และมีใช้เหตุผลเชิงพาณิชย์ที่ทำให้จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ
6. ผู้เยี่ยมเยือนชั่วคราวที่มีการพำนักร้อยอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ส่วนสถานที่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจอันดับที่สอง

7. บุคคลและหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา หรือกีฬาเพื่อนันทนาการไม่ว่าจะเป็น โดยทางตรงหรือทางอ้อม ในขณะที่เดินทางไปและหรือพำนักอยู่ในสถานที่นอกเขตพื้นที่ที่เป็นสิ่งแวดล้อมปกติ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทั้งนักท่องเที่ยวทางตรง (Active) และนักท่องเที่ยวทางอ้อม (Passive) โดยนักท่องเที่ยวทางตรง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปมาเล่นหรือแข่งขันกีฬา มีส่วนร่วมกับกิจกรรมกีฬาในระหว่างวันหยุด กิจกรรมกีฬานี้รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กอล์ฟ เทนนิส สกี สก๊วช และการปั่นจักรยาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางอ้อม ได้แก่ ผู้ชมหรือผู้ที่ไปเยี่ยมชม พิพิธภัณฑสถานเกี่ยวกับกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกีฬา, หอเกียรติยศ สปอร์ตธีมพาร์ค (Sport Theme Park) หรือสนามแข่งขันกีฬาที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวทางอ้อมนี้อาจจะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อต้องการประสบการณ์เกี่ยวกับกีฬานั้น ๆ และอาจจะไปเที่ยวชมกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทั้งเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา และเพื่อชมหรือเฝ้ามองกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา บทบาทของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังขึ้นอยู่กับชนิดของสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิกเป้าหมายหลักของกิจกรรม คือ นักกีฬาและผู้เข้าร่วมในบทบาทต่าง ๆ อาทิ ก่อนการจัดมหกรรมกีฬา (Pre - Olympic Visitors) ซึ่งได้แก่บุคคล คณะบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศเจ้าภาพเพื่อช่วยในการจัดกิจกรรม ในระหว่างการจัดมหกรรมกีฬา จะมีนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลกติกา กรรมการตัดสิน นักกีฬา สื่อมวลชน ส่วนนักท่องเที่ยวทางอ้อมที่เดินทางมาเพื่อชมกีฬา เป็นผลที่เกิดจากการจัดกิจกรรมและการนำเสนอของสื่อมวลชนต่าง ๆ ในอีกมุมหนึ่ง หากสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นหอเกียรติยศ (Hall of Fame) พิพิธภัณฑสถานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา กลุ่มเป้าหมายหลักจึงเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อชมมากกว่าเพื่อมีส่วนร่วมกับการกิจกรรม จากที่กล่าวมาบ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีขอบเขตความหมายที่กว้าง

มีนักวิชาการชื่อแกมมอนและโรบินสัน (Sean Gammon and Tom Robinson, 2003, pp. 21-26) ได้เชื่อมโยงให้เห็นความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวและกีฬา ในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Sport) ดังแสดงในภาพที่ 2.6



ภาพที่ 2.6 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Sport)
ที่มา นักวิจัยปรับปรุงจาก Sean Gammon and Tom Robinson, 2003, pp. 21–26

จากภาพที่ 2.6 บ่งชี้ให้เห็นว่า ถึงคุณลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสาระสำคัญ ดังนี้ (1) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะต้องมีกีฬาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการเดินทางท่องเที่ยว แม้จะไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางนั้นๆ ก็ตาม เช่น คนกรุงเทพเดินทางไปเที่ยวทะเลที่จังหวัดกระบี่และมีกิจกรรมการปีนหน้าผา ปั่นจักรยาน เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว หรือ คนกรุงเทพเดินทางไปวิ่งแข่งขันภูเก็ตอินเตอร์เนชั่นนอลมาราธอน และเมื่อภายหลังเสร็จสิ้นการแข่งขันได้แวะเที่ยวชมทะเล ถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางจะแตกต่างกัน แต่มีกิจกรรมกีฬาเข้าไปเกี่ยวข้องกับลักษณะของการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (2) กิจกรรมกีฬามีความหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ (Halmark event) กิจกรรมเพื่อสุขภาพร่างกาย

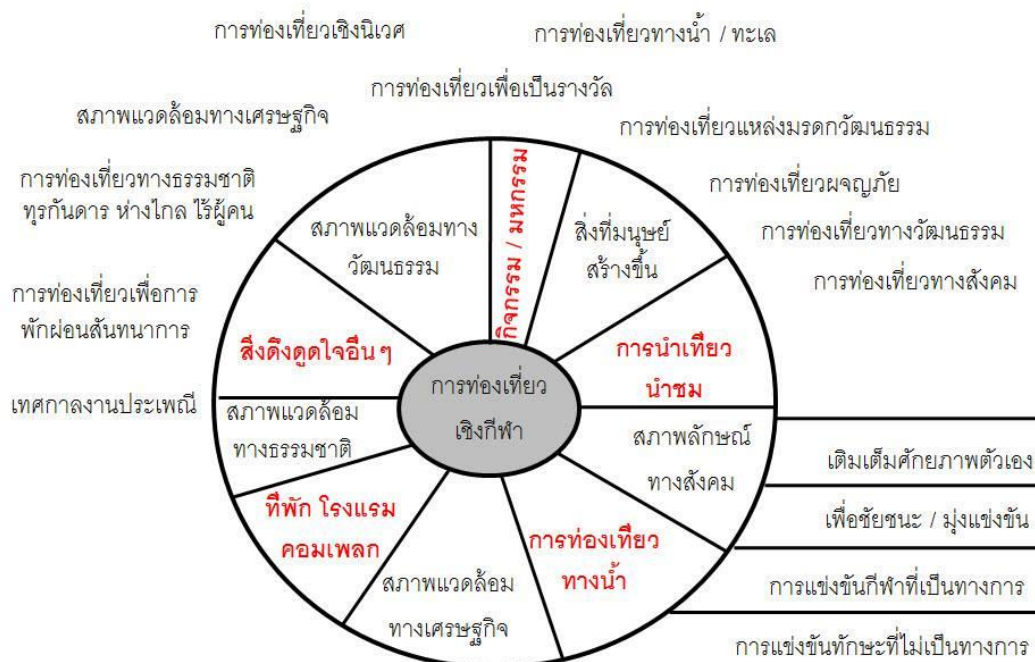
(health and fitness) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (outdoor recreation) อาทิ การพายเรือแคนู การเล่นสกี การเล่นกระดานโต้คลื่น หรือการท่องเที่ยวผจญภัย เช่น การปั่นจักรยานเสือภูเขา การปีนผา เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีลักษณะที่สำคัญดังนี้

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

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะต้องเป็นการเดินทางที่มีการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬาหรือสถานที่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง ซึ่งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬานักท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทั้งในฐานะของผู้เล่น (Active involvement) และการมีส่วนร่วมในฐานะของผู้ติดตาม หรือ ผู้ชม (Passive involvement) รวมถึงการมีกิจกรรมกีฬารวมอยู่โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมในลักษณะใดก็สามารถจัดอยู่ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2.3.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมุมมองของเคิร์ตซ์และซาวฮาร์ (Kurtzman & Zauhar, 1997) จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 กลุ่ม และได้พัฒนาโมเดลเพื่อแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กับสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่เป็นตัวแปรเชิงพื้นที่ และมีผลต่อการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา รวมถึงนำเสนอบริบทหรือองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังแสดงในภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 แสดงองค์ประกอบเชิงพื้นที่ที่สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ที่มา นักวิจัยปรับปรุงจาก เคิร์ตซ์และซาวฮาร์ (Kurtzman & Zauhar, 1997)

จากภาพที่ 2.7 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) แต่ละกลุ่มเชื่อมต่อระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Setting) กิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Economic Setting) สังคม (Social Setting) ซึ่งเป็นบริบทเชิงพื้นที่ที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นกิจกรรมหลัก ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในทัศนะของเคิร์ตซ์และซาวฮาร์ ได้แก่

1.1 กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นภาคส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถแบ่งหรือจำแนกได้หลากหลายทั้งในระดับความสำคัญ เวลาสถานที่ในการจัดกิจกรรมและคุณลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้น ในมุมมองของระดับความสำคัญ กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นได้ทั้งกิจกรรมระดับชุมชน ภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับทวีป นานาชาติ และระดับโลก ในด้านเวลาและสถานที่ กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถที่จะเลือกจัดในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งอย่างเป็นการถาวรตลอดไปหรือ เคลื่อนย้ายสลับไปจัดยังสถานที่ต่าง ๆ หรือจัดพร้อม ๆ กันในหลายสถานที่ ในช่วงเวลาเดียวกัน ในลักษณะของรูปแบบการจัด อาจจะทำในรูปแบบของมือสมัครเล่น หรือจะจัดเฉพาะระดับมืออาชีพได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถใช้เป็นสื่อเพื่อดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชน บุคคลภายนอก

ผู้ชำนาญเฉพาะทางเกี่ยวกับกีฬา ผู้ฝึกสอน และบุคคลทั่วไป การจัดกิจกรรมเชิงกีฬายังสามารถผสมผสานเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับกิจกรรมดังตัวอย่างของการจัดแข่งขันเรือมังกร (Dragon Boat Festival) ซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีบนเกาะฮ่องกง เขตปกครองพิเศษของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีการผสมผสาน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจของการแข่งขัน และสีสันฉูดฉาดของ เรือมังกรจากหลายประเทศ รวมถึงเสียงอึกทึกของกลอง การแห่มังกร และการแสดงศิลปะพื้นเมืองของชาวจีนอีกหลายชนิดที่ถูกนำมาแสดงประกอบตลอดการแข่งขัน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้มาเยือนทุกวันทั้ง 5 เดือน 5 ตามปฏิทินทางจันทรคติหรือวัน “Double Fifth” ได้เป็นอย่างดี กิจกรรมเชิงกีฬายังหมายถึง มหกรรมกีฬานานาชาติ อาทิ กีฬาโอลิมปิก กิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่แบบดั้งเดิม ฮอลล์มาร์ค (Hallmark Events) ตัวอย่างของกิจกรรมเชิงกีฬา อาทิ เอ็นบีเอ แชมป์เปียนชิพ (Championship Bonus NBA) การแข่งขันกีฬาที่สามารถมีส่วนร่วมในเฉพาะในกรณีที่ได้รับเชิญ (Invitational - a Sports Event) กีฬาลีก (League Game) มารารอน โบลลิ่ง เป็นต้น

1.2 กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านการวางแผนผสมผสานกับการพักผ่อน โดยมีสิ่งจูงใจหลักเป็นการเล่นกีฬาในบรรยากาศของรีสอร์ท คอมเพลทหรือวิลล่า พร้อมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับแต่ละชนิดกีฬา ตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกีฬาในรีสอร์ท (Sport Resort) เช่น กอล์ฟรีสอร์ท สกีรีสอร์ท ฟิตเนสแอนด์สปา รีสอร์ท แคมป์ การตกปลาในรีสอร์ท การขี่ม้า (Ranches) เทนนิสรีสอร์ท กอล์ฟ แอนด์คันทรีคลับ (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 สถานะและสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกกีฬาภายในพื้นที่ เช่น ศูนย์กีฬาคบวงจร สนามแข่งขัน (รถยนต์ 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 การร่วมประชุมสัมมนา ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการตลอดจนโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการผจญภัยในโอกาสต่าง ๆ

อาทิ รายการท่องเที่ยวเดินป่า ปีนเขา ปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว วังเพื่อสุขภาพและวังมาราธอน หรือการพายเรือแคนู (Canoeing) ท่องเที่ยว เป็นต้น มักจะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งต้นกำเนิดของแหล่งกีฬา โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงกีฬายังครอบคลุมถึงการเดินทางเข้าร่วมแข่งขันหรือชมรายการกีฬาสีต่าง ๆ (Professional Sport Game Tour) ที่จัดการแข่งขันอย่างเป็นทางการที่มีเงินรางวัล ทั้งรูปแบบฤดูกาลและการแข่งขันแบบ Tournament กระจายไปในพื้นที่ต่าง 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) รวมถึงการดำน้ำแบบสกุบา (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) เป็นการแข่งขันกีฬาเพื่อให้ นักกีฬาได้เล่นโดยไม่ได้เงินเป็นค่าตอบแทนจากการแข่งขัน และ (2) กลุ่มระดับอาชีพ (Professional) เป็นการแข่งขันกีฬาโดยที่ ได้รับค่าตอบแทนเป็นรางวัลจากการแข่งขัน อาจได้รับเป็นเงินเดือนหรือค่าจ้าง

โศรยา หอมชื่น (2551, หน้า 4-8) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่อาจกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อขยายกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยวที่ถูกดึงดูดให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่อาจเข้าถึงได้โดยทั่วไปตั้งเห็นได้จากการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวมวลชน เมื่อมีการจัดมหกรรมกีฬารั้งสำคัญ ๆ แต่ในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบไปด้วยตลาดเฉพาะที่แตกต่างกันหลายระดับ การทำความเข้าใจกับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามความเข้มข้นของกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วมในสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1. กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top Performance Athletes) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันจึงต้องการการเข้าถึงสนามแข่งขันได้สะดวก มีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นสำคัญ ผู้จัดการเดินทาง และผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พักเฉพาะ และความต้องการเรื่องอาหารของนักกีฬา รวมทั้งการจัดเตรียมแพทย์ และเครื่องมือเครื่องมือที่จำเป็นตลอดจนบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลงานของนักกีฬา

2. กลุ่มนักกีฬามวลชน (Mass Sport) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการรักษาสภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ และมีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทางเข้าถึงเขตพื้นที่พักผ่อนวันหยุด และคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาเป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มตลาดนี้

3. กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional Sports (wo)man) สำหรับกลุ่มนี้การชดเชย และชื่อเสียงเกียรติยศมีบทบาทสำคัญกว่าความทะเยอทะยานทางด้านกีฬาในการแสวงหากีฬาที่เกิดขึ้นเฉพาะทางบางโอกาส กลุ่มความต้องการนี้ให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องฝึกซ้อมมากนัก สกีและโบว์ลิ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมด้านกีฬามีได้มีความสำคัญมากไปกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม และความสนใจอื่นภายในกลุ่มตลาดนี้

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive Sports Tourist) กลุ่มนี้มิได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใด เป้าประสงค์ของกลุ่มนี้ คือ มหกรรมกีฬารั้งยิ่งใหญ่ และสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาที่ทรงเกียรติ รวมถึงโค้ชและผู้ติดตามนักกีฬาคนสำคัญ ตลอดจนผู้รายงานข่าว กลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬา จำนวนมหาศาลมีการกล่าวถึงพื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังนี้

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 ทฤษฎีพื้นที่

แข่งขันกีฬาที่ใช้กับพื้นที่ แบบเปิดขึ้นว่าทรัพยากรธรรมชาติเป็นตัวกำหนดพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเกิดขึ้นมิใช่การ เข้าถึงตลาด ตัวอย่างเช่น สกีรีสอร์ท ต้องขึ้นอยู่กับระดับความสูงของภูเขา สภาพหิมะ และลานที่มีหิมะปกคลุมมากพอที่จะสามารถเล่นสกีได้ ซึ่งเรื่องนี้เป็นกรณีสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เฉพาะเจาะจง มีแรงจูงใจจากกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยลักษณะโดดเด่นของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่หลากหลาย ซึ่งมิได้พร้อมเสมอที่จะเอื้อต่อการสร้างความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็นด้านภูมิศาสตร์ (การเข้าถึง) ด้านประชากรศาสตร์หรือด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น เมื่อใดก็ตามที่ทรัพยากรธรรมชาติเอื้ออำนวย และการเข้าถึงของตลาดเกิดขึ้นพร้อมกัน สถานที่นั้นก็จะมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับมวลชน และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่นอกจากเมือง อาจกระตุ้นการลงทุนในด้านการขนส่ง และโครงสร้างพื้นที่ ทำให้มีการพัฒนาการเข้าถึงส่วนการพัฒนาการประกอบการเชิงพาณิชย์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเป็นแรงผลักดันไปสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม ตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เปิดนอกเมืองที่โดดเด่นของโลก เช่น การแข่งขันจักรยานทางไกล Tour de France ของประเทศฝรั่งเศส ที่จัดขึ้นประจำปีทุกปีในช่วงเดือนกรกฎาคมส่วนในประเทศไทยก็มีการจัดการแข่งขันพัตยามารathonเป็นรายการประจำปีช่วงเดือนกรกฎาคม นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันไตรกีฬานานาชาติที่จังหวัดภูเก็ตที่จัดขึ้นเป็นประจำช่วงเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของฝั่งทะเลอันดามัน

4.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ณ ศูนย์การแข่งขันกีฬา (Sport Tourism in Central Location) การแข่งขันกีฬาที่จัดในสนามแข่งขันของเมืองต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางระหว่างเมือง และส่งผลต่อเศรษฐกิจของเมืองที่จัดการแข่งขัน ส่วนใหญ่สนามกีฬาก็จะอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีประชากรค่อนข้างมาก และมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่จะเข้าชมการแข่งขันทั้งที่เป็นคนในพื้นที่ และคนที่เดินทางมาจากต่างถิ่น เช่น การแข่งขันฟุตบอลแบบเหย้าเยือน กองเชียร์ของทีมฟุตบอลก็จะเดินทางไปเชียร์ในสนามทั้งนัดที่แข่งในเมืองของตนเอง และเมื่อต้องไปแข่งขันที่ต่างเมือง ทั้งนี้ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยวอาจจะหากลยุทธ์ที่จะกระตุ้นให้มีแฟนกีฬาที่ไม่ใช่คนในพื้นที่เดินทางมาชม หรือนักท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ร่วมชมการแข่งขันกีฬาในเมืองนั้นด้วยตัวอย่างที่เด่นชัดในกรณีนี้ คือ การแข่งขันฟุตบอลที่เป็นกีฬาแพร่หลายในยุโรป และมีทีมฟุตบอลของแต่ละเมืองมีการจัดการแข่งขันกันเป็นประจำ และเป็นธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล

4.3 อีกรูปแบบหนึ่งของการแข่งขันกีฬาในสนามแข่งขันที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวด้วยคือ การทำให้กีฬาประเภทนั้น ๆ เดินทางไปยังสนามแข่งขันต่าง ๆ ทั่วโลกที่มีผู้นิยมชมชอบกีฬาประเภทนี้อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เป็นเมืองใหญ่ที่มีความพร้อมและโดดเด่น หรือมีทัศนียภาพที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การแข่งขันกีฬาในลักษณะนี้มีการทำการตลาดแบบ “Periodic marketing” ที่รวมเอาวงจรของการเดินทางผนวกกับลำดับของสนามแข่งขันต่าง ๆ จะจัดการแข่งขัน โดยการออกแบบเพื่อปรับปรุงการเข้าถึงของผู้ชม ตัวอย่างของการแข่งขันประเภทนี้ ได้แก่ กอล์ฟ PGA Tour (Professional Golf Association Tour) เทนนิส ATP Tour Association of Tennis Professional Tour) เพื่อให้ได้ประโยชน์จากสภาวะของฤดูกาล ในพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง การแข่งขัน Periodic Marketing มีนัยสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยประการแรกเป็นการเปลี่ยนผู้แข่งขันหรือนักกีฬา

ให้กล่าวเป็นผู้เดินทางเพื่อกีฬา (Sport Traveler) เนื่องจากวงจรของการแข่งขันเป็นการเคลื่อนย้ายสนามโดยเปลี่ยนสถานที่จากประเทศ/ทวีปหนึ่งไปยังอีกประเทศหรือทวีปหนึ่ง ประการที่สองเป็นการสร้างโอกาสสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกับการจัดการแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ นักท่องเที่ยวมักจะมีความเอาใจใส่กับการเชื่อมโยงศูนย์กลางต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นสอดคล้องกับความต้องการประสบการณ์ของผู้มาเยี่ยมเยือน ถูกกล่าวอ้างโดย Leiper (1990) การพัฒนาสนามกีฬาในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ทำให้เห็นศักยภาพในการสนับสนุนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดมหกรรมกีฬาในเชิงการท่องเที่ยว พลัฏที่ผสมผสานกันเป็นหนึ่ง เกิดขึ้นในสถานที่ใดก็ตามที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านกีฬา ได้รับการพัฒนาควบคู่กับการสร้าง Sport bar พิพิธภัณฑสถานหรือเกียรตินิยม (Hall of Fame) และสิ่งบันเทิงในรูปแบบอื่น ๆ ส่วนการพัฒนากิจกรรมเสริม (ที่อาจจะไม่ใช่กิจกรรมด้านกีฬา) และการบริการนักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ที่พัก ธนาคารและศูนย์ให้บริการข้อมูลเป็นการยกระดับพื้นที่ท่องเที่ยวซึ่งการพัฒนาเหล่านี้จะเป็นการพัฒนาแบบถาวรหรือไม่ก็ได้ การพัฒนาพื้นที่ชั่วคราวในบริเวณของนักท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ที่พยายามชมุขมหกรรมกีฬา เพื่อกระตุ้นให้เกิดประสบการณ์ที่กว้างขวางขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Event tourism)

กีฬาและกิจกรรมได้รับการยอมรับเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยสร้างการรู้จักและสื่อสารหลากหลายของกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ออกสู่สาธารณะ ถึงแม้ว่ากีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬา (sport Event) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism product) ที่สามารถใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนให้เข้ามาในพื้นที่ และเป็นภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดี กิจกรรมเชิงกีฬามีหลากหลายรูปแบบตั้งแต่กิจกรรมขนาดเล็กจัดขึ้นในระดับชุมชน เช่น การจัดการแข่งขันบาสเก็ตบอลท้องถิ่น ไปจนถึงมหกรรมกีฬาระดับใหญ่ของมวลมนุษยชาติ เช่น การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับรู้โดยทั่วไปว่า กำลังมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วทุกมุมโลก นอกจากจะส่งเสริมการท่องเที่ยวของเจ้าบ้านที่จัดการแข่งขันแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการรู้จัก และ ประชาสัมพันธ์เมืองหรือชุมชนให้เป็นที่รู้จักได้กว้างขวาง กล่าวคือ กิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา สามารถดึงดูดผู้คนจากภายนอก อาทิ นักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขัน ผู้ชม สื่อมวลชน และ ภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ได้แก่ หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ ให้เข้ามาภายในพื้นที่ ได้มาสัมผัสและ เรียนรู้ชุมชน เสน่ห์ของกิจกรรมเชิงกีฬาในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวคือ การผสมผสาน ความตื่นเต้นเร้าใจของเกมการแข่งขันกับบรรยากาศของสถานที่ (ประเทศ เมือง หรือ ชุมชน) ที่เป็นแหล่งจัดกิจกรรม หรือเมืองที่เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันได้ ตามลักษณะภูมิสังคมวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นและชนิดกีฬาดังนั้นหลายประเทศจึงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ ในประเทศออสเตรเลียภาคการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นเครื่องมือที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และ ยังเป็น

ส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศ อันเป็นผลมาจากการประสบความสำเร็จในการเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาของประเทศหลายรายการ อาทิ การแข่งขันคริกเกต (cricket) รักบี้ (Rugby) ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ทำให้ประเทศเห็นโอกาสและศักยภาพของกิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษของกลุ่มนักท่องเที่ยว 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) อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าออสเตรเลียจะมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองแห่งมหกรรมกีฬาที่มีชื่อเสียง แต่ในระดับนโยบายยังขาดการเชื่อมโยงประสานการทำงานกันระหว่างหน่วยงานหลักและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งเป็นปัญหาหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศออสเตรเลีย

ประเทศแคนาดาเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ประสบความสำเร็จจากการเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาของมวลมนุษยชาติ และสร้างผลกระทบเชิงบวกหลายประการให้แก่ประเทศเจ้าภาพโดยเฉพาะผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ มีการกำหนดนโยบาย และปฏิบัติเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานสำหรับภาคส่วนต่างๆ แต่นโยบายและแนวทางเหล่านั้น ให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติใหญ่ หรือ อีกนัยหนึ่งคือแผนนโยบายสำหรับมหกรรมกีฬานานาชาติใหญ่ ระดับประเทศ ยังไม่ลงไปและยังขาดการเชื่อมโยงกับ กิจกรรมเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่นในมุมมองของ เทรโคและคณะ (Turco et al. 2002, หน้า 52) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตระดับท้องถิ่นได้ และ หลายเมืองมีความพร้อมและต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ เมืองบริติชโคลัมเบีย British Columbia ซึ่งเป็นรัฐหนึ่งของประเทศแคนาดา ได้วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเมืองภายใต้ชื่อ “Tourism British Columbia” เป็นตัวอย่างหนึ่งของเมืองที่พัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เริ่มต้นจากการเป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาโอลิมปิก และ พาราลิมปิก ในปี 2016 การจัดตั้งองค์กรสำหรับการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเรียกว่า the Vancouver Organizing Committee ผลจากการจัดกิจกรรมได้สร้างมรดกที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน ทั้งในแง่ของการ สร้างการสร้างชื่อเสียงเป็นเมืองหรือสถานที่จัดงานกีฬาโลกกีฬา, การสร้างโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจและ คุณภาพชีวิตที่ของท้องถิ่น และนำไปสู่การวางแผนและการจัดสภาพแวดล้อมชุมชนเมืองที่สนับสนุนกิจกรรมทางกาย (Active living) ผลจากการออกแบบเมือง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ การเป็นเมืองสุขภาวะ และกีฬาสืบมาจนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ชุมชนในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รวมถึงบทบาท

และหน้าที่ของชุมชนในฐานะเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬา เหล่านี้ล้วนบ่งชี้ว่า แคนาดามีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประเทศจีน ใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นทางลัด (Fast track) ในการประชาสัมพันธ์ประเทศสู่สายตาชาวโลก ด้วยการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาโอลิมปิก ในปี 2008 ซึ่งเป็นการจัดมหกรรมกีฬาระดับโลกเป็นครั้งแรกในประเทศนี้ และรัฐบาลจีนมองเห็นโอกาสที่จะแสดงศักยภาพของประเทศสู่สายตาชาวโลกในหลายๆ ด้าน อาทิ พลังของวัยหนุ่มสาวชาวจีน ความล้ำหน้าของเทคโนโลยี รวมถึงศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ มหกรรมกีฬาในรูปแบบต่างๆ อาทิ นำเสนอสิ่งดึงดูด ที่เน้นโบราณสถาน วัฒนธรรมเก่าแก่และ ธรรมชาติ บทเพลงประชาสัมพันธ์กีฬาโอลิมปิก โดยใช้ ศิลปินชั้นนำจากฮ่องกง ไต้หวัน และแผ่นดินใหญ่ มาร่วมผนึกกำลังขับร้อง รวมถึงบุคคลมีชื่อเสียง อาทิ เฉินหลง และ เหยาหมิน (นักบาส) มาเป็นทูตประชาสัมพันธ์มหกรรมกีฬา นับได้ว่าการเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาในครั้งนี้ เปิดโอกาสให้ประเทศเจ้าภาพได้แสดงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ออกสู่สายตาชาวโลก ในขณะที่ภายในประเทศเองมีการรณรงค์ให้ประชาชนออกมาเที่ยวชมมหกรรมกีฬา จึงนับได้ว่าสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวทั้งจากภายนอกประเทศและ นักท่องเที่ยวภายในประเทศได้ในคราวเดียวกัน ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน กระตุ้นให้ประชาชนสนใจต่อการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม สร้างโอกาสการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบอื่น บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น กระจายทั่วไปในภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ ปีนเขา ล่องแก่ง สกี กอล์ฟ ศิลปะการป้องกันตัว และการสำรวจทะเลทราย เป็นต้น การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นจุดเปลี่ยนทางการท่องเที่ยวของจีนไปสู่การเปิดเวทีเพื่อพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ (Xu, 2006, p. 95)

การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว เป็นรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้จัดงาน ประชาชนที่มาร่วมงานหรือมาชมงาน ผู้จัดงานและผู้จัดหาบริการที่เกี่ยวข้อง มีระบบการบริหาร การออกแบบและมีกิจกรรมหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีเวนต์ที่จัดขึ้นมักจะมีพลังในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาร่วมกิจกรรม เนื่องจากมีการออกแบบสร้างสรรค์ไม่ซ้ำแบบกัน ผู้ไปร่วมงานจะได้รับประสบการณ์หลากหลาย ถ้าไม่ได้ไปร่วมงานก็เท่ากับเป็นการเสียโอกาส เพราะงานมากมายต่าง ๆ ที่จัดขึ้นมักจะทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าต่อผู้บริโภค ผลพลอยได้ ก็คือเรื่องการท่องเที่ยว

Event Tourism เป็น segment ที่กำลังเติบโตของการท่องเที่ยวนานาชาติ แต่เพิ่งจะได้รับความสนใจ และเริ่มมีการพูดถึงกันมาก หลังจากการเติบโตของการท่องเที่ยว หรือตามหลังการท่องเที่ยวอยู่ถึง 25-30 ปี ก่อนหน้านี้ มักจะเห็นคำว่า special event, hallmark event, mega event อยู่เสมอ และในระยะหลัง เริ่มมีความสนใจมากขึ้นในเรื่อง business events ซึ่งหมายถึงธุรกิจ MICE

Event มีรูปแบบ (Typology) แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ และโปรแกรมที่จัดขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นงานเฉลิมฉลองของทางราชการ เช่น หลายประเทศที่เคยตกเป็นอาณานิคมมักจะมีการเฉลิมฉลองวันประกาศอิสรภาพ หรืออาจจะเป็นงานเฉลิมฉลองของชุมชน (Community Festivals) ในโอกาสใดโอกาสหนึ่ง อาจเป็นเพื่อความสนุกสนาน ความบันเทิง หรือเพื่อธุรกิจ เป็นต้น การจัด

event แต่ละประเภท มีองค์ประกอบหลากหลาย เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ร่วมงาน (facilities) และต้องมีผู้จัดการเฉพาะทาง เช่น ผู้จัดการหรือผู้บริหาร Convention Centres หรือผู้บริหาร Sports Arena เป็นต้น

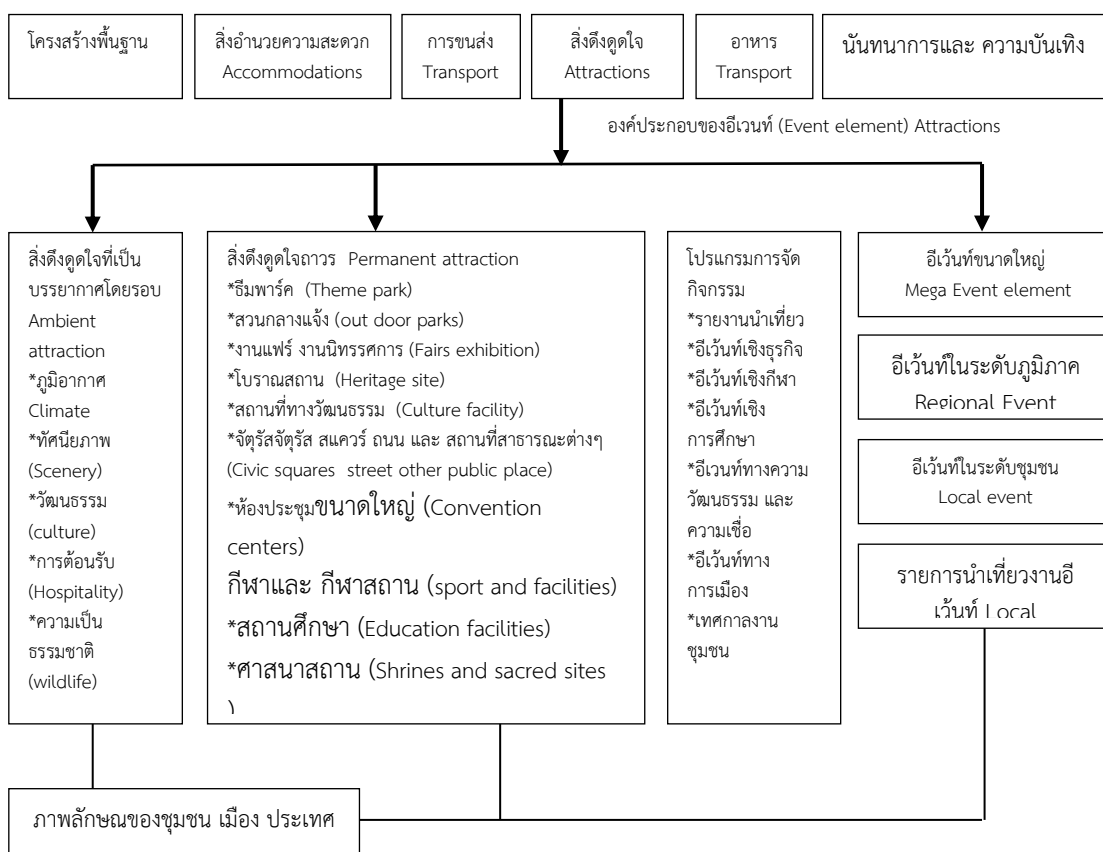
ตารางที่ 2.1 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยวีตและบูล

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	คุณลักษณะ
กีฬาในระหว่างการท่องเที่ยว (Tourism with Sport content)	ในกลุ่มนี้กีฬาไม่ได้เป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาเป็นเหมือนความบังเอิญที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว หรือเป็นแค่ส่วนหนึ่งของแผนการท่องเที่ยวที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport participation Tourism)	ในกลุ่มนี้กีฬาเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (destination) ที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการในฐานะของผู้เล่นหรือ ผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมสาธารณะเปิดฟรี หรือ กิจกรรมเชิงกีฬาที่ต้องเสียเงินค่าชม
การฝึกกีฬา (Sport training)	ในกลุ่มนี้กีฬาเป็นเป้าหมายหลักของการเดินทางแต่เป็นการเดินทางเพื่อฝึกฝน เรียนรู้ เพิ่มเติมประสบการณ์ทางด้านกีฬาจากเทรนเนอร์ โค้ช หรือผู้ฝึกสอนอาจจะอยู่ในรูปของคอร์ส ระยะสั้นในระดับเริ่มต้น คอร์สระยะกลาง หรือจะเป็นแบบฝึกมืออาชีพ สำหรับการเล่นให้กับทีมชาติหรือสโมสรต่าง ๆ
กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event)	เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นรูปแบบที่พบเห็นโดยทั่วไปของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา กิจกรรมเชิงกีฬา สามารถเป็นได้ทั้งสิ่งดึงดูดใจหลักให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวหรือเป็นกิจกรรมหนึ่งในแผนการเดินทาง

ที่มา วีตและบูล (Weed & Bull, 2004, pp. 124–131)

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 สามารถแบ่งออกเป็นหลายชนิดดังนี้



ภาพที่ 2.8 แสดงองค์ประกอบกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport Event)

ที่มา วิฑและบูล (Weed & Bull, 2004, pp. 124–131)

จากภาพที่ 2.8 หากเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวต้องการสร้างความแตกต่างสามารถดำเนินการได้โดยใช้สิ่งดึงดูดใจทั้งในส่วนที่เป็นสภาพแวดล้อมบรรยากาศ สิ่งดึงดูดใจถาวรที่มีอยู่ในพื้นที่และ อีเวนต์ มาสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับเมือง ที่เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอื่นๆ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เป็น อีเวนต์เพื่อการท่องเที่ยว หากพิจารณาในด้านขนาดและขอบเขตของการดำเนินกิจกรรมสามารถจำแนกออกเป็น อีเวนต์ขนาดใหญ่ (Mega event) อาทิ การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ไปจนถึงขนาดเล็กในสวนสาธารณะ หรือ ในพื้นที่ของชุมชนเป็นต้น มีนักวิชาการให้ข้อสังเกตว่า หลายเมืองควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม (Event tourism) ด้วยเหตุผลที่สำคัญได้แก่

1. อีเวนต์สามารถดึงดูดผู้คนและนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกระจายความต้องการของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่อื่นๆได้
2. อีเวนต์สามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล

3. อีเว้นท์ช่วยในการดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชนในการเข้ามาตามติดและเผยแพร่ข้อมูลออกไปสู่สาธารณชนภายนอก

4. ช่วยให้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังมีอยู่ได้เกิดการเคลื่อนไหวและใช้ประโยชน์
5. ช่วยกระตุ้นให้เกิดการมาเยือนซ้ำ
6. ช่วยเหลือและฟื้นฟู

สวอท (Swart 2001, p. 68) กล่าวว่า การเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาก่อให้เกิดประโยชน์หลายด้าน อาทิ ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ แต่อย่างไรก็ตามการที่จะบรรลุผลประโยชน์ในฐานะเจ้าภาพของกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา จำเป็นต้องจัดกิจกรรมอย่างมืออาชีพ ที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารและการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

จากความสำคัญของกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาดังกล่าว นำไปสู่การพยากรณ์ความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาไม่ว่าจะเป็นการวางแผนกลยุทธ์ ทักษะในด้านการสื่อสาร ทักษะการทำงานเป็นทีม และสามารถทำงานภายใต้แรงกดดันสูงได้ (Tassiopoulos, 2005, p. 32) ทั้งนี้ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ผู้จัดการ (ผู้รับผิดชอบ) ควรมีความรู้ขั้นต้นในประเด็นต่อไปนี้ (Perry et al, 1996, pp. 85-93)

1. การตลาด
2. สื่อมวลชนสัมพันธ์
3. การบริหารจัดการโครงการ
4. การจัดทำงบประมาณ
5. การหาหน่วยงานสนับสนุน การหาสปอนเซอร์
6. การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ
7. การวางแผนธุรกิจ
8. การวิจัยตลาด
9. กฎระเบียบข้อบังคับของท้องถิ่น
10. การวางแผนความเสี่ยงและรับมือเหตุการณ์ฉุกเฉิน

นอกจากนี้ เอ็มบ็อก (EMBOK, 2007, pp. 1-4) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา ดังแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 รายละเอียดกิจกรรมและงานพื้นฐานในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กลุ่มงาน	กิจกรรม
1. งานบริหารจัดการ	การบริหารจัดการเกี่ยวกับเวลา
	การบริหารจัดการโดยภาพรวมทั้งระบบ
	การจัดการเครือข่ายความสัมพันธ์และ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง
	การจัดการงานจัดซื้อจัดจ้าง
	การจัดการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร
	การจัดการด้านทรัพยากรบุคคล
	การบริหารจัดการด้านการเงิน

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

กลุ่มงาน	กิจกรรม
2. งานวางแผน	การวางแผนภาพรวมของงาน
	การจัดทำกำหนดการต่าง ของกิจกรรมภายในงาน
	การออกแบบและควบคุมการผลิตเพื่อให้ภาพรวมของงานเป็นไปตามที่กำหนดไว้
	การวางแผนอาหารและเครื่องดื่ม
	การวางแผนตกแต่งสถานที่
	การวางแผนกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานอื่นๆ
	การวางแผนข้อมูลการสื่อสาร
3. การตลาด	การหาสปอนเซอร์ ผู้สนับสนุน
	งานขาย รวมถึงการรับสมัครกรณีเป็นกิจกรรมเชิงกีฬา
	งานประชาสัมพันธ์
	งานส่งเสริมการขาย
	งานจัดแสดงสินค้า
	งานวางแผนการตลาด
	งานวางแผนเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
4. ปฏิบัติการ	งานเทคนิคต่างๆ
	งานสถานที่
	การประสานงานกับผู้มีส่วนร่วม
	การขนส่ง การเดินทาง
	การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรม
	การติดต่อสื่อสาร
	การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมในส่วนของผู้ชม
5. ความเสี่ยง	รักษาความปลอดภัย
	การออกกฎระเบียบต่างๆ
	การประกันชีวิต การประกันอุบัติเหตุ
	งานดูแลสุขภาพและ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
	การเตรียมการเพื่อเหตุฉุกเฉิน
	การติดตามให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับ

ที่มา ปรับปรุงจาก EMBOK (Event Management Body of Knowledge), 2007, pp. 1–4

องค์ความรู้นี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษโดยทั่วไป รวมถึงกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา จากการทบทวนเอกสารพบว่า กิจกรรมเชิงกีฬา เป็นเครื่องมือ

ทางการตลาดที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ และช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาให้ประสบความสำเร็จ อาศัยเพียงประสบการณ์อย่างเดียวไม่เพียงพอเนื่องจากสภาพการแข่งขันและสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและท้าทาย นอกจากองค์ความรู้ในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนากิจกรรมให้มีความโดดเด่น มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและนำองค์ความรู้เหล่านั้นมาสานต่อคล้องกัน การศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาจะช่วยในการกำหนดนโยบาย สำหรับกิจกรรมและสถานที่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวและท้องถิ่น การวิจัยตลาดเพื่อให้พัฒนากิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค นักกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม และทำการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ Getz (1997, pp. 4–5) กล่าวถึงกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาว่าอาจจะ เป็นกิจกรรมที่จัดเพียงครั้งเดียว หรือหลายครั้งที่นอกเหนือจากการทำงานตามปกติของผู้ให้การสนับสนุนหรือหน่วยงานผู้จัด โดยมุ่งหวังเพื่อสร้างประสบการณ์บางอย่างที่นอกเหนือจากงานประจำ เช่น เพื่อ การพักผ่อน เพื่อสังคม หรือส่งเสริมวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผน และเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม มีปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้องในการทำให้กิจกรรมนั้นมีความเป็นพิเศษ ที่นอกเหนือจากกิจกรรมธรรมดา อาทิ

1. เป้าหมายหลากหลาย : กิจกรรมที่วางแผนนั้นมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น วัตถุประสงค์ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสามารถบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

2. สำเร็จสำราญ สนุกสนาน : กิจกรรมที่วางแผนสามารถสร้าง สำเร็จสำราญ สร้างบรรยากาศของความสนุกสนาน มีอิสระเสรีจากความจำเจซ้ำซากของงานประจำ

3. ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน : กิจกรรมพิเศษสามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยว การตอบสนองที่นอกเหนือจากความต้องการขั้นพื้นฐาน และแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นการสร้างความพึงพอใจและความพิเศษให้กิจกรรม

4. มีความเป็นเอกลักษณ์ : ผู้วางแผนจัดกิจกรรมควรทำให้กิจกรรมที่จัดขึ้นมีความสำคัญ จนเกิดความรู้สึกห้ามพลาดในการเข้าร่วมในการรับรู้ของผู้บริโภค การออกแบบให้งานน่าสนใจ อาจจะเชื่อมโยงกิจกรรมที่จัดกับสิ่งที่ชม ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกิจกรรมด้วยการเชื่อมโยงกับสิ่งที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว หรือสิ่งที่น่าสนใจ จะเกิดขึ้น เป็นต้น

5. มีคุณภาพ : คุณภาพของการจัดกิจกรรม ก่อให้เกิดเอกลักษณ์และความพิเศษ การจัดกิจกรรมที่มีคุณภาพสูง มาจากความสามารถของงานที่จัดขึ้น มีคุณภาพสูงเกิดจากความคาดหวังของผู้เข้าร่วม และจะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ

6. ต้นตำรับของแท้ดั้งเดิม : การจัดกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม ดั้งเดิม นอกจากจะช่วยสร้างความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมแล้ว ยังนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ให้กับกิจกรรมที่จัดขึ้น

7. ประเพณี : กิจกรรมพิเศษ จำนวนมากได้กลายเป็นประเพณีฝังรากอยู่ในชุมชนและเป็นที่ น่าสนใจแก่ผู้เข้าชมจากความเก่าแก่ และธรรมเนียมปฏิบัติของท้องถิ่น

8. มีความยืดหยุ่น : กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นสามารถพัฒนาจากการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ไม่ตายตัว ไม่เกี่ยวกับเวลาและสถานที่ สามารถปรับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายได้ตามความเหมาะสม

9. การเป็นเจ้าของบ้านและการต้อนรับที่ดี : การให้การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความรู้สึกเป็นเกียรติและความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

10. องค์ประกอบทางกายภาพที่ให้ความรู้สึกในถิ่นที่ (Sense of place) : คุณลักษณะสภาพแวดล้อม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถรับรู้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติ และบริบทของสถานที่จากภาพรวมของกิจกรรมที่จัดขึ้น

11. สร้างสรรค์แนวคิด (Concept) : ในการจัดกิจกรรม ทุกองค์ประกอบของกิจกรรมส่งเสริมและเป็นไปทิศทางเดียวกัน ภายใต้แนวคิด หรือคอนเซ็ปต์เดียวกัน ช่วยเสริมสร้างความสนุกสนาน รื่นเริง ความเป็นต้นตำรับ วัฒนธรรมประเพณี และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ การจัดงานอย่างมีแนวคิด จะช่วยทำให้กิจกรรมนั้นมีความพิเศษ

12. สัญลักษณ์ : มีการใช้พิธีกรรมร่วมกับสัญลักษณ์ในการบรรยายภาวของความสนุกสนาน รื่นเริง สามารถทำให้กิจกรรมที่จัดมีเอกลักษณ์และความพิเศษแตกต่าง

13. ตอบสนองเป้าหมายหลายกลุ่ม : กิจกรรมที่จัดขึ้นหากสามารถตอบกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็น เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการศึกษา สังคม วัฒนธรรม สามารถเป็นทางเลือกให้กลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย

14. สะดวก : สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย สะดวก จะดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและกลุ่มท่องเที่ยวแบบ last minute ได้

ฉอห์นและแพรี (Shone and Parry, 2004, pp 13-18) กล่าวว่า เอกลักษณ์และอัตลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาประสบความสำเร็จ กิจกรรมที่เหมือนกันจะไม่สามารถผลิตซ้ำได้ในหลาย ๆ ที่ ดังนั้นจึงควรต้องมีการพัฒนากิจกรรมใหม่ที่มีแตกต่าง อย่างไรก็ตามการสร้างแตกต่างให้กับกิจกรรมเชิงกีฬา สามารถทำได้หลากหลายวิธี อาทิ สภาพแวดล้อมและบริบทที่แตกต่าง กลุ่มเป้าหมาย และจำนวนคนที่สามารถเข้าร่วมกิจกรรม หรือใช้ตัวแปรอื่น ๆ มาช่วยสร้างความแตกต่างให้กับกิจกรรมได้จากการนำเสนอเกี่ยวกับ การเปลี่ยนแปลงในการให้คุณค่าและความสำคัญต่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มที่จะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ “New Tourist”) ด้วยเหตุผลที่สำคัญได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการดูแลสุขภาพของคนในสังคม
2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาช่วยสนับสนุนและเสริมสร้างบุคลิกภาพส่วนบุคคลให้เด่นชัดมากขึ้น
3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมสามารถอาศัยการจัดการขั้นสูงในการเพิ่มความแตกต่างและ สร้างสรรค์มูลค่าได้หลากหลาย บนฐานทรัพยากรภายในพื้นที่

4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวได้หลากหลายทั้งในส่วนของการความสนุก ความบันเทิง การผจญภัย และ การดูแลสุขภาพ และ ยังเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างสมดุลในการใช้ชีวิต ครอบครัว และ การทำงาน

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่เนื่องจากความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่เป็นต้นกำเนิดของกิจกรรมกีฬา และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม อาทิ ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย ผสมผสานกับกระแสความห่วงใยสุขภาพ การตื่นตัวของการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย เหล่านี้ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยมีการขยายตัว การบริหารจัดการของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นไปในลักษณะของการตั้งรับมากกว่า เป็นการบริหารจัดการเชิงรุก การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการใช้วิธีปฏิบัติแบบที่เคยเป็นมา จึงส่งผลให้การดึงทรัพยากรมาใช้ไม่เต็มศักยภาพ และขาดความชัดเจน การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1. กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา (Active sport tourism) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเล่นกีฬา ซึ่งอาจจะเป็นการเล่นเพื่อพัฒนาสมรรถภาพ การแข่งขัน การสัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีชื่อเสียง หรือพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดีขึ้น ตลอดจนเป็นการเล่นเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬานี้จึงมีขนาดใหญ่ และมองได้หลายมุม อาทิ ผู้เดินทางไปเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน แบ่งออกเป็น นักกีฬาอาชีพ นักกีฬาสมัครเล่น นักกีฬาเยาวชน เป็นต้น ส่วนนักกีฬาที่ต้องการเดินทางมาเล่นกีฬาเพื่อพักผ่อนหรือเพื่องานอดิเรก มีจุดประสงค์ที่สำคัญคือการพักผ่อน และ การได้รับความสนุกสนาน จากการเล่นกีฬา หรือการสังสรรค์ ระหว่างผู้ที่เดินทางมาเล่นกีฬาร่วมกันก็ได้ กิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วมมีหลากหลายรูปแบบหลายชนิดกีฬา อาทิ กอล์ฟ การพายเรือคายัค เทนนิส การตกปลา การปีนผา เป็นต้น

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับชนิดกีฬา และ กิจกรรมเชิงกีฬาที่มีอยู่ในพื้นที่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ การสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ประกอบกิจกรรมกีฬาที่ชื่นชอบ และทำหายความสามารถ อาทิ การได้พายเรือแคนูและคายัค การล่องแก่ง การปีนเขา การปีนหน้าผา การดำน้ำ การเดินป่าการขี่จักรยาน การตกปลา การเล่นเรือใบ การเล่นกีฬาชายหาด ตลอดจนกิจกรรมเชิงกีฬาอื่น ๆ ที่เป็นกิจกรรมสากล และกิจกรรมกีฬาพื้นบ้าน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความสนุกสนาน พร้อมกับการเพิ่มพูนสมรรถภาพทางกายและสุขภาพ ดังนั้นความสวยงามและความสมบูรณ์ของแหล่งกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวก และความโดดเด่นของกีฬาที่อาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทะเล หาดทราย ภูเขา และป่า จะเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อชมการแข่งขันกีฬา ร่วมงานมหกรรมกีฬา หรือ เป็นผู้แข่งขันในกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดขึ้นในประเทศไทย (Sport event tourism) นักท่องเที่ยวเพื่อชมงานหรือร่วมงานมหกรรมกีฬา (Sport event tourism) เป็นการท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬาซึ่งมีการจัดขึ้นในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง อาจจะเป็นมหกรรมกีฬาที่มีลักษณะเฉพาะ (Halmark event) โดยเป็นการเดินทางไปเพื่อสัมผัสงานหรือมหกรรมกีฬา ประกอบไปด้วย ผู้เข้าร่วมหลัก 2 ส่วนได้แก่ ส่วนของผู้เข้าชมหรือผู้สังเกตการณ์ (Spectators) และนักกีฬาที่เข้าร่วมแข่งขัน ตัวอย่างเช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันรถฟอร์มูลาวันกรีฑา ปรีซ์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเพื่อชมงานหรือมหกรรมกีฬาสำหรับประเทศไทยแล้วยังถือว่า มีข้อจำกัดทางด้านการตลาดเนื่องจากภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของชาวโลกไม่ใช่ตลาดเพื่อการเที่ยวชมงานมหกรรมกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้ามาในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกที่มีหวังในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่ามาดูกีฬา และจะเดินทางมาเฉพาะช่วงเวลาและภูมิอากาศที่เหมาะสมเท่านั้น เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศสวยงามควรจัดให้มีการแข่งขันกีฬานานาชาติสำคัญของโลกทั้งมวยไทย ฟุตบอล เทนนิส และกีฬาอื่น ๆ โดยเชิญทีมหรือนักกีฬาที่มีชื่อเสียงมารวมแข่งขันทั้งนี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศไทยเพื่อดูกีฬาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การจัดและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในฐานะที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ การจัดงานหรือ การจัดมหกรรมกีฬา สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกได้โดยใช้มหกรรมกีฬา เป็นเครื่องมือในการนำ นักท่องเที่ยวไปยังแหล่งกีฬาในชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างงาน และกระจายรายได้ สู่ชุมชนตามวิถีทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สมบูรณ์แบบ

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อเยี่ยมชมสถานที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์มวยไทย สนามกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่เน้นสถานที่หรือ วัตถุ (Nostalgia for sport place or Artifact) พิพิธภัณฑ์กีฬา หอเกียรติยศ กิจกรรมเพื่อรำลึกถึงความหลัง การท่องเที่ยวชมสถานที่ สนามแข่งขัน เป็นต้น และแบบเน้นประสบการณ์ทางสังคม (Naostalgia for social experience) อาทิ การเข้าร่วมกิจกรรมการไหว้ครูมวยไทยของนักมวยหรือผู้สนใจกีฬาจากทั่วโลกให้เข้ามาร่วมรำลึกประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย และพบปะสังสรรค์กันระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวได้

การจัดการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความแตกต่างกันของแต่ละกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ประสบความสำเร็จ อาทิ การท่องเที่ยวด้วยจักรยาน เป็นหนึ่งในกีฬาที่มีคุณสมบัติพิเศษ เมื่อเทียบกับกีฬาประเภทอื่น คือบรรยากาศในการเข้าร่วมกิจกรรมสบาย ๆ ตื่นตาตื่นใจและเพลิดเพลินไปกับสุนทรียภาพที่รื่นรมย์สองข้างทาง สิ่งต่างเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว (mintel, 1998) ดังนั้นการเลือกเส้นทางในการจัดกิจกรรมประเภทจักรยานต้องพิถีพิถัน กล่าวคือ ต้องร่มรื่น ทำหาย แต่ต้องไม่เกินขอบเขตความสามารถของนักท่องเที่ยวที่จะทำได้ และเนื่องจากกีฬาจักรยานเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยทักษะเฉพาะตัวในการขับขี่และอุปกรณ์คือจักรยานที่พร้อมใช้งาน (Bull, et al., 2003) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ต้องดำเนินการคือ เรื่องอาหาร ที่พัก กระจาเปา ยา บุคคลกรผู้ดำเนินกิจกรรม ระบบรักษาความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวที่จะต้องมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้ทันที ในขณะที่กีฬาอล์ฟ จะสนุกสนานและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ที่สำคัญประการหนึ่งคือ สนาม กล่าวคือ สนามอล์ฟต้องได้มาตรฐาน มี 18 หลุม การเล่นหนึ่งหลุมนับตั้งแต่ตีลูกจากเขตที่ตั้งของหลุมนั้นต่อเนื่องไปจนกระทั่งลูกลงหลุมเรียกว่า เล่นจบไปแล้วหนึ่งหลุม ในแต่ละหลุมจะมีความยากง่าย แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบมาให้เล่น นอกนั้นยังมีส่วนประกอบอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ระยะความยาวความสั้นของหลุม อุปสรรคน้ำ บ่อบังเกอร์ทราย เป็นต้น เพื่อให้การเล่นมีความท้าทายมากขึ้น สำหรับมาตรฐานจะมีจำนวน 18 หลุมหรือ

มากกว่านั้น อาจจะมีถึง 36 หลุม (เท่ากับ 4 รอบๆ 9 หลุม) โดยใช้จำนวน 9 หลุมของแต่ละรอบมารวมกัน ให้ครบในการแข่งขัน ต่อรอบที่กำหนดเท่ากับ 18 หลุม การเดินทางไปมาสะดวก กรีนเขียว ชุ่มสวยงามหลายลักษณะทั้ง กรีนเรียบ เป็นคลื่น เป็นเนินสูงบ้าง ต่ำบ้าง แฟร์เวย์ถูกจัดอย่างฉลาด และมีระเบียบ รัฟบาง สภาพแวดล้อมดีมีต้นไม้ ทะเลสาบ และธรรมชาติอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบ เป็นต้น อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดการสนามกอล์ฟประสบความสำเร็จสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมมีหลายประการ ที่สำคัญคือ ทำเลที่ตั้ง และภูมิทัศน์ของสนาม ถือเป็นปัจจัยแรกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้จัดการที่จะต้องวางแผนพัฒนาบริเวณสนามกอล์ฟและวางแผนผังสิ่งก่อสร้างต่างๆ ให้สวยงาม และเป็นธรรมชาติ ได้มาตรฐาน (Minter, 2003, p. 93) อยู่ใกล้กับศูนย์กลางการคมนาคม ถ้าเป็นเมืองท่องเที่ยวสนามกอล์ฟควรอยู่ใกล้สนามบิน เดินทางไปมาสะดวก แต่ต้องเงียบสงบและเป็นสัดส่วน เป็นต้น

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่ามีความคาบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวท่องเที่ยวผจญภัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผจญภัยเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการดำเนินงานดังนี้

2.5 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ การท่องเที่ยวผจญภัย

การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นการท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงเป็นความท้าทาย และ เป็นการกระทำที่กล้าหาญมาก แต่อันตราย ดังนั้น ผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัย จะต้องเป็นบุคคลมีทักษะมาก ๆ รวมไปถึง มีความรู้พื้นฐาน ความสามารถทางกายภาพและการฝึกอบรม แต่เหนือสิ่งอื่นใด ทั้งหมดที่กล่าวมาแล้ว นักท่องเที่ยวจะต้องนำเอาประสบการณ์ความรู้มาผสมผสานร่วมกับความต้องการผจญภัยที่ต้องการพบกับประสบการณ์ใหม่มากกว่าหุบเขา ภูเขา และ น้ำทะเล สิ่งที่จะได้รับกลับมาคือ ความตื่นเต้นและความทรงจำที่มีต่อกิจกรรมผจญภัยนั้น ๆ (Critian Florea, 2002, p. 547)

กฤษณียา ศังขจันทรานนท์ และ คณะ (2550, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ-ผจญภัยไว้ว่า หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการในการพักผ่อนกับธรรมชาติในรูปแบบกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่และท้าทาย การท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมแบบผจญภัย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเข้มข้น คือ การท่องเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวสู่สภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ หาดไกล ที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย และในหลายระดับ ความเสี่ยง สร้างความตื่นเต้น ท้าทาย บางครั้งเพื่อจุดมุ่งหมายต้องการพิสูจน์ความเก่งกาจหรือความสามารถส่วนตัวทางกายหรือทางใจ เพื่อพิชิตความยากลำบาก เช่น การปีนหน้าผาสูง การลอยตัวด้วยบอลลูน

2. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เป็นกิจกรรมเพื่อการศึกษาทำความเข้าใจและรู้ถึงคุณค่าของธรรมชาติต่าง ๆ โดยเน้นการสัมผัส และค้นพบด้วยตนเอง หรืออาจมีผู้นำพาไปในกิจกรรมนั้น ๆ เช่น การล่องแก่ง ดำน้ำ เทียวถ้ำ

กรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว (2555) ได้กล่าวว่า ในแต่ละปี คนเราจะมีโอกาสที่จะได้ใช้ชีวิตผจญภัยใกล้ชิดธรรมชาติ เพื่อเติมประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับตัวเองสักกี่ครั้ง การท่องเที่ยวในที่ใหม่ ๆ ทำอะไรที่แปลกใหม่ ตื่นเต้น ทำทาย การได้เรียนรู้ทักษะและเทคนิคต่าง ๆ การได้เจอเพื่อนใหม่ รวมทั้งการได้เห็นโลกใบนี้จากอีกมุมมองหนึ่งที่ผ่านมารการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในประเทศไทยอาจจะต้องติดนักท่องเที่ยวได้ เฉพาะกลุ่มเท่านั้นเนื่องจากเน้นไปที่กิจกรรมหนัก ๆ กลางแจ้ง ส่วนการเดินทางและสถานที่พักก็อาจไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร จึงไม่ค่อยเหมาะกับผู้ที่ไม่ชอบความสมบุก สมบัน ห่วงสบายเท่าไรนัก แต่ปัจจุบันกระแส “การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย” กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งจากนักท่องเที่ยวภายในและ ต่างประเทศ เพราะมีการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มหรือบุคคล ให้สามารถเลือกประเภทกิจกรรมตามความต้องการ นอกจากนี้ยังมีโรงแรม ที่พัก และเส้นทางการบินที่ เกิดขึ้นใหม่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ทำให้การเดินทางมีความสะดวกสบายมากขึ้น รวมทั้งการ กำหนดมาตรฐานโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อ ยกกระดานการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวและ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยอีกด้วย ในการนี้กรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ได้จัดประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยไว้ 7 ประเภท ดังนี้

1. **ล่องแก่ง** เมืองไทยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อนท่ามกลางผืนป่าใหญ่ที่เต็มไปด้วยความหลากหลายของพืชพรรณไม้และสัตว์ป่า ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นต้นกำเนิดของเส้นทางสายน้ำที่สำคัญ ซึ่งสมัยก่อนชาวบ้านจะใช้เป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำโดยการใช้ไม้ไผ่มาทำเป็นแพล่องลำน้ำ อาจถือได้ว่าเป็นพาหนะทางน้ำอันแรกของประเทศไทย โดยภายหลังได้มีการพัฒนาให้เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศ “ล่องแก่ง” ที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมากขึ้นทั้งจากในและต่างประเทศ เพราะให้ความสนุกสนาน ตื่นเต้น และท้าทายความสามารถของนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังได้เห็นทัศนียภาพธรรมชาติอันร่มรื่นสวยงามทั้งสองฝั่งลำน้ำสร้างความเบิกบานใจให้แก่ผู้ที่จำเริญจากภารกิจประจำวัน ปัจจุบันได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามสากลเพื่อความปลอดภัยและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมีการนำเรือยางเข้ามาใช้ทดแทนการสร้างแพจากไม้ไผ่ซึ่งเป็นวิถีทางท่องเที่ยวใหม่ที่ หยุดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากอุทยานฯ ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งล่องแก่งส่วนใหญ่ในเรื่องความปลอดภัยและการกู้ภัย กิจกรรมการล่องแก่ง ได้ถูกแบ่งออกตามระดับความง่ายจนถึงยากไว้ 5 ระดับ ดังนี้

1.1 ระดับ 1 ง่ายมาก มีแก่งเล็กน้อยสายน้ำไหลเอื่อยๆ แต่มีความเร็วพอประมาณที่จะทำให้เรือและแพลอยไปเองได้ เหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มล่องแก่งเป็นครั้งแรก

1.2 ระดับ 2 ธรรมดา กระแสน้ำไหลแรงขึ้น เวลาปะทะกับแก่งหินใต้น้ำจะเกิดเป็นคลื่นฟองขาวมีขนาดไม่ใหญ่นัก ต้องใช้เทคนิคหรือทักษะในการพายเรือพอสมควร

1.3 ระดับ 3 ปานกลาง กระแสน้ำมีความเร็วและปริมาณน้ำเพิ่มขึ้นจนทำให้เกิดคลื่นใหญ่แตกตัวเป็นฟองขาว ช่วงที่มีแก่งและโขดหินจะทำให้เกิดกระแสน้ำหมุนวน หากเรือล่มหรือพลัดตกน้ำยังสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ถ้าว่ายน้ำเป็นและสวมอุปกรณ์ชูชีพครบ

1.4 ระดับ 4 ยาก มีแก่งที่แยกสายน้ำออกเป็นหลายๆ สาย ปริมาณน้ำมาก ทำให้เกิดกระแสน้ำปั่นป่วนรุนแรง บางแห่งน้ำลดระดับลงประมาณ 1 เมตร ไต้น้ำมีโขดหิน ทำให้เกิดกระแสน้ำวนอยู่ด้านล่าง ดุดเรือให้หมุนวนอยู่กับที่ได้ การกู้ภัยอาจทำได้ยาก

1.5 ระดับ 5 ยากมาก กระแสน้ำไหลเชี่ยว มีแก่งหินใหญ่ โขดหินขวางสายน้ำและมีน้ำตกที่มีความต่างระดับสูง 1-2 เมตร เป็นระยะๆ ทำให้เกิดคลื่นน้ำเป็นระลอกใหญ่และกระแสน้ำวนเบื้องล่างรุนแรงมากติดต่อยาวตลอด ต้องใช้เทคนิคและประสบการณ์การพายบังคับเรือสูง การกู้ภัยอาจทำได้ยากและอาจถึงขั้นต้องบาดเจ็บเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย

2. **นั่งช้างท่องไพร ช้างไทย** ช้างเป็นสัตว์ที่มีความสำคัญและผูกพันกับชีวิตของคนไทยมานาน เปรียบประดุจเป็นสัตว์คู่บ้านคู่เมือง คู่พระบารมีของพระมหากษัตริย์ไทยร่วมรบเคียงบ่าเคียงไหล่กับบรรพบุรุษเพื่อปกป้องเอกราชของชาติมาตั้งแต่ในอดีตกาล จนได้รับการยกย่องให้เป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติไทย มาตั้งแต่รัชกาลที่ 2 นอกจากนี้ช้างไทยยังคงมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยเหลือหล่อเลี้ยงชีวิตชนชาวสยาม เช่น ใช้ช้างในการคมนาคมขนส่ง ขนผลผลิตให้เกษตรกร ช่วยลากซุงลากไม้เพื่อนำไม้มาสร้างบ้านเรือน ก่อให้เกิดการดำรงอยู่ระหว่างมนุษย์กับช้างที่กลมรวมเป็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าและงดงาม ต่อมารัฐบาลประกาศปิดสัมปทานป่าเพื่ออนุรักษ์ป่าไม้และสิ่งแวดล้อม ทำให้ช้างที่เคยทำงานลากซุงไม่มี งานทำอีกต่อไปจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิถีความเป็นอยู่ให้เข้ากับสภาพที่เปลี่ยนไป จึงเกิดแนวคิดการเปลี่ยน ช้างงานมาเป็นช้างเพื่อการท่องเที่ยว โดยจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวผจญภัยเชิงนิเวศ เปิดโอกาสให้ผู้เยี่ยมชมเยือนได้สัมผัสความน่ารักแสนรู้และความสำคัญของช้างไทยผ่านรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามแต่ละปางช้าง เช่น การนั่งช้างท่องไพร การเรียนรู้เป็นควาญช้าง และการแสดงต่าง ๆ ที่ทำให้คุณต้องประทับใจ ภูมิใจ และรู้สึกอัศจรรย์ไปกับเจ้าตัวใหญ่ใจดีนี้

3. **พายเรือคายัค-แคนู** ชาวพื้นเมืองดั้งเดิมในแถบทวีปอเมริกา แคนาดาและยุโรป ได้ใช้เรือแคนูและคายัคสัญจรไปมาเพื่อการติดต่อคมนาคม และดำรงชีวิตตามลำน้ำและตามท้องทะเล ต่อมามีการนำเรือแคนูและคายัคมาใช้ในการกีฬาและการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยการพายเรือคายัคหรือเรือแคนูถูกจัดไว้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทเชิงนิเวศและผจญภัยที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะความตื่นเต้นท้าทายในการการนำไปใช้สำรวจหรือชมทัศนียภาพตามชายฝั่งทะเล หมู่เกาะ บริเวณป่าชายเลน บึง และแม่น้ำลำคลองที่ไม่มีเกาะแก่ง รวมถึงในบริเวณน้ำนิ่ง เช่น อ่างเก็บน้ำ เขื่อนเก็บกักน้ำต่างๆ หรือใช้พายสำรวจลำน้ำโดยไม่ก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย สถานที่พักส่วนใหญ่จัดอุปกรณ์ไว้ให้บริการสำหรับแขกที่มาพัก มีทั้งให้บริการฟรีและคิดเป็นค่าเช่ารายชั่วโมงหรือรายวัน เพื่อให้แขกพายเล่น ชมธรรมชาติ ประเภทของเรือคายัค-แคนู ในประเทศไทยเรือที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเรือคายัคซึ่งมี 2 ลักษณะ

3.1 เรือคายัคแบบ Sit-on-top เป็นคายัครูปแบบใหม่ที่ได้พัฒนาให้พายได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ข้อดีคือจะไม่จมน้ำเนื่องจาก ตัวเรือจะถูกปิดหมด โดยผู้พายจะนั่งอยู่ด้านบนของเรือ ลำเรือจะมีรูระบายน้ำเพื่อให้น้ำที่สาดกระเซ็นเข้ามาสามารถระบายออกไปได้ ใช้พายเล่นท่องเที่ยวระยะใกล้ ล่องแก่งในระดับเริ่มต้น หรือเพื่อการพักผ่อน และนันทนาการครอบครัว มีตั้งแต่แบบ 1 ที่นั่งถึง 3 ที่นั่งพร้อมช่องเก็บสัมภาระมีน้ำหนักเบาสะดวกต่อการใช้งานในทะเล

3.2 เรือคายัคแบบ Sit-inside เป็นคายัครูปแบบดั้งเดิมที่ผู้พายจะต้องสอดตัวเข้าไปในเรือโดยมีผ้าคลุมปิดเพื่อป้องกันน้ำเข้าเรือ ซึ่งเหมาะกับใช้ท่องเที่ยวระยะไกล (Touring) หรือล่องแก่งที่มีระดับความยาก 3-5

3.3 เรือแคนู Canoe เป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของชาวอินเดียนแดง ลักษณะโครงสร้างของเรือค่อนข้างโปร่ง ด้านบนของตัวเรือเปิดโล่ง ส่วนหัวและส่วนท้ายของเรือแคนูจะมีลักษณะงอนขึ้นเพื่อที่จะสามารถแหวกคลื่นน้ำไปได้ดี และทำให้น้ำเข้าเรือได้น้อยที่สุด จากลักษณะของโครงสร้างที่โปร่งทำให้สามารถบรรทุกของได้เป็นจำนวนมาก

4. **กิจกรรมสำรวจถ้ำไทย** คนไทยมีความคุ้นเคยกับถ้ำมาตั้งแต่โบราณด้วยการดำเนินชีวิตของคนไทย ส่วนใหญ่ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและต้องพึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่า ถ้ำเคยถูกใช้เป็น ที่อยู่อาศัยของคน หรือ “มนุษย์ถ้ำ” ตลอดจนใช้เป็นสถานที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน จวบจนปัจจุบัน ด้วยลักษณะเฉพาะตัวของถ้ำที่ไม่เหมือนใคร ก่อปรกับตำนานแห่งความเชื่อเรื่องความลึกลับ เกี่ยวกับถ้ำ ทำให้ถ้ำได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมนต์เสน่ห์ และท้าทายความกระหายใคร่รู้ของนักท่องเที่ยว ที่ชอบผจญภัยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กิจกรรมสำรวจและเที่ยวถ้ำ เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องของถ้ำ เช่น กระบวนการเกิดถ้ำ ลักษณะของหิน / แร่สัณฐานธรณี ประเภทของถ้ำ สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในถ้ำ และการดูแลรักษาถ้ำ ฯลฯ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังได้รับความเพลิดเพลินและตื่นตากับความงามแปลกเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของถ้ำอีกด้วย

การเที่ยวถ้ำ โดยเฉพาะถ้ำที่มีแสงสว่างไม่เพียงพอและเป็นถ้ำที่ลึกและวถวน จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์นำทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในประเทศไทยจะพบถ้ำเพียง 2 ประเภทเท่านั้น คือ ถ้ำหินปูนและ ถ้ำโพรงหินชายฝั่ง ส่วนอีก 2 ประเภทที่ไม่พบในประเทศไทย คือ ถ้ำน้ำแข็งและถ้ำลาวา

5. **กิจกรรมปีนผา ไรยตัว** การปีนหน้าผาไรยตัวเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่อยู่ในความฝันของนักผจญภัยที่รักสนุกกับกิจกรรมกลางแจ้ง รวมทั้งใครก็ตามที่ชื่นชอบความท้าทายและอยากพิสูจน์ความกล้าของตัวเอง ในระยะแรก ๆ กลุ่มนักปีนหน้าผาส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาปีนผาที่อำเภอไร่เล จังหวัดกระบี่ ซึ่งได้รับการกล่าวขานถึง ความสวยงามความซับซ้อนของหน้าผาที่ตั้งฉากกับเวียงชายหาดทรายขาวและท้องทะเลสีน้ำเงินเข้มตัดกับ ผืนท้องฟ้าไกลสุดลูกหูลูกตา ในขณะที่คนไทยยังมองว่าการปีนหน้าผาเป็นกิจกรรมที่อันตราย แต่ในปัจจุบันกระแสความนิยมของกิจกรรมผจญภัยท้าทายกึ่งกีฬาบนหน้าผาเพิ่มขึ้นมากทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ มีการขยายตัวของบริษัทนำเที่ยวที่จัดกิจกรรมในลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการเปิดตัวแหล่งปีนผาใหม่ๆ ที่มีศักยภาพและความโดดเด่นสวยงามที่แตกต่างกันไปตามภูมิภาคที่ตั้ง นอกจากนี้ยังมีการผสมผสานการไรยตัว เข้ากับกิจกรรมเดินป่าสำรวจถ้ำและน้ำตก รวมไปถึงงานแข่งขันปีนผานานาชาติที่มีจัดขึ้นทุกปีอีกด้วย ลักษณะการปีนหน้าผา มี 5 ลักษณะ ดังนี้

5.1 BOULDERING คือการปีนโดยไม่ใช้เชือก ที่ความสูงไม่มากนัก ประมาณ 3-5 เมตร ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เมื่อพูดถึงการปีน ก็จะหมายถึง การปีนขึ้นข้างบน แต่ Bouldering จะเป็นการปีนไปทางซ้ายและขวาเพื่อเป็นการฝึกซ้อม ความแข็งแรง ความอดทน และเทคนิคการปีน ซึ่งจำเป็นในการปีนผาสูง ถ้าหากได้ Bouldering เป็นประจำและฝึกร่างกายอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยทำให้ทักษะการปีนหน้าผาพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว

5.2 FREE SOLO คือการปีนหน้าผาแบบไม่ใช้เชือกคล้ายกับการปีน Bouldering แต่ต่างกันตรงที่ Solo เป็นการปีนทางสูงขึ้นไป จนถึงยอดเขา หรือถึง จุดสิ้นสุดเส้นทางแล้วจึงปีนลง โดยที่ไม่มีอุปกรณ์กันการตก การปีนแบบนี้จะต้องมีความชำนาญอย่างมากและจิตใจที่เกิน 100

5.3 FREE CLIMBING คือ การปีนหน้าผาสูง หรือเป็นการพิชิตยอดเขาและ ต้องใช้อุปกรณ์เพื่อช่วยป้องกันการตกลงพื้น การปีนลักษณะนี้ต้อง ใช้ทักษะสูงทั้งในการใช้อุปกรณ์ ความพร้อมของร่างกาย เทคนิคการปีน และ ประสบการณ์ เพราะไม่ต้องพึ่งอุปกรณ์สำหรับดึงเหมือน การปีนเขา

5.4 SPORT CLIMBING คือการปีนหน้าผาที่ต้องใช้อุปกรณ์คล้ายกับ Free Climbing แต่มีความปลอดภัยสูงกว่า เพราะจุดป้องกันการตกถูกทำไว้เรียบร้อยแล้ว เพียงแต่นักปีนหน้าผาปีน ตามเส้นทางที่ทำไว้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ปีน ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมเพราะมีความปลอดภัยและ สามารถพัฒนาการปีนได้จนถึงขีดสุดของร่างกาย

นอกจากการปีนผา กิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัยบริเวณหน้าผาที่เริ่มเป็นที่นิยมอีกกิจกรรมก็คือ ABSEILING or RAPPELLING เป็นการโรยตัวจากที่สูงไปยังจุดที่ต่ำกว่าโดยใช้อุปกรณ์และความสามารถส่วนบุคคล รวมถึง เทคนิคต่างๆในการโรยตัว ซึ่งส่วนใหญ่การโรยตัวที่มีความปลอดภัย โดยส่วนใหญ่จะหันหน้าเข้าหน้าผา

6. การดำน้ำ ทะเลไทยมีสองผากฝั่ง คือ ฝั่งอันดามันที่เป็นทะเลลึกเปิดกว้างออก สู่มหาสมุทรอินเดีย และฝั่งอ่าวไทยที่มีลักษณะคล้ายทะเลปิดอยู่ภายใน มีแหลมญวนและหมู่เกาะ ต่าง ๆ ของอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์เป็นแนวห้อมล้อมอยู่ ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางจนคร่าหวอด หรือถ้าเป็นนักดำน้ำลึกก็จะสามารถแยกแยะทะเลทั้งสองฝั่งนี้ได้อย่างแม่นยำ เพราะพืชและสัตว์ใต้น้ำ ของแต่ละฝั่งนี้มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยทะเลอันดามันมีสีสนของน้ำทะเล หาดทราย รวมตลอดไปถึงสีสนของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ได้ทะเลที่มีสีสนกว่าทางฝั่งอ่าวไทย การดำน้ำชมโลกใต้ทะเล แบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ

6.1 การดำน้ำตื้น (Snorkeling หรือ Skin Diving) เป็นการดำน้ำตื้นที่มีความลึกไม่เกิน 0.9 เมตร ซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่ของปะการังหลายชนิดที่ อุดมสมบูรณ์และสวยงาม มีพืชและสัตว์ ใต้น้ำ ประเภทอื่น ๆ ประกอบกระแสน้ำ ไม่รุนแรง และน้ำใสสะอาดเป็นกิจกรรมที่สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับ พืชและสัตว์ใต้น้ำ ได้ใกล้ชิดและเพลิดเพลินกับธรรมชาติใต้ทะเลที่มีสีสนสวยงาม โดยไม่ต้องใช้ เครื่องช่วยหายใจ มีเพียงแค่หน้ากากดำน้ำ ท่อหายใจ ชูชีพและตีนกบ

6.2 การดำน้ำลึกแบบ Scuba (Self-contained Underwater Breathing Apparatus) เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินและใกล้ชิดกับธรรมชาติที่มีสีสนสวยงามใต้ทะเลเช่นเดียวกับ กิจกรรมดำน้ำตื้น แต่กิจกรรมดำน้ำลึกนี้ นักดำน้ำต้องใช้เครื่องช่วยหายใจ บริเวณที่ควรจัดกิจกรรม ดำน้ำเพื่อนันทนาการควรมีความลึกประมาณไม่เกิน 30 เมตร โดยเป็นแหล่งของปะการังหลายชนิดที่ ยังอุดมสมบูรณ์และสวยงาม มีพืช และสัตว์ใต้ทะเลประเภทอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบ กระแสน้ำไม่ รุนแรงและน้ำใสสะอาด

หลักสูตรดำน้ำลึกมีหลายหลักสูตรดังนี้

- หลักสูตรนักดำน้ำขั้นต้น (Open Water Diver Course)
- หลักสูตรนักดำน้ำขั้นสูง (Advanced Open Water Diver Course)

- หลักสูตรนักดำน้ำกู้ภัย (Rescue Diver)

เมื่อจบหลักสูตรนักดำน้ำกู้ภัยแล้ว นักดำน้ำยังสามารถเลือกเรียนต่อได้สองทาง ทางแรก คือ เรียนการดำน้ำแบบพิเศษ ซึ่งมีให้เลือกมากมายหลายอย่าง เช่น นักดำน้ำลึก นักดำน้ำในเรือจม ดำน้ำกลางคืน ดำน้ำในกระแสน้ำ ฯลฯ อีก 5 สาขา จะทำให้นักดำน้ำจบเป็น Master Scuba Diver ซึ่งเป็นระดับสูงสุดของการเป็น นักดำน้ำแบบนันทนาการ ทางที่สอง คือ เรียนหลักสูตรการเป็นผู้ควบคุมการดำน้ำ (Divemaster) ซึ่งจะทำได้สามารถไปเรียนต่อเป็นผู้สอนดำน้ำได้

6.3 การดำน้ำลึกแบบ Snuba (Self Non-contained Underwater Breathing Apparatus) เป็นการดำน้ำแบบใหม่ที่ใช้อากาศ จากบนผิวน้ำแทนการพกถังอากาศลงไปได้ น้ำ โดยใช้อุปกรณ์ดำน้ำ พื้นฐานแค่ หน้ากาก ตีนกบ เข็มขัดถ่วงน้ำหนัก และท่ออากาศ ยาวไม่เกิน 6 เมตร ต่อเข้ากับเครื่องส่งหรือถังอากาศที่ลอยอยู่บนผิวน้ำด้วยทุ่นลอย ซึ่งสามารถเคลื่อนที่ไปเรื่อย ๆ ตามแรงดึงของคนที่ยังไปดำน้ำ การดำน้ำแบบ Snuba เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มี C-card ของสถาบันดำน้ำ แต่อยากจะทำลองใช้เครื่องช่วยหายใจใต้น้ำ หรืออยากจะทำความงามใต้ท้องทะเล ซึ่งจะคล้ายกับ Sea Walker แต่ Snuba ต้องใส่ตีนกบแล้วว่ายไปเรื่อย ๆ แต่ Sea Walker ไม่ต้องใส่ตีนกบ

7. การผจญภัยเหนือพื้นพิภพ ที่สุดของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยคงจะไม่พ้นกิจกรรมกลางอากาศ ซึ่งวันนี้ไม่ได้เป็นเรื่องยากและไกลตัวนักท่องเที่ยวยิ่งต่อไป เพราะมีผู้ประกอบการที่ชำนาญการบนที่สูงหลาย รายให้บริการนำเที่ยวทั้งแบบสุดขีด เช่น กระโดดร่ม แบบ Sky Diving ดิ่งลงจากเครื่องบินพร้อมนักกระโดดร่มที่มีประสบการณ์การบังคับร่มร่อนที่ต้องฝึกฝนหลายชั่วโมง เรียน จนบินได้ด้วยตัวเอง หรือจะขึ้นเครื่องชมวิวยุโรปพร้อมกับนักบินร่มร่อนมือหนึ่ง รวมไปถึงกิจกรรมกลางฟ้าในบรรยากาศที่โรแมนติก เช่น การล่องบอลลูน ซึ่งมักจะทำตอนเช้าตรู่ ในฤดูหนาวที่อากาศกำลังเย็นสบายและไม่ว่าจะเลือกผจญภัยทางอากาศในรูปแบบใด การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยบนผากฟ้าก็เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ ทั้งสนุก เพลิดเพลิน และมอบประสบการณ์น่าจดจำให้รำลึกไม่รู้ลืม นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมกลางอากาศ “ผจญภัยเหนือยอดไม้” ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวผจญภัย ซึ่งเป็นกิจกรรมตื่นเต้นที่จะทำให้คุณและครอบครัวจะต้องจดจำไปตลอดกับการทะยานสู่ธรรมชาติแห่งป่าดิบชื้นด้วยเคเบิลสลิง หรือการเดินไต่ตามสะพานเชือกที่สูงถึงระดับยอดไม้

7.1 Fly and Sky การโดดร่มในปัจจุบัน เรายังต้องปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของสมาพันธ์กีฬาทางอากาศสากล (FAI) กล่าวคือ ในการโดดร่มแบบเหินเวหา (Skydiving) หรือดิ่งพสุธา

7.2 Balloon Festival ประเทศไทยมีการจัดงาน “เทศกาลบอลลูนนานาชาติ” ขึ้นทุกปี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเที่ยวชมการล่องบอลลูนนับร้อยและกิจกรรมสนุกๆ อีกมากมาย

8. กิจกรรมผจญภัยอื่น ๆ ได้แก่การผจญภัยที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำตกภูเตย สะพานมอญ พิพิธภัณฑ์ช่องเขาขาด น้ำตกเอราวัณ หินตกริเวอร์แคมป์ จังหวัดกาญจนบุรี หรือน้ำตกป่าละอู อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น การท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่างๆ เช่น ผู้นำเสนอสินค้าและบริการ ผู้ให้บริการที่พัก (Accommodation) การขนส่ง (Transport) การท่องเที่ยวและกิจกรรม (Activity) อาหาร (Food) ผู้วางแผนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport travel Planer) ผู้ประกอบการทัวร์กีฬา (sport tour operator) ผู้นำเสนอปัจจัยการผลิต (Input

Providers) อันได้แก่ เจ้าของสถานที่ที่เล่น หรือจัดกิจกรรมกีฬา ร้านขายอุปกรณ์กีฬา เป็นต้น กลุ่มผู้เกี่ยวข้องเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในภาพรวม ดังนั้นเพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของกิจกรรมกีฬาให้ประสบความสำเร็จเต็มศักยภาพที่มีอยู่ จึงจำเป็นต้องแสวงหาวิธีการจัด และบริหารงานที่เหมาะสม

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์ศักยภาพการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว มาร่วมพิจารณากับเกณฑ์การคัดเลือกสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ศักยภาพ และสถานภาพของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากไปเที่ยวชม แหล่งท่องเที่ยวที่ดีจึงต้องมีมากกว่าความสวยงาม ซึ่งหมายถึงการมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่สร้างความพึงพอใจและความสุขให้นักท่องเที่ยว การพิจารณาถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีนั้นควรมีสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. โครงสร้าง

1.1 โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure) ประกอบด้วยโครงสร้างที่เป็นสิ่งก่อสร้างหลัก ๆ ได้แก่ ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ ท่าเรือ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม และสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้เป็นหน้าที่ของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวต้องจัดสร้างไว้ให้

1.2 โครงสร้างระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Superstructure) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักผ่อน โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร บริการต่าง ๆ แหล่งจำหน่ายซื้อของ ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเอกชนจะเป็นผู้จัดสร้างหรือจัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของการประกอบธุรกิจ แต่อาจมีบางแห่งบางประเทศที่รัฐบาลเข้าไปดูแลหรือให้การสนับสนุนด้วย

2. สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนและเกิดความประทับใจได้มากน้อยเพียงใดนั้น พิจารณาได้จากสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว (Goeldner, C. R.; Ritchie, J. R.; and McIntosh, R. W., 2000, pp. 216-241) ดังนี้

2.1 สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) เป็นสิ่งที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชื่นชมอารยธรรมสมัยเก่า เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอาณาจักรหรือชุมชน ความเป็นมาของสถานที่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม วิถีชุมชนของชนเผ่าเชื้อชาติต่าง ๆ

2.2 สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ (Natural Attractions) ที่เป็นทั้งความงดงามของธรรมชาติบนพื้นดิน ทะเล ภูเขา เกาะ ชายฝั่ง ชายหาด สัตว์และพืชในท้องถิ่นต่าง ๆ สวนสาธารณะ เป็นต้น

2.3 สิ่งดึงดูดใจที่เป็นเหตุการณ์ การจัดนิทรรศการต่าง ๆ (Events) ทั้งในระดับชาติ ระดับชุมชนหรือท้องถิ่น งานเทศกาล พิธีกรรมทางศาสนา การแข่งขันกีฬา การแสดงสินค้า การจัดแสดงผลงานของบริษัท ห้างร้าน การประชุมสัมมนา ฯลฯ

2.4 สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์หรือนันทนาการ (Recreation) ตั้งแต่การชมวิว ทิวทัศน์ของสถานที่ต่าง ๆ เช่น การล่องเรือชมสองฝั่งของลำน้ำ การชมเมืองยามราตรี เป็นต้น การเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อผ่อนคลาย เช่น การว่ายน้ำ การเล่นเทนนิส การขี่จักรยาน เป็นต้น รวมทั้ง การท่องเที่ยวผจญภัย รูปแบบต่าง ๆ เช่น การตั้งแคมป์ การตกปลา การปีนเขา การเล่นสกี การล่องเรือแคนู การล่าสัตว์ การดำน้ำ เป็นต้น

2.5 สิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) ประเภทต่าง ๆ เช่น การชมภาพยนตร์ การดูละครเวทีที่มีชื่อเสียงอย่างละครเวทีบรอดเวย์ การเที่ยวสวนสนุก เช่น ดิสนีย์แลนด์ เป็นต้น การเที่ยวบ่อนการพนัน (Casino) ที่ถูกกฎหมาย อย่างการเที่ยวชมบ่อน การพนันที่ลาสเวกัส ศูนย์ศิลปะการแสดง ศูนย์กีฬา การจับจ่ายซื้อของ (Shopping) เป็นต้น

3. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว เติชขาย ช่วยบำรุง (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็น อุตสาหกรรมที่มีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นอุตสาหกรรมไร้ตัวตน เป็นการรวมตัวของอุตสาหกรรมอื่น ๆ อย่างน้อย 5 องค์ประกอบดังนี้

3.1 ที่พัก (Accommodation) หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ได้เข้าพัก พร้อมการบริการอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันที่พักได้พัฒนาเรื่อยมาโดยมีรูปแบบ การจัดการบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าอย่างสูงสุด มีการบริหารงานในระบบเครือข่าย ทั้งใน รูปแบบของเครือข่ายท้องถิ่น และเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาธุรกิจที่พักรูปแบบต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักดันให้มีการแข่งขัน กันสูงขึ้น ทั้งในระบบมาตรฐานการบริการที่สูงขึ้น และการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมควบคู่กับการบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ และ มีความยั่งยืน ของการท่องเที่ยวมากขึ้น

3.2 การคมนาคม (Accessibility) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเนื่องจากมีบทบาทใน การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการคมนาคมในปัจจุบันได้ ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนองการเดินทางได้หลายรูปแบบเช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ และการคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสาร รถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น

3.3 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะ แม่น้ำ หาดทราย สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ซึ่งสิ่งดึงดูดใจนี้หมายรวมถึง สิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่นและเป็นที่สนใจมากกว่าแหล่งอื่น เช่น ทะเล หมอก ทะเลแหวก บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

3.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์และ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนนไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.5 กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกันไป ตามประเภทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น นอกจากนี้องค์ประกอบทั้ง 5 ด้านที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีนักวิชาการอาทิ (Buhalis, 2000 ; บุชบาลีทิการ และสิริวัฒนา ไจมา, 2552)ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 6 องค์ประกอบ เรียกว่า 6As โดยได้เพิ่มองค์ประกอบทางด้าน การบริหารจัดการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่เอื้อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยการบริหารจัดการและการปฏิบัติการซึ่งหมายรวมถึงเรื่องตลาด ระบบข้อมูลข่าวสาร การสาธิตงาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนอำนวยความสะดวกเพื่อจัดการทางการตลาดและความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวหรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ดังนั้นการประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (6As) ซึ่งประกอบไปด้วย (1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) (2) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) (4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) (5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Accommodations) และ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ซึ่งเป็นการพิจารณาความพร้อมในบริบทของการท่องเที่ยวทั่วไป

หากเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพความพร้อมของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มีนักวิชาการ โคช และ ริชชี (Crouch & Ritchie, 1998) การเข้าถึง Accessibility การได้รับการสนับสนุนจากชุมชน (Local support) การมีโอกาสได้ทำกิจกรรมอื่นๆในแหล่งท่องเที่ยว (Extra for event opportunity) โรงแรมและที่พัก Accommodation facilities สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมกีฬา (Facilities /sporting/) สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดกิจกรรมกีฬา Facilities /venues ข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ของชุมชน ในการจัดกิจกรรมกีฬา (Information) สภาพแวดล้อมของสถานที่จัดกิจกรรม (Site environment) จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (destination) มีเป้าหมายในการดึงดูดความสนใจ (attracting) นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยี่ยมชม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแนวทางการพัฒนาเมืองกีฬาของประเทศไทย ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกเมืองกีฬา (sport city) ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาด้านโครงสร้างพื้นที่ของการพัฒนาไปสู่เมืองกีฬา ควรพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ สำนักกรมการ3 (2560) (1) สถานที่ (2) การคมนาคม (3) สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอาทิ สนามบิน เส้นทางคมนาคม โรงแรมที่พัก เป็นต้น และ (5) ข้อที่เพิ่มขึ้นมาคือ จำนวนอาสาสมัครที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบของการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาศักยภาพของ

การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาโดยได้สร้างตัวแปรในการศึกษา ออกเป็น 6 องค์ประกอบ เรียกว่า 6As ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา (Avenue/Area) อันได้แก่ ความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม สภาพแวดล้อม สภาพอากาศ บรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ศักยภาพด้านการเข้าถึง (2) (Accessibility) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) (Accommodations) ซึ่งแยกเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา (Sport accommodation) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยว travel accommodations) อาทิ บริการอาหารและเครื่องดื่ม เส้นทางคมนาคม การขนส่ง ศักยภาพด้านที่พัก (4) Accommodation) ได้แก่ โรงแรมที่พัก คุณภาพการให้บริการ เป็นต้น ศักยภาพด้านโอกาสในการประกอบกิจกรรมเสริมในระหว่างการท่องเที่ยว (5) (Activities) ซึ่งประเมินจากการมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ๆ ในพื้นที่การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา แหล่งจำหน่ายซื้อสินค้า การมีโอกาสในการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น รวมถึง ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น (6) (Aboriginal Support) เครือข่ายความร่วมมือในการทำงาน (ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน และภาคประชาชนในท้องถิ่น)

การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาและใช้ประกอบการศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทบทวนวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินงานสรุปผล และ อภิปรายผลการตลอดจนเป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยดังนี้

เบอร์ตัว และคณะ (Bourdeau et al, 2002, หน้า 22-32) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกีฬากับการท่องเที่ยวในฝรั่งเศส และยุโรป พบว่า กิจกรรมการแข่งขันที่จัดขึ้นมีเพิ่มมากขึ้นทุกปีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และในทำนองเดียวกันความต้องการของนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ผลการศึกษาพบว่า กีฬายามว่างอาทิ การปีนผา การปั่นจักรยานท่องเที่ยว การปั่นจักรยานเสือภูเขา การผจญภัยในหุบเขา การกระโดดร่ม และกีฬาที่ใช้ความเร็วบนผิวน้ำได้รับการยกฐานะและพัฒนาให้เป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง นักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการเสาะหา แสวงหากิจกรรมกีฬาเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

มลรัฐบริติชโคลัมเบีย (British Columbia, 2013) เผยแพร่หนังสือ “sport tourism in essential guide to understand and developing sport tourism in BC” อธิบายให้เห็นถึงพัฒนาการของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ รัฐบริติชโคลัมเบีย ซึ่งเป็นรัฐหนึ่งของประเทศแคนาดา ที่ตั้งอยู่ทางตะวันตกสุดของประเทศ ได้วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของเมืองภายใต้ชื่อ “Tourism British Columbia” เป็นตัวอย่างหนึ่งของเมืองที่พัฒนาไปสู่

การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างตราสินค้าให้กับเมือง ในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยนำเสนอจุดเด่นและ ความเป็นเอกลักษณ์ ด้านกีฬาในกลุ่ม สกี (Ski) กอล์ฟ (golf) กิจกรรมเชิงกีฬาอื่น ๆ ในพื้นที่ ผลพวงจากการสร้างตราสินค้าให้กับเมืองใน ในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ได้เป็นเพียง การสร้างสรรค์กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญใน การสื่อสารอัตลักษณ์ของมลรัฐในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เปิดโอกาสให้เมืองได้แสดง ศักยภาพ ในด้านต่าง ๆ ออกสู่สายตาชาวโลก ช่วยในการสื่อสารภาพลักษณ์ของเมือง สร้างโอกาส การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบอื่น บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น กระจายทั่วไปใน ภูมิภาคต่าง ๆ ได้ตลอดปี ทั้งกิจกรรมในช่วงฤดูหนาว อาทิ สกี ฮ็อกกี้ และ กิจกรรมในช่วงฤดูร้อน อาทิ ปีนเขา กอล์ฟ จักรยาน เป็นต้น

บันไดก้าวไปการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เริ่มต้นจากการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาขนาดเล็กในท้องถิ่น เพิ่มความหลากหลายของชนิดกีฬา ผสมผสานกิจกรรมเชิงกีฬา และพัฒนาให้สำเร็จ เป็นการสั่งสมประสบการณ์และเรียนรู้การดำเนินงานจากกิจกรรมเชิงกีฬา ขนาดเล็ก ก่อนจะนำเสนอตัวในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ ด้วยเหตุที่ การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ที่หลากหลายในท้องถิ่น ทำให้ ต้องการผู้มีประสบการณ์ทางด้านกีฬาแต่ละชนิดจำนวนมาก จึงเป็นการเตรียมความพร้อมในด้านฐานทรัพยากรมนุษย์ และคณะทำงาน จากรายงานผลการประสพ ความสำเร็จของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เริ่มเติบโตมาจากการจัดกิจกรรมขนาด เล็กให้ประสบความสำเร็จ แล้วจึงขยายผลไปสู่การจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ผลจากการจัดกิจกรรมได้ สร้างมรดกที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน ทั้งในแง่ของการ สร้างการสร้างชื่อเสียงเป็นเมือง หรือสถานที่จัดงานกีฬาโลก การสร้างโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตที่ดีของท้องถิ่น และ นำไปสู่การวางแผนและการจัดสภาพแวดล้อมชุมชนเมืองที่สนับสนุนกิจกรรม ทางกาย (Active living) ผลจากการออกแบบเมือง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ การเป็นเมืองสุขภาวะและกีฬาสืบมาจนถึง ปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้แก่ชุมชนในการเป็น เจ้าบ้านที่ดี รวมถึง บทบาทและหน้าที่ของชุมชนในฐานะเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬา บริติช โคลัมเบีย British Columbia ได้ เสนอแนะขั้นตอนการพัฒนาชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1. การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ เพื่อค้นหาต้นทุนที่มีอยู่ในพื้นที่ (Understanding What Already Happens in Your Community) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาจจะมียู่แล้วในพื้นที่และชุมชนที่จะสามารถนำมาขยายผลต่อยอด สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง กีฬาได้

2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาไปสู่การเป็นจุดหมาย ปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา Assessing Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)

3. กำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายการพัฒนา Setting the Community's Mission and Goals เช่น จะเป็นเมืองแห่งการวิ่งมาราธอน จะเป็น Ski destination เป็นต้น

4. สำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก และ สถานที่ต่างๆ Looking at Facilities and Venues ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ส่วนใหญ่ใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับ

ธุรกิจบริการทั่วไป เช่น ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก อาหาร การขนส่ง และ ความเพลิดเพลิน ดังจะเห็นได้จากช่วงจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา มักจะมีการจับจองที่พักและ มอหาร้านอาหาร และ กิจกรรมเพื่อความบันเทิงสนุกสนานอื่นๆ ในพื้นที่

5. เตรียมคณะทำงาน คณะทำงานของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งอาจจะอยู่ใน อาสาสมัคร หน่วยงานการกุศล รูปของบริษัทรับจ้าง มีบทบาทหน้าที่หลักในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รมรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึง ถึงคุณภาพของพื้นที่ ชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก ในฐานะ เจ้าภาพที่จะจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อให้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬานั้นประสบความสำเร็จ ตามความ คาดหวังหรือตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

6. เชื่อมโยงกิจกรรมเชิงกีฬากับการท่องเที่ยว กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวในช่วง โลว์ซีซั่น (Low season) โดยการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามา ในพื้นที่ ชุมชนควรวางแผนกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งปี เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวท้องถิ่น หรือ จะนำกิจกรรมเชิงกีฬาไปเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว

7. การสร้างการรับรู้ สื่อสารและเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมโดยการใช้เครือข่ายการสื่อสาร รูปแบบต่าง ๆ

8. เริ่มดำเนินการจัดการให้ชุมชน กลายเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

เมืองริชมอนด์ (City of Richmond, 2009) แคนาดา เป็นเมืองที่ได้ประสบความสำเร็จ และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเมืองไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถ ก้าวผ่าน ความท้าทาย ต่างๆในการดำเนินงาน ตั้งแต่ ปัญหาศักยภาพเชิงพื้นที่ การรองรับ นักท่องเที่ยว การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทต่าง ๆ เรียนรู้ ประสบการณ์จากการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย จนมีชื่อเสียงของการเป็นเมืองแห่งกีฬา แต่ถึงกระนั้น เมืองริชมอนด์ก็ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากหลายเมือง ต่างมองเห็นประโยชน์ ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ ใช้การท่องเที่ยวนี้ไปสู่การพัฒนาประเทศ เมืองริชมอนด์จึงได้พัฒนาแผนกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ นำไปสู่การพัฒนา ที่ยั่งยืน ในแผนกลยุทธ์ กล่าวถึง โมเดลการพัฒนาความเข้มแข็งของการเป็น เจ้าภาพจัดกิจกรรม เชิงกีฬา ประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา (Facilities) ทั้งจำนวน และ คุณภาพ ที่ได้สอดคล้องและเป็นไปตามมาตรฐานของชนิดกีฬา การมีแผนเป็นเข็มทิศ การดำเนินงาน มีความพร้อมของการบริการ (service) ทั้งโรงแรมที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม การเดินทาง การขนส่ง บริษัทนำเที่ยว และ มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานของการจัดกิจกรรม เชิงกีฬา (infrastructure) มีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการจัด Event มีการประสานงานที่ดี มีระบบรักษาความปลอดภัย มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีการกระจายผลประโยชน์ให้กับผู้เกี่ยวข้อง สามารถหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานได้ง่าย การมีผู้นำหรือ ผู้บริหารกิจกรรมเชิงกีฬา ที่มีศักยภาพ รวมถึง บริษัทรับจ้างจัดงาน และ อาสาสมัครต่าง มีฝ่ายการตลาด ทำหน้าที่สื่อสาร ทางการตลาดเพื่อเสริมสร้างการรับรู้ และ ประชาสัมพันธ์ มีความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีงบประมาณสนับสนุน การดำเนินงาน ได้รับการสนับสนุนจากชุมชน และเจ้าบ้าน มีทัศนคติที่ดี ต่อการเป็นเจ้าภาพการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา

มาเรีย ฟอลา (Maria Fola, 2011, p. 112) ศึกษาการสร้างตราสินค้าของเมืองเอเธนส์ และ มหกรรมกีฬาโอลิมปิก 2004 กล่าวถึงการได้รับการคัดเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน มหกรรมเชิงกีฬา นับเป็นชัยชนะ ที่กรีซในการจะใช้มหกรรมกีฬา เป็นเครื่องมือในการบอกเล่า เรื่องราวและนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศ สู่สายตาผู้ชมทั่วโลก เป็นที่ทราบกันดีว่า เอเธนส์ เป็นเมืองหลวงของประเทศกรีซซึ่งเป็นเมืองให้กำเนิดการวิ่งมาราธอน และเคยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาโอลิมปิกตั้งแต่ปี 1997 การได้รับชนะในครั้งนี้จึงเป็นเหมือนการนำกีฬาโอลิมปิกกลับบ้านเดิม เป้าหมายหลักของการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพ นอกจากจะใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แล้ว ยังต้องการใช้มหกรรมกีฬา นำสายตาของชาวโลก มาเห็นมุมมองของคุณลักษณะที่ทันสมัย มีลักษณะทางกายภาพที่เปลี่ยนไปของเมือง การจัดงานครั้งนี้ ไม่ได้ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์เฉพาะเมืองเอเธนส์เท่านั้น แต่มุ่งนำเสนอ ภาพลักษณ์ทั้งประเทศ แต่ในระหว่างการเตรียมการ สื่อต่างๆ ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้นำจาก 6 ประเทศที่เป็นคณะกรรมการ โอลิมปิกเกมส์ ในปี 2003 สื่อ รายงานถึงการไม่พร้อมของเมือง ขาดการบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมที่ดี ไม่มีความเป็นมืออาชีพ และทำทุกอย่างจนถึงวินาทีสุดท้าย เหล่านี้สร้างการรับรู้ และภาพลักษณ์ที่ไม่ดีให้กับประเทศเจ้าภาพ ถึงแม้ว่า ในวันเปิดการแข่งขันทุกอย่างมีความพร้อม เอเธนส์ต้องการนำเสนอ แลนด์มาร์คแห่งใหม่ ซึ่งเป็น สเตเดียมตกแต่งประดับด้วยแก้ว และ มีสปอร์ต คอมเพล็กซ์ที่มีชื่อว่า OAKA เพื่อสร้างความทรงจำใหม่จาก เมืองโอลิมปิกเก่า ในระหว่างการแข่งขัน มีการจัดเส้นทางวิ่งเชื่อมโยงผ่านเส้นทางที่ 'Pheidippides' (ฟีริปปิดีส) นายทหารชาวกรีกผู้ได้รับ หน้าที่แจ้งข่าวจากสนามมาราธอนไปเอเธนส์ เพื่อประกาศว่าได้ชัยชนะเหนือทัพเปอร์เซียแล้ว เขาวิ่งมาตลอดทางโดยไม่มีการหยุดพัก เมื่อมาถึงกรุงเอเธนส์เขาก็ร้องตะโกนว่า "เราชนะแล้ว" หลังสิ้นเสียงเขาก็ล้มลงขาดใจ เสียชีวิตทันที ในส่วนของการจัดมหกรรมกีฬานับว่ากรีซ ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนักกีฬาที่มีชื่อเสียง คณะกรรมการ สตาป ผู้ฝึกสอน และ สื่อต่าง ๆ ให้เข้ามาสัมผัสประเทศ แต่หลังจากเวลาผ่านไป กรีซค้นพบว่า การใช้สื่อ กิจกรรมเชิงกีฬาสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไม่ประสบความสำเร็จ ภาพลักษณ์ของกรีซยังอยู่บน พื้นฐานของวัฒนธรรม ทะเล และ ทراث ไม่มีการรายงานถึงความทันสมัยในภาพลักษณ์ใหม่ที่ต้องการ บอกเล่า ในมุมมองของฟอลา (Fola, 2011, p. 116) เห็นว่า การสื่อสารภาพลักษณ์ควรเป็นกิจกรรม ระยะยาว มีการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารที่จะนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ อย่างต่อเนื่อง จากบทความนี้นำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะว่า การสร้างภาพลักษณ์ให้กับชุมชนในฐานะ ของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยากที่จะเกิดได้ เพียงกิจกรรมเดียว แต่ควรมีการต่อเนื่องและ หลากหลายรูปแบบ

เบลโลโซ (Jaun Carlos Bellowso, 2011, p 118) ศึกษาการสร้างตราสินค้าของเมือง บาเซโลน่าในมุมมองของเมืองที่ประสบความสำเร็จจากการใช้ มหกรรมเชิงกีฬาเพื่อสร้างตราของเมือง บาเซโลน่า เป็นเมืองที่ใหญ่เป็นลำดับที่ 2 ของประเทศสเปน และไม่ได้เป็นเมืองหลวงแต่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นอย่างดี และมีชื่อเสียงรองลงมาจาก อังกฤษ และ เมืองปารีส ด้วยภาพลักษณ์ของความเป็นสากล เมืองสร้างสรรค์ เมืองแห่ง นวัตกรรม วัฒนธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ บาเซโลน่าประสบความสำเร็จ บาเซโลน่า ใช้มหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นเครื่องมือในการสร้าง การเปลี่ยนแปลง สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ของความเป็นคนเมือง (Metropolitan) เริ่มในช่วงปี 1980

ซึ่งเป็นปีที่บาเซโลน่า เป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นโอกาสของเมืองในการ ฉายภาพ ภาพลักษณ์ใหม่ของการเป็นเมืองพัฒนา ผ่านสภาพแวดล้อม และ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ต่าง ๆ ตั้งแต่ สนามบิน ท่าเรือ การสร้างถนนเชื่อมต่อจากเมืองใหญ่ทะลุผ่านไปสัมผัสบรรยากาศ ของ ทะเล มีการฟื้นฟูมหาวิทยาลัยต่าง ๆ พัฒนาระบบการศึกษา จัดสร้างระบบสุขภาพที่ทันสมัย วางแผน ส่งเสริมธุรกิจใหม่ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ ในช่วงการเปลี่ยนผ่านภาพลักษณ์ ไปสู่การเป็นคนเมืองใช้เวลาตั้งแต่ปี 1980-1992 ซึ่งเป็นการดำเนินการในระยะยาว ในปี 1979 มีการเลือกตั้งเกิดขึ้นในสเปน ผู้นำของประเทศกำหนดวิสัยทัศน์สำคัญที่จะพัฒนา คือ การพัฒนา คุณภาพชีวิตของประชาชน และการสร้างการรับรู้และชื่อเสียงของเมืองในระดับโลก กระบวนการ สร้างภาพลักษณ์ใหม่เริ่มจากการได้เป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อน ในปี 1992 ในการเป็นเจ้าภาพครั้งนั้นบาเซโลน่าสามารถดึงการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่าง ๆ มาช่วยกันวางแผนจัด กิจกรรมพร้อมไปกับการออกแบบสื่อสารอัตลักษณ์ของเมือง ความสำเร็จของการเป็นเจ้าภาพจัด มหกรรมกีฬา เป็นเครื่องมือให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงศักยภาพและความสามารถในการบริหาร จัดการ สามารถดึงการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เปิดโอกาสให้เมืองได้นำเสนอการออกแบบและ สภาพแวดล้อมใหม่ของเมือง และเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ปัจจุบัน ความสำเร็จอีกประการมาจากการดึงเอาอัตลักษณ์ของเมือง อาทิ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา วัฒนธรรม ภาษา อาหาร ภูมิศาสตร์ทำเลที่ตั้ง ภูมิทัศน์ และสภาพอากาศ มาสร้างจุดขายที่เป็น เอกลักษณ์ “เมืองในเมดิเตอร์เรเนียน” Mediterranean city ที่สามารถเข้าถึงและสัมผัส วิถีชีวิตของ คน ผลจากการเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬาโอลิมปิกในปี 1992 จนถึงปัจจุบัน บาเซโลน่าเป็นเมืองที่มี ผู้คนรู้จัก และมีชื่อเสียงที่ดีในระดับโลก มีการเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่หลากหลาย ผสมผสานกับความสำเร็จของบาเซโลน่าฟุตบอลคลับ ซึ่งเป็นสपोर्टคลับที่ใหญ่ที่สุดในเมือง ความสำเร็จของบาเซโลน่าบ่งชี้ถึงความสำคัญของการวางแผนที่ดี การดำเนินการระยะยาว การมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลักดันสู่ความสำเร็จจากการมีวิสัยทัศน์และความสามารถ ของผู้นำ ในปัจจุบัน บาเซโลน่าวางแผนจะชิงตำแหน่งเจ้าภาพจัดกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาว ในปี 2022

การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยนำมาใช้ในการ ศึกษาศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ ใช้ประกอบการศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมี เอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และ (4) จัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เนื่องจากการกลยุทธ์และนโยบายด้านการท่องเที่ยวกีฬา เป็นรูปแบบหนึ่งของนโยบายสาธารณะ ต้องอาศัยความร่วมมือการทำงานร่วมกันของหลายฝ่าย การท่องเที่ยวมีความซับซ้อน เพราะมีหลายภาคส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคล และเป็นองค์กรในภาครัฐและภาคเอกชน การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงควรเป็นผลผลิต (Output) ของผู้มีส่วนได้เสีย หรือ กลุ่มบุคคลซึ่งสามารถทำให้เกิดผลกระทบ และได้รับผลกระทบจากธุรกิจการท่องเที่ยวภายในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้นวิธีวิทยาและรูปแบบการวิจัยที่ผู้วิจัยสมควรนำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นการวิจัยที่สามารถศึกษา ค้นหาข้อมูลได้อย่างลึกซึ้ง มีความละเอียดรอบคอบ ครอบคลุมและสามารถอธิบายถึงวิธีการ และแนวทางที่หลากหลาย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยได้นำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มาเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงความรู้ และ ความจริงของปรากฏการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ทั้งในเรื่องของการ วิธีการศึกษา กระบวนการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากวิธีการเชิงคุณภาพสามารถลงลึกไปถึงแหล่งที่มาของคำตอบ ณ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิโดยตรง (Primary Data Source) ด้วยวิธีการภายใต้การค้นหาคำตอบที่เป็นความจริงจากผู้รู้ที่รู้จริง ที่มาจากแหล่งต้นเรื่องหรือต้นน้ำจริงที่เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ศักยภาพ คุณลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันในการกำหนด กลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย วิธีการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

การศึกษากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณดังนี้

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เข้าร่วมในงานกิจกรรมเชิงกีฬา และกลุ่มชุมชน ภาควิชาที่เกี่ยวข้อง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดสัดส่วนประชากรเท่ากับ 0.5 ต้องการระดับค่าความเชื่อมั่น 95% ยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5% ผลการคำนวณขนาดตัวอย่างได้ จำนวน 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ฉบับดังนี้

3.1.2.1 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ใช้เก็บรวบรวม ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) และแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรม

3.1.2.2 แบบสอบถามสำหรับชุมชน และภาคที่เกี่ยวข้อง ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ศักยภาพ จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นรายบุคคล แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมผู้ช่วยนักวิจัย และ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1.3.1 ขั้นตอนการเตรียมผู้ช่วยนักวิจัย คัดเลือกผู้ช่วยนักวิจัย จากบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำวิจัยมาก่อนได้แก่ นายศุภกฤษ สายแก้ว เพื่อเป็นผู้ช่วยนักวิจัย หลังจากนั้นจึงทำความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการวิจัย การเลือกผู้ให้ข้อมูล รายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ ในระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560 ถึง 31 พฤษภาคม 2561 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยว ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตาม กำหนดการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของพื้นที่ จำนวน 10 งาน กระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 พื้นที่เก็บข้อมูลตามกำหนดการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของพื้นที่ จำนวน 10 งาน

ว.ด.ป	กิจกรรมกีฬา (Sport event)	จำนวน
3-4 มิ.ย.2560	ลาภานุภักดิ์มาราธอนนานาชาติ 2017 ครั้งที่ 12	40
3 ก.ย.60	Rockman Huay Mai Teng	40
16 ธ.ค.60	ตะนาวศรีเทรล	40
5 พย.60	แข่งจักรยาน Audax เขาใหญ่	40
20-21 ม.ค.61	สสส. จอมบึงมาราธอน 2018 ครั้งที่ 33	40
2 ก.พ. 61	ดอยอินทนนท์ท้าทาย 2018	30
9 ก.พ. 61	การแข่งขันฟุตบอล บุรีรัมย์ ยูไนเต็ดและ มิตรผลราชบุรี ณ. ช้างอารีนา	20
10 ก.พ. 61	สวนผึ้ง ฟูลมูน รัน	49
1 เม.ย.61	วิ่งอมยิ้ม วิถีไทย	50
12 พ.ค.61	THAI FIGHT สมุย	40
รวม		389

2) การเก็บข้อมูลศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยวในมุมมองของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 3.2 ข้อมูลศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยว ในมุมมองของภาคีเครือข่าย

ว.ด.ป	พื้นที่	จำนวน
3-4 มิ.ย.2560	จังหวัดภูเก็ต	65
3 ก.ย.60	ราชบุรี	65
16 ธ.ค.60	กรุงเทพ	75
5 พย.60	ชลบุรี	65
2 ก.พ. 61	เชียงใหม่	65
9 ก.พ. 61	บุรีรัมย์	65
รวม		400

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผล ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่การแจกแจงความถี่และสรุปค่าร้อยละ ในส่วนข้อมูลที่เป็นมาตราส่วนประมินค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยาย

3.2 ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 การศึกษากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพดังนี้

3.2.1.1 หน่วยของข้อมูลในการออกแบบกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ จะเน้นที่การศึกษาในลักษณะข้อมูลเรื่องเล่า (Narrative Research) โดยจะมีวิธีการรวบรวมข้อมูลจากผู้รู้ที่รู้จริง (Key Informant) ในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการชุดข้อมูลมาประมวลเป็นผลการวิจัยที่สำคัญ 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับประเด็น ศักยภาพ โอกาส แนวทาง และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ผู้รู้ในกลุ่มนี้จะประกอบด้วยผู้แทนคณะกรรมการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกผู้ประกอบการแหล่งที่พัก ผู้ประกอบการรถรับจ้างประจำทาง รวมถึงนักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และคนในชุมชน ที่จะเชิญมาร่วมให้ข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคลและกลุ่มบุคคล สำหรับการคัดเลือกกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลคัดเลือกจากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย การกำหนดหน่วยของข้อมูลที่จะศึกษาอยู่ในสัดส่วนจำนวน ระหว่าง 30 -50 คน (Morse ,1994) ในการดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงอาจจะมีการลดทอนลงได้ เมื่อเข้าสู่จุดอิ่มตัวของข้อมูล รวมถึงความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลที่ค้นพบเพื่อตอบคำถามการวิจัยได้การอิ่มตัวในที่นี้หมายถึง การอิ่มตัวในทางข้อมูลหมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาได้มาถึงจุดที่ไม่มีอะไรใหม่ ไม่มีอะไรแตกต่างไปจากที่ได้รวบรวมมาก่อนหน้านี้ แม้ว่าการรวบรวมครั้งต่อ ๆ มานักวิจัยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างที่แตกต่างออกไปก็ตาม รวมถึง ข้อมูลที่ได้มาสามารถให้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดและความหมายของปรากฏการณ์ที่ศึกษา จนสามารถมองเห็นสิ่งที่จะศึกษาได้

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการศึกษาศักยภาพของกิจกรรมเชิงกีฬา จุดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และจุดขาย (Selling Point) ในมุมมองของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬากลุ่มนักท่องเที่ยวยังเป็นหน่วยของข้อมูลที่จะใช้ในการ ข้อมูลที่ได้ จะนำมาใช้ ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 ที่เรียกว่า เทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) (ศุภกิจ วงศ์วิวัฒนกิจ, 2550, หน้า 276) ในรูปแบบต่างวิธีการเก็บข้อมูล (Metthod triangulation) เป็นการใช้หลาย ๆ วิธีในการเก็บ รวบรวมข้อมูล เช่น เก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกันด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ประกอบไปด้วย 5 แบบคือ แบบสำรวจ แบบสังเกตการณ์ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสนทนากลุ่มย่อย และการจัดเวทีประชาคม ดังนี้

1. แบบสำรวจ ใช้ประกอบการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

2. การสังเกต (observation) สำหรับการสังเกตนี้มีหัวใจสำคัญคือ การเข้าไปอยู่ในสนามพื้นที่ศึกษา เพื่อทำการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Nonparticipant observation) กิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดขึ้นในแต่ละภูมิภาค

3. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการเก็บข้อมูลที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ลักษณะของการสัมภาษณ์ดำเนินการในลักษณะของการสนทนา (Conversation) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลประสบการณ์ระหว่างผู้วิจัยกับหน่วยของข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม มากกว่าจะเป็นการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยเป็นฝ่ายป้อนคำถามต่าง ๆ และรอคำตอบ เนื้อหาและสาระที่จะทำการรวบรวมข้อมูลในเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้รู้ทั้ง 2 กลุ่มข้างต้นประกอบด้วย 1) สถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ในการรวบรวมข้อมูลภาคสนามที่เป็นการรวบรวมข้อมูลในลักษณะการเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิแบบสัมภาษณ์และแนวทางในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ฉบับ กล่าวคือ ฉบับที่ 1 จะเป็นแบบสัมภาษณ์และแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้รู้กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับประเด็น ศักยภาพ โอกาส แนวทางและกลยุทธ์การพัฒนากีฬาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ขณะที่ฉบับที่ 2 จะใช้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4. การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group discussion) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำแนกตามภูมิภาค จำนวนทั้งสิ้น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก เพื่อค้นหา ศักยภาพ โอกาส และแนวทางการพัฒนากีฬาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

5. การจัดเวทีประชาคม ใช้ในการค้นหากลยุทธ์การพัฒนากีฬาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้แทนคณะกรรมการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผู้ประกอบการแหล่งที่พัก ผู้ประกอบการรถรับจ้างประจำทาง รวมถึงนักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนด

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และคนในชุมชน ที่จะเชิญมาร่วมให้ข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อประกอบการจัดทำโครงการวิจัย และเป็นพื้นฐานความรู้สำหรับผู้วิจัย ประกอบไปด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว การกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตลอดจนบริบทเชิงพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ศึกษาจากเอกสาร (Documentary study) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่นักวิจัยแล้วจึงเป็นการดำเนินการเพื่อสร้างเครื่องมือ แบบสำรวจแบบสัมภาษณ์ และยังเป็นการทบทวนวรรณกรรมประกอบการเขียนเอกสารการวิจัยในบทที่ 2

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์เป็นรายข้อดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และควมมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองโดยใช้แบบสำรวจ ที่ได้พัฒนาขึ้น ร่วมกับการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย ผู้แทนคณะกรรมการบริหารกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยว และผู้ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการแหล่งที่พัก ผู้ประกอบการรับจ้างประจำทาง รวมถึงนักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และคนในชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ในประเด็นที่เกี่ยวกับศักยภาพ จุดเด่น และควมมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ทั้งในมุมมองของเจ้าบ้านและ มุมมองของนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ในระหว่างการสำรวจ เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ ผู้วิจัย จะทำการบันทึกเทปเสียง จดบันทึก และเก็บภาพประกอบบรรยากาศ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรูปแบบรายงานผล หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) ในรูปแบบต่างวิธีการเก็บข้อมูล (Methods triangulation) เป็นการใช้อย่างน้อย 3 วิธีในการเก็บ รวบรวมข้อมูล เช่น เก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการรังสรรค์ข้อมูล (Constructivism) ให้ครบทุกประเด็นแบบองค์รวม

วัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย และ เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้ระเบียบ

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสำรวจ สังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม การจัดประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) และ ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในขั้นตอนนี้การวิเคราะห์ข้อมูลถือว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญสูงสุดซึ่งจะช่วยอธิบายและคลี่คลายให้เห็นข้อเท็จจริง และแนวทางการพัฒนาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่มีอยู่จะถูกนำมาแยกส่วนหรือจัดหมวดหมู่ตามคุณสมบัติ (Properties) แล้วมาแปลความหมายของข้อมูล (Interpreting data) แล้วเขียนคำอธิบายเกี่ยวกับเงื่อนไข บริบท แนวทางการพัฒนา โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย และ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นหลักในการวิเคราะห์ ทำการเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวคิด ทฤษฎีโดยอาศัยการตีความ (Interpretation) แล้วกำหนด (Construct) ข้อเสนอ (Proposition) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เป็นขั้นตอนการดำเนินการหลังจากได้ข้อมูลตามข้อ 1, 2 และ 3 แล้วมาสรุปประเด็นเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ศักยภาพภายใน ได้แก่ วิเคราะห์ จุดแข็ง (Strength แทนด้วย S) และการวิเคราะห์ จุดอ่อน (Weakness แทนด้วย W) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity : แทนด้วย O) โดยจะพิจารณาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและ เทคโนโลยี และ การวิเคราะห์อุปสรรคหรือข้อจำกัด (Threat : แทนด้วย T) เป็นการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นอุปสรรคหรือภัยคุกคาม ก่อให้เกิดผลเสียหรือข้อจำกัดโดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. จัดทำร่างกลยุทธ์ ด้วยการวิเคราะห์ SWOT และ TOWN matrix ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อหาจุดตัดของสถานการณ์ในการเตรียมจัดทำร่างยุทธศาสตร์

ประเด็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strength :S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
1	1
2	2
3	3
ประเด็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (Opportunity : O)	อุปสรรค (Threat : T)
1	1
2	2
3	3

จากนั้นทำ Matrix ดังแสดงในภาพ เพื่อวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อหาจุดตัดของสถานการณ์ในการเตรียมจัดทำร่างยุทธศาสตร์ต่อไป

	โอกาส o	โอกาส o	
จุดแข็ง S	SO	OW	จุดอ่อน W
จุดแข็ง S	ST	WT	จุดอ่อน W
	อุปสรรค T	อุปสรรค T	

2. จัดทำร่างกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย วิสัยทัศน์ ประเด็นกลยุทธ์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด แนวทางการดำเนินการและ ตัวอย่างของโครงการตามกลยุทธ์ ด้วยวิธีการจัดกลุ่มประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) ระดมความคิดเห็นให้เกิดฉันทามติร่วมกัน

3. ทำการทดสอบแนวโน้มความเป็นไปได้ของกลยุทธ์โดยรวบรวมและสอบถามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้วยแบบสอบถาม นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์แก้ไขและจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 3 สรุปผลและรายงานผล เป็นการนำผลการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 ถึง ขั้นตอนที่ 2 มาสังเคราะห์ วิเคราะห์ และสรุปผลจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศไทย รายงานผลรูปเล่ม และเผยแพร่ผลการศึกษา สู่ประชาคมด้วยบทความวิจัย และการนำเสนอเสนอในเวทีประชุมวิชาการ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เนื่องจากว่าหัวใจสำคัญของข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ จะเป็นข้อมูลในลักษณะข้อความที่ได้มาจากการบันทึกของผู้วิจัย (Note) บทถอดเทปสนทนา (Transcription) ภาพถ่าย ฯลฯ หรือที่เรียกว่า ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Data) และเป้าหมายสูงสุดของการวิจัยเชิงคุณภาพจะให้ความสำคัญกับการค้นหาความหมาย (Meaning) จากปรากฏการณ์ (Phenomena) สัญลักษณ์ (Symbol) ฯลฯ ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่จะเริ่มต้นจากการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Information Grouping) ตามกลุ่มประเด็นที่สำคัญ เช่น ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โอกาสในการพัฒนา แนวทางการพัฒนา และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ฯลฯ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะประมวลจากปรากฏการณ์ที่เป็นเนื้อหาจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) การสำรวจเอกสาร การสนทนากลุ่มย่อย และ การจัดประชุม นำข้อมูลเหล่านี้มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มจากการทำข้อสรุปชั่วคราวและการตัดทอนข้อมูลซึ่งเป็นการลงเขียนข้อสรุปของแต่ละเรื่อง หลังจากนั้นจึงข้อสรุปชั่วคราวมาวิเคราะห์ จัดทำเป็น

ข้อสรุปย่อแล้ว นำข้อสรุปย่อมาเชื่อมโยงกันเพื่อหาแนวคิด ทฤษฎีกับสิ่งที่ค้นพบ เพื่อตอบตอบปัญหา การวิจัย การกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3.4.1 การตรวจสอบคุณภาพและความเชื่อถือได้ของข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพวิธีการในการสร้างความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล ใช้หลักการตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Trustworthiness) ซึ่งประกอบไปด้วย 4 หลักเกณฑ์ ที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างความเชื่อถือของการวิจัย (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น (Dependability) การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) และการนำไปใช้หรือการถ่ายโอนผลการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งที่มา เวลา และสถานที่ซึ่งเป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้มา ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล ถ้าบุคคลให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลโดยแหล่งข้อมูล (Member Checks) ด้วยการนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนกลับมาตรวจสอบ ความเข้าใจของการสรุปและตีความของข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าข้อสรุปที่ได้เป็นข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล

2. การถ่ายโอนข้อมูล (transferability) คือความสามารถในการนำข้อค้นพบจากการวิจัยไปใช้ในสถานที่หรือกลุ่มที่มีลักษณะทั่วไปที่คล้ายคลึงกันกับพื้นที่ศึกษาด้วยการรายงานขอบเขตของการวิจัย การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล วิธีการดำเนินการวิจัย และการเขียนรายงานบริบทและสถานการณ์อย่างละเอียดเพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นบริบทการศึกษา ก่อนตัดสินใจนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนหรือ แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

3. ความสามารถในการพึ่งพา (Dependability) ออกแบบการวิจัยเพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือได้ของข้อมูล ในประเด็นการพึ่งพา (Dependability) ด้วยการอธิบายข้อตกลงและทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการศึกษา โดยการศึกษาครั้งนี้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาใช้เป็นกรอบคิดในการดำเนินงานตลอดจนแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มเป้าหมาย อธิบายวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการดำเนินการวิจัย เพื่อให้สามารถตรวจสอบเส้นทางการวิจัยได้ (Audit trail) ร่วมกับเทคนิคสามเส้า (triangulation) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่เกิดจากปรากฏการณ์การศึกษาไม่ได้มาจากอคติของผู้วิจัย

4. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) การยืนยันผลการวิจัยเกิดจากประสบการณ์และความคิดของผู้ให้ข้อมูลไม่ใช่ผลที่เกิดจากคุณลักษณะหรือความต้องการของนักวิจัย ด้วยการใช้ ภาพถ่ายในพื้นที่ การถอดเทป และมีการอ้างอิงคำพูดของผู้ให้ข้อมูล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การนำข้อค้นพบของการวิจัยไปชี้แนะให้เกิด กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย โดยกำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และควมมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ใน การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (4) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

เนื่องจากเป้าหมายสูงสุดของศึกษารั้งนี้ คือ การจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในภาพรวม ผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ย่อย จะเกี่ยวข้องเชื่อมโยง ร้อยเรียงไปสู่การตอบวัตถุประสงค์ใหญ่ ดังนั้น ในการนำเสนอผล แต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัยจะเริ่มจากข้อมูล (data) ที่เกี่ยวกับ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ โดยทำการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ย่อยจนถึงวัตถุประสงค์หลักของโครงการดังนี้

1. ผลการศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และควมมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยว เพื่อชี้ให้เห็นถึง ศักยภาพ ความพร้อม

2. ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพื่อชี้ให้เห็นถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

3. ผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันโดยใช้โมเดลเพชเรเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

4. ผลการจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

1. การวิเคราะห์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา Sport Tourism เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าตลาดขนาดใหญ่ โดยทั้งโลกมีมูลค่าอยู่ที่ราว 6 แสนล้านเหรียญสหรัฐ แต่มีอัตราการขยายตัวสูงโดยอยู่ที่ราว 14% ต่อปี โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเติบโตดังนี้

1.1 กระแสความห่วงใยสุขภาพ กับผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากการเล่นกีฬาเป็นเครื่องมือที่สำคัญเบื้องต้นของการดูแลสุขภาพ การเติบโตของ กลุ่มคนรักสุขภาพจึงส่งผลต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีผลสำรวจของเว็บไซต์ Hotels.com บ่งชี้ให้เห็นถึงกระแสการท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ ที่เปลี่ยนแนวสู่การท่องเที่ยวแนวฟิตแอนด์เฟิร์ม (fit and firm) เพื่อค้นหาแรงบันดาลใจไปสู่การมีสุขภาพที่ดีระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยุคมิลเลนเนียลเกือบร้อยละ 80 เชื่อว่าการมีสุขภาพที่ดีช่วยเติมเต็มประสบการณ์ระหว่างการพักผ่อนในวันหยุดได้เป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวจึงเลือกทำกิจกรรมการวิ่งและปั่นจักรยาน ในระหว่างออกเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ห่วงใยสุขภาพนี้ มีแนวโน้มจะเผยแพร่รูปของตัวเองขณะออกกำลังกายทั้งในร่มและกลางแจ้งสูงถึงร้อยละ 23.6 ให้ความสำคัญกับ การเล่นกีฬาออกกำลังกาย มากกว่าการทานอาหาร และการออกไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ด้วยความนิยมดังกล่าว ก่อให้เกิดความต้องการสถานที่ออกกำลังกายพร้อมอุปกรณ์อย่างครบครันจากโรงแรมและที่พักเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ ฟิตเนสที่มาพร้อมอุปกรณ์ออกกำลังกายที่ทันสมัย (26%) การเทรนแบบตัวต่อตัว (20%) การนำเสนอเมนูสุขภาพที่หลากหลาย (25%) และอุปกรณ์ตรวจวัดขณะที่ออกกำลังกายโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (17%) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เหล่านี้กลายมาเป็นสิ่งที่ผู้เข้าพักมองหาเป็นลำดับแรก ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกจองที่พัก และจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเติมเต็มความต้องการของการดูแลสุขภาพจึงทำให้เป็นโอกาสเชิงบวกของการพัฒนาโรงแรมที่เป็นมิตรกับนักกีฬา และ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬารวมไปกับโปรแกรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถดำเนินการได้หลากหลายแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพภูมิศาสตร์และสภาพอากาศของแต่ละสถานที่ โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมในแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มเติมอุปกรณ์สำหรับการออกกำลังกาย ผสมผสานกันให้เกิดเป็นกิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย อาทิ กิจกรรมออกกำลังกายบนแม่น้ำ การพายเรือ ล่องเรือใบชมธรรมชาติ การแข่งรถ ปั่นจักรยาน จัดมินิมาราธอน กิจกรรมเดินแอโรบิค กิจกรรมนันทนาการ และการเล่นโยคะ ปีนเขา และการเล่นสกีน้ำแข็ง เป็นต้น

2. เทคโนโลยี (Technology) กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเข้าถึงเทคโนโลยีง่ายขึ้น เนื่องจากราคาของอุปกรณ์ทางเทคโนโลยี ตอบสนองต่อพฤติกรรมชอบแสดงออกทางสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้และรูปแบบการท่องเที่ยวในกลุ่ม เอ็กซ์ตรีม (Xtreme Sport) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ชอบ

ความผาดโผนผจญภัย อาทิ สเก็ตบอร์ด จักรยานผาดโผน อินไลน์สเกต (In line skate) ล่องแก่ง ปีนหน้าผา กระโดดหอ บันจี้จัม เป็นต้น สามารถบันทึกเรื่องราวระหว่างการทำกิจกรรม และถ่ายทอดความสนุกสนานของการเล่นกีฬา กับ ความสวยงามของสถานที่ กระจ่ายไปยังสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ ทั้ง เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม ยูทูบซาแนล ได้ง่ายและรวดเร็ว ก่อให้เกิดวงจรการท่องเที่ยวแบบ ใหม่ เริ่มต้นจากการดูโซเชียล และฝันถึงการเที่ยว จากนั้นจะเริ่มวางแผนการท่องเที่ยวผ่าน อินเทอร์เน็ต และเริ่มต้นจองตั๋วเครื่องบิน ที่พัก และการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจการจองออนไลน์ เติบโตสูงมาก จากนั้นก็ไปเที่ยวด้วยตัวเอง และปิดท้ายด้วยการแชร์ไปถึงคนอื่น ๆ สร้างความฝัน ใหม่ ๆ อีกรอบในลักษณะเป็นวงรอบ วงจร (1) Dreaming (2) Planning (3) Booking (4) Experience และ (5) Sharing

3. การขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization)

เป็นสภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Phenomenon) ที่ได้รับ ความสนใจ อย่างกว้างขวาง เนื่องจาก สังคมในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น พื้นที่ที่เคย ถูกเรียกว่าชนบทมี ความเจริญเข้ามา ผู้คนก็อพยพเข้ามาอยู่ในเมืองมากขึ้น และความเป็นเมืองนี้เองก็ส่งผลต่อ การเปลี่ยนแปลง ในหลายมิติทั้งลักษณะทางกายภาพของเมือง จำนวนประชากร วิถีชีวิตของคนใน สังคม และรวมถึงความต้องการบริการ สาธารณะที่มีแตกต่างออกไปจากเดิม ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาประการแรกคือ การเปลี่ยนแปลงสู่สังคมเมืองทำให้ต้องมีการปรับปรุงกีฬาและ การออกกำลังกายให้ให้เหมาะสมกับชีวิตคนเมือง เช่น ลู่วิ่งบนอาคารสำนักงาน ฟิตเนส ปีนหน้าผา จำลอง สนามปั่นจักรยานเสือภูเขาจำลอง เป็นต้น ตลอดจนมีการจัดปฏิทินแสดงกิจกรรมกีฬา ล่องหน้าเพื่อให้คนเมืองได้วางแผนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต นอกจากนี้ ความเมืองส่งผลให้เกิดชุมชน แออัด การอยู่อาศัยในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม การจราจรติดขัด มีปริมาณขยะมูลฝอย มลพิษ ทางอากาศ อุณหภูมิภายในเมืองสูงขึ้น รวมถึง ปัญหาสุขภาพ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติสูญหาย ผลกระทบจากการพัฒนาเมืองดังกล่าวทำให้เกิดความต้องการโยธาธรรมชาติของคนเมืองจึงนับเป็น โอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย โดยเฉพาะกีฬาที่ต้องอาศัย สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นองค์ประกอบ อาทิ ล่องแก่ง พายเรือ วิ่งในสวน ในบรรยากาศของ เมืองชนบท การปั่นจักรยาน ผ่านพื้นที่ธรรมชาติ ทุ่งนา ป่าเขา การท่องเที่ยวแบบปีนเขา เดินป่า เป็นต้น

4. กระแสความห่วงใยสภาพแวดล้อม (Environmental and community Concern)

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติอันมีเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่นและ แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติ โดยมี กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและแหล่ง วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศธรรมชาติภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิด จิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศนี้อย่างยั่งยืน ซึ่งส่งผลต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่อยู่ในระบบนิเวศน์ อาทิ การวิ่งในพื้นที่ธรรมชาติ การวิ่งเทรล ที่จะต้องสร้างมาตรฐานการวิ่งพร้อมไปกับการอนุรักษ์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชน ก่อให้เกิดการค้นคิดและสร้างสรรค์รูปแบบการวิ่งเช่น การจัดวิ่งเทรล เพื่อสร้างแนวกันไฟป่าของงานวิ่งตะนาวศรีเทรล การปั่นจักรยานไปปลูกป่า เป็นต้น เป็นการ กิจกรรมกีฬาโดยมุ่งกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่นิยมการออกกำลังกายพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติ มากขึ้น ประกอบกับ แนวคิดนี้ นับว่าเป็นผลกระทบเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ

ประเทศไทยในการ บูรณาการฐานทรัพยากรท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังกรณีตัวอย่างของการจัดงาน “วิ่งสร้างคน คนสร้างบ้าน ชุมชนสวนยางเปิดบ้านชวน วิ่งท่อง ล่องสวนยาง” เป็นการจัดงานแบบ ครอสคันทรี ในภูมิภาค จังหวัดระยอง และ จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นการสนับสนุนเกษตรกรชาวสวนยางพารา ให้มีโอกาสสร้างรายได้จากช่องทางอื่น ๆ โดยอาศัยอัตลักษณ์ และความร่วมมือของชุมชนตนเองเพื่อพัฒนากิจกรรมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาระดับชุมชน

นอกจากนี้ยังมีผลกระทบจากแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญได้แก่

1. นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์และการมีส่วนร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น
2. การท่องเที่ยว เชิงกีฬาจะยังคงได้รับความนิยมมากขึ้น แต่รูปแบบการมีส่วนร่วมในกีฬาจะเปลี่ยนแปลงไป โดย นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับการเล่นกีฬามากกว่าเพียงแค่ไปรับชมกีฬา
3. การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬาท้องถิ่นและกิจกรรมผจญภัยจะเป็นที่นิยม นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับเรื่องการออกกำลังกายและกีฬาท้องถิ่นมากขึ้นเนื่องจากต้องการเรียนรู้และเป็นส่วนหนึ่งของ ชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้กีฬาเชิงผจญภัยจะเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว มากยิ่งขึ้น

5. ทิศทางและแนวโน้มของกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมกีฬาและนันทนาการที่เป็นที่นิยมสำหรับประชากรโลก พบว่า 10 ลำดับแรก ในปี ค.ศ 2016 ได้แก่ (1) วิ่ง (2) เดินป่า (3) ปั่นจักรยานทางเรียบ (4) ตกปลา (5) แคมป์ปิ้ง (6) ส่องสัตว์ (7) แคมป์ปิ้งด้วยรถยนต์ (8) ตกปลา (9) ดูนก (10) ล่าสัตว์ด้วยหน้าไม้ (11) ทางเดินที่ค้ำคื่น (12) พายเรือแคนู (13) พายเรือคายัค (14) สกี (15) ดำน้ำลึก (16) จักรยานเสือภูเขา (17) วิ่งเทรล (18) ล่าสัตว์ด้วยปืน (19) สโนบอร์ด (20) จับปลา Fishing (Fly) ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลการสำรวจกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้ง ในระหว่าง 2010-2016

Global Outdoor Activities	ปีที่สำรวจข้อมูล 2010 – 2016 ((,000) คน)							อัตราการเปลี่ยนแปลง
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Stand Up Paddling	1,050	1,242	1,542	1,993	2,751	3,020	3,220	20.92
Kayak Fishing	1,044	1,201	1,409	1,798	2,074	2,265	2,371	14.21
Triathlon(Non-Traditional/Off-Road)	798	819	1,075	1,390	1,411	1,744	1,705	13.04
Bicycling (BMX)	2,369	1,547	2,175	2,168	2,350	2,690	3,100	9.45
Trail Running	5,136	5,610	6,003	6,792	7,531	8,139	8,582	9.39
Skiing (Cross-Country)	4,530	3,641	3,307	3,377	3,820	4,146	4,640	8.92
Adventure racing	1,339	1,065	2,170	2,213	2,368	2,864	2,999	8.66
Kayaking (White Water)	1,842	1,546	1,878	2,146	2,351	2,518	2,552	8.07
Triathlon (Traditional/Road)	1,593	1,686	1,789	2,262	2,203	2,498	2,374	8.06
Kayaking (Sea/Touring)	2,144	2,029	2,446	2,694	2,912	3,079	3,124	6.36

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

Global Outdoor Activities	ปีที่สำรวจข้อมูล 2010 – 2016 (,000) คน							อัตราการเปลี่ยนแปลง
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Climbing(Traditional/ Mountaineering)	2,198	1,609	2,189	2,319	2,457	2,571	2,790	6.26
Kayaking (Recreational)	6,465	8,229	8,144	8,716	8,855	9,499	10,017	5.34
Boardsailing/Windsurfing	1,617	1,151	1,324	1,562	1,766	1,737	1,593	5.28
Hiking (Day)	32,496	34,491	34,545	34,378	36,222	37,232	42,128	5.20
Telemarking (Downhill)	1,821	2,099	2,766	1,732	2,188	2,569	2,848	4.30
Backpacking overnight	8,349	7,095	8,771	9,069	10,101	10,100	10,151	3.82
Skiing (Alpine/Downhill)	11,504	10,201	8,243	8,044	8,649	9,378	9,267	3.09
Bicycling (mountain bike)	7,161	6,816	7,714	8,542	8,044	8,316	8,615	2.97
Snorkeling	9,305	9,318	8,011	8,700	8,752	8,874	8,717	2.21
Hunting (Bow)	3,908	4,633	4,075	4,079	4,411	4,564	4,427	2.18
Fishing (Fly)	5,478	5,683	6,012	5,878	5,842	6,089	6,456	1.85
Climbing (Sport indoor)	4,770	4,119	4,592	4,745	4,536	4,684	4,905	1.73
Hunting (Rife)	10,150	10,807	10,164	9,792	10,081	10,778	10,797	1.60
Snowboarding	8,196	7,579	7,351	6,418	6,785	7,676	7,602	1.30
Camping (RV)	15,865	16,698	15,108	14,556	14,633	14,699	15,855	1.30
Scuba driving	3,153	2,579	2,982	3,174	3,145	3,274	3,111	1.16
Sailing	3,869	3,725	3,958	3,915	3,924	4,099	4,095	0.88
Canoeing	10,553	9,787	9,839	10,153	10,044	10,236	10,046	0.54
Fishing (Saltwater)	11,809	11,983	12,017	11,790	11,817	11,975	12,266	0.53
Hunting (Shotgun)	8,062	8,678	8,174	7,894	8,220	8,438	8,271	0.34
Hunting (handgun)	2,709	2,671	3,553	3,198	3,091	3,400	3,512	-0.01
Bicycling (Road /paved surface)	39,320	40,349	39,232	40,888	39,725	38,280	38,365	-0.51
Fishing Freshwater/other)	38,860	38,868	39,135	37,796	37,821	37,682	38,121	-0.64
Skateboarding	6,808	5,827	6,627	6,350	6,582	6,436	6,442	-0.66
Surfing	2,767	2,195	2,895	2,658	2,721	2,701	2,793	-0.79
Rafting	4,460	3,821	3,690	3,836	3,781	3,883	3,428	-1.62
Snowshoeing	3,823	4,111	4,029	3,012	3,501	3,885	3,533	-1.77
Running/Jogging	49,408	50,713	52,187	54,188	51,127	48,496	47,384	-2.31
Skiing (Freestyle)	3,647	4,318	5,357	4,007	4,564	4,465	4,640	-2.39
Wildlife Viewing	21,025	21,964	22,999	21,359	21,110	20,718	20,746	-2.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

Global Outdoor Activities	ปีที่สำรวจข้อมูล 2010 – 2016 (,000) คน							อัตราการเปลี่ยนแปลง
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Camping (within 1/4mile of Vehicle/home)	30,996	32,925	29,982	29,269	28,660	27,742	26,467	-3.06
Wakeboarding	3,645	3,389	3,348	3,316	3,125	3,226	2,912	-3.30
Birdwatching	13,339	12,794	14,275	14,152	13,179	13,093	11,589	-4.97

ที่มา The Outdoor Foundation, 2017

หมายเหตุ : การวัดอัตราการเติบโต ใช้วิธีการคำนวณ CAGR (Compound Annual Growth Rate)

ตารางที่ 4.1 เมื่อนำมาคำนวณหาอัตราการเติบโตด้วยวิธี CAGR (Compound Annual Growth Rate) พบว่า กิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่มีอัตราการเติบโตเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 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

กิจกรรมกีฬาที่มีอัตราการเติบโตที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ (lifestyle) ของคนในสังคม ที่มีแนวโน้มและต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น การเติบโตของกีฬาที่เล่นแบบคนเดียว อาทิ การปีนหน้าผา การวิ่ง การปั่นจักรยาน การเล่นโยคะ ฟิตเนส มีการพัฒนา มีการสร้างสรรค์กิจกรรมกีฬาใหม่ๆ เช่น การแข่งขันแบบแอดเวนเจอร์ (Adventure race) เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตอบโจทย์ชีวิตของคนในสังคมเมืองและนักเดินทางสมัยใหม่ให้มีความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

6. อิทธิพลของแฟชั่นการออกกำลังกาย

การเพิ่มขึ้นของความสนใจทางด้านกีฬา ความสนใจในการเล่นกีฬากลายเป็นแฟชั่นที่ปกคลุมไปทั่วโลก ทำให้หลายคนต้องแสดงออกถึง "อะไรส์ก้อย่าง" ที่เป็นกีฬา ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและการออกแบบเสื้อผ้าการแต่งกายที่เกี่ยวข้องว่า "Athleisure" มาจากคำว่า Athlete ที่หมายถึง นักกีฬา บวกกับคำว่า Leisure ที่หมายถึง สบายๆ ไม่รีบร้อน ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วก็เกิดเป็นเทรนด์แฟชั่นที่นำชุดกีฬาหรือชุดออกกำลังกายมาใส่ในชีวิตประจำวัน การทำงาน และการเดินทาง

นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการเพิ่มความหลากหลายของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา (Generalization of Multi sport participations) ผู้เล่นกีฬานั้นเต็มใจเปิดรับความหลากหลายในการประกอบกิจกรรมกีฬาในทุกมิติทั้งในฐานะผู้เล่นกีฬาเอง ประกอบกิจกรรมกีฬาแบบใหม่ ๆ และกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย (Multi sports participation) นักกีฬาจำนวนมากมองกิจกรรมกีฬาแบบใหม่ ๆ ที่ตนเองไม่คุ้นเคย ด้วยความท้าทายและต้องการจะทดลอง นอกจากความหลากหลายทางด้านกีฬาแล้วแนวโน้มของกีฬาในปัจจุบันได้ขยายขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายผู้เล่นในหลายมิติ เช่น เดิมทีหลาย ๆ ชนิดจำกัดผู้เล่นอยู่แค่ กลุ่มผู้เล่นเพศใด เพศหนึ่งเท่านั้น ปัจจุบันแนวโน้มที่เป็น

ข้อจำกัดเหล่านั้นเริ่มลดลง ตัวอย่างแนวโน้มเล่นกีฬาฟิตเนส ที่แต่เดิมนิยมในหมู่นักกีฬาชายเท่านั้น นอกจากนี้เส้นแบ่งระหว่างกีฬาสำหรับผู้ชายและ หญิงที่เริ่มไม่ชัดเจน เหมือนแต่ก่อน แนวโน้มอีกประการได้แก่การเล่นกีฬาเป็นครอบครัว เหล่านี้นับเป็นโอกาสสำคัญของประเทศไทย ในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา การศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยว ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อค้นหา กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย ศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ จุดเด่นความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีผลการศึกษาดังนี้

6.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะ ทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ภูมิลำเนาถิ่นพำนัก และอาชีพ และรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถามการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อนของประเทศไทยในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาปรากฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลในรูปของตาราง ประกอบด้วยค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลพื้นฐาน
คุณลักษณะส่วนบุคคลของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	301	75.3
หญิง	99	24.8
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	5	1.3
15 – 30 ปี	59	14.8
31 – 45 ปี	166	41.5
46 – 60 ปี	128	32.0
60 ปีขึ้นไป	42	10.
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	121	30.3
สมรส	266	66.5
หย่า/หม้าย	13	3.3
รวม	400	100.0
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	33	8.3
มัธยมศึกษา(ตอนต้น /ตอนปลาย)	73	18.3

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	49	12.3
ปริญญาตรี	201	50.3
ปริญญาโท	42	10.5
ปริญญาเอก	2	0.5
รวม	400	100.0
5. ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ	6	1.5
ภาคกลาง	213	53.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	.05
ภาคตะวันตก	145	36.25
กรุงเทพมหานคร	219	54.75
ภาคตะวันออก	10	2.5
ภาคใต้	24	6.00
รวม	400	100.0
6. อาชีพ		
ข้าราชการ	58	14.5
เกษียณ	22	5.5
ลูกจ้างของรัฐ	18	4.5
ลูกจ้างของเอกชน	150	37.5
เจ้าของธุรกิจ/ส่วนตัว	119	29.8
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5	1.3
เกษตรกร	5	1.3
นักเรียน / นักศึกษา	19	4.8
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100.0
7. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	59	14.75
10,001- 20,000	76	19.00
20,001- 30,000	232	58.00
30,001 – 40,000	18	4.50
40,001 – 50,000	11	2.75
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4	1.00
รวม	400	100.00

คุณลักษณะของส่วนบุคคลของชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งจุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-45 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีภูมิลำเนาในเขตภาคกลาง อาชีพ ลูกจ้างเอกชน รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

6.2 การศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับกิจกรรมกีฬาที่โดดเด่นที่สามารถที่นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาถึงกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า มีการความหลากหลายดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น ของประเทศไทยในมุมมองของชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง (ตอบได้มากกว่า 1 กีฬา)

กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. วิ่งถนนทางเรียบ อาทิ วิ่งมาราธอน วิ่งเพื่อสุขภาพ	329	8.80
2. การวิ่งเทรล Trail Running	110	2.94
3. การแข่งขันไตรกีฬาแบบออฟโรด(Triathlon Off-Road))	102	2.73
4. ไตรกีฬาทางเรียบ	78	2.09
5. การปั่นจักรยานทางเรียบ	246	6.58
6. การปั่นจักรยานเสือภูเขา	210	5.62
7. การแข่งขันในรูปแบบผจญภัย (Adventure racing) อาทิ กระป๋องวิ่ง ว้าย พาย ปั่น	96	2.57
8. การแข่งขันเรือคายัค /เรือแคนู	159	4.25
9. ปีนหน้าผาธรรมชาติ	189	5.05
10. ปีนหน้าผาจำลอง	54	1.44
11. ดำน้ำ (Snorkeling) และการดำน้ำสกุบา หรือ การดำน้ำลึก/สกุบา Scuba driving	145	3.88
12. ตกปลา	80	2.14
13. เล่นเรือใบ	64	1.71
14. กระดานโต้คลื่น	38	1.02
15. ล่องแก่ง	224	5.99
16. กีฬาเวคบอร์ด (Wakeboarding)	14	0.37
17. มวยไทย	412	11.02
18. ฟุตบอล	323	8.64
19. ร่มร่อน พาราไกลดิ่ง	2	0.05

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
20. กอล์ฟ	394	10.54
21. การแข่งรถยนต์	73	1.95
22. การแข่งมอเตอร์ไซด์	92	2.46
23. เทนนิส	19	0.51
24. เจ็ตสกี	48	1.28
25. กีฬาพื้นบ้าน อาทิ แข่งเรือ	238	6.37
รวม	3,739	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเมื่อนำมาจัดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ปรากฏดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงกิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในมุมมองของชุมชน และ ภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง (ตอบได้มากกว่า 1 ชนิดกีฬา)

กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
1. มวยไทย	412	11.02
2. กอล์ฟ	394	10.54
3. วิ่งถนนทางเรียบ อาทิ วิ่งมาราธอน วิ่งเพื่อสุขภาพ	329	8.80
4. ฟุตบอล	323	8.64
5. การปั่นจักรยานทางเรียบ	246	6.58
6. กีฬาพื้นบ้าน อาทิ แข่งเรือ กีฬาชนเผ่า	238	6.37
7. ล่องแก่ง	224	5.99
8. การปั่นจักรยานเสือภูเขา	210	5.62
9. ปีนหน้าผาธรรมชาติ	189	5.05
10. การแข่งขันเรือคายัค /เรือแคนู	159	4.25
11. ดำน้ำ(Snorkeling) และ การดำน้ำสกุบา หรือ การดำน้ำลึก/สกุบา Scuba driving	145	3.88
12. การวิ่งเทรล Trail Running	110	2.94
13. การแข่งขันไตรกีฬาแบบออฟโรด(Triathlon Off-Road)	102	2.73
14. การแข่งขันในรูปแบบผจญภัย (Adventure racing) อาทิ กระป๋อง วิ่ง ว่าย พาย ปั่น	96	2.57

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

กิจกรรมกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
15. การแข่งมอเตอร์ไซด์	92	2.46
16. ตกปลา	80	2.14
17. ไตรกีฬาทางเรียบ	78	2.09
18. การแข่งรถยนต์	73	1.95
19. เล่นเรือใบ	64	1.71
20. ปีนหน้าผาจำลอง	54	1.44
21. เจ็ทสกี	48	1.28
22. กระดานโต้คลื่น	38	1.02
23. เทนนิส	19	0.51
24. กีฬาเวคบอร์ด (Wakeboarding)	14	0.37
25. ร่มร่อน พาราไกลดิ่ง	2	0.05
รวม	3,739	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการสำรวจกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีความโดดเด่นของประเทศไทยในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พบว่าประกอบไปด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่สำคัญ 25 ชนิดได้แก่กีฬา 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 การดำน้ำส쿠บา 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 ร่มร่อน พาราไกลดิ่ง

6.3 ศักยภาพ ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กรอบแนวคิดในการศึกษาศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ใช้เกณฑ์พิจารณาในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาซึ่งได้มาจาก เมืองที่มีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานั้นต้องพิจารณาจากองค์ประกอบที่สำคัญซึ่งประกอบไปด้วย ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา (Avenue/Area) อันได้แก่ ความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม สภาพแวดล้อม สภาพอากาศ บรรยากาศและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodations) ซึ่งแยกเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา (Sport

accommodation) และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยว travel accommodations) อาทิ บริการอาหารและเครื่องดื่ม เส้นทางคมนาคม การขนส่ง ศักยภาพด้านที่พัก Accommodation) ได้แก่ โรงแรมที่พัก คุณภาพการให้บริการ เป็นต้น ศักยภาพด้านโอกาสในการประกอบกิจกรรมเสริมในระหว่างการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งประเมินจากการมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวๆ ในพื้นที่การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา แหล่งจำหน่ายซื้อสินค้า การมีโอกาสนในการสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น รวมถึง ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น (Aboriginal Support) เครือข่ายความร่วมมือในการทำงาน (ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน และภาคประชาชนในท้องถิ่น) ตลอดจนสิ่งดึงดูดใจในฐานะของการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา เหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบหลักในการพัฒนาชุมชน เมือง ภูมิภาค หรือประเทศให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในการกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพของชุมชน เมือง ภูมิภาค และประเทศในการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งในแต่ละหัวข้อประกอบด้วยตัวแปรย่อยที่แตกต่างกัน เพื่อประเมินความพร้อมและศักยภาพของชุมชน เมือง หรือประเทศไทย ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือมหกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดของตัวแปรย่อย กำหนดค่าระดับคะแนนของตัวเลือกตอบ ดังนี้

ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ	ระดับความคิดเห็น
กำหนดให้คะแนนเป็น 5 คะแนน	มีศักยภาพมากที่สุด
กำหนดให้คะแนนเป็น 4 คะแนน	มีศักยภาพมาก
กำหนดให้คะแนนเป็น 3 คะแนน	มีศักยภาพปานกลาง
กำหนดให้คะแนนเป็น 2 คะแนน	มีศักยภาพน้อย
กำหนดให้คะแนนเป็น 1 คะแนน	มีศักยภาพน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา ในช่วงคะแนน ดังต่อไปนี้ (บุญธรรม, 2537 : 160-162)

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	มีระดับ มีศักยภาพน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	มีระดับ มีศักยภาพน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	มีระดับ มีศักยภาพปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	มีระดับ มีศักยภาพมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	มีระดับ มีศักยภาพมากที่สุด

ทั้งนี้ในการตรวจสอบความคิดเห็นของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้ตั้งเกณฑ์โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ Cathy และคณะ (2004 , p 121-126) หากคุณลักษณะใดได้ค่าเฉลี่ย 3.50 ขึ้นไป แสดงว่าปัจจัยนั้น มีความชัดเจนอย่างยิ่งในความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ในทางตรงกันข้าม คุณลักษณะใดมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หรือช่วงที่ไม่มีความชัดเจน (Neutral zone) แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจรู้สึกคลุมเครือ ส่วนค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่านั้นถือว่า การปัจจัยนั้นไม่มีศักยภาพในมุมมองของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษา ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปรากฏผลดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

เกณฑ์ประเมินศักยภาพ (Sport event destination Criteria)	รวม		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D	
1. ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา (Avenue/Area)	3.66	0.85	มาก
1.1 ศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม	4.56	0.59	มากที่สุด
1.2 ศักยภาพด้านมีสถานที่จัดงานมีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับคนจำนวนมากได้	3.40	1.06	ปานกลาง
1.3 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬา	2.49	0.80	ปานกลาง
1.4 ศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบท และการเกษตร (Country side and farmland)	4.55	0.62	มากที่สุด
1.5 ศักยภาพด้านสภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา	3.32	1.21	มาก
2. ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility)	3.82	0.88	มาก
2.1 ศักยภาพด้านการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก หลากหลาย และ ปลอดภัย	3.92	.81	มาก
2.2 ศักยภาพด้านสถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก	3.88	.85	มาก
2.3 ศักยภาพด้านการเดินทางมายังจุดหมายใช้เวลาไม่นาน	3.80	.95	มาก
2.4 ศักยภาพด้านระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	3.75	.86	มาก
2.5 ศักยภาพด้านต้นทุนในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางที่ต่ำ	3.75	.97	มาก
3. ศักยภาพด้านที่พัก Accommodation)	3.27	0.91	ปานกลาง
3.1 ศักยภาพด้านโรงแรมที่พักเพื่อรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก	3.58	.98	มาก
3.2 ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนต เป็นต้น	2.16	.92	น้อย

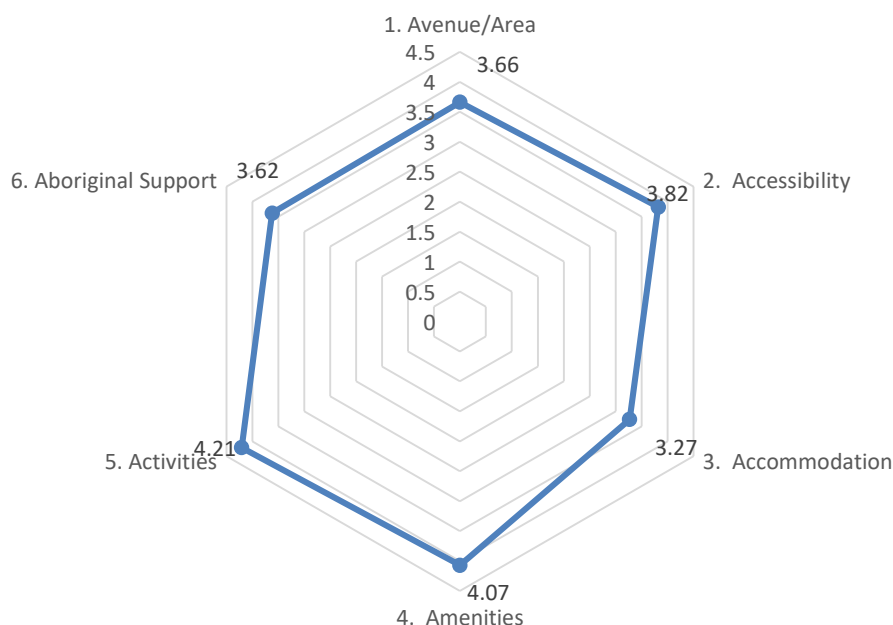
ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

เกณฑ์ประเมินศักยภาพ (Sport event destination Criteria)	รวม		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D	
3.3 ศักยภาพด้านบริการการจัดบริการที่พักที่หลากหลาย อาทิ ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ โฮมสเตย์ แค้มป์ สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มได้	3.56	.93	มาก
3.4 ศักยภาพด้านบริการของที่พักที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาทิ อินเทอร์เน็ต แอร์ น้ำอุ่น อาหาร เป็นต้น มีความสะอาด ปลอดภัย และ ความคุ้มค่า	3.54	1.06	มาก
3.5 ศักยภาพด้านที่ตั้งของโรงแรมและที่พักอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือมีศักยภาพในบริการรับ-ส่งนักกีฬาในกรณีมีการจราจรหนาแน่นในช่วงจัดกิจกรรม	3.53	.67	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.07	0.73	มาก
4.1 ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน การท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ห้องน้ำ ร้านอาหาร เพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่	4.05	.7436	มาก
4.2 ศักยภาพด้านมีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้มาเยือนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ	3.91	.8181	มาก
4.3 ศักยภาพด้านป้ายบอกทาง สัญลักษณ์ ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้มาเยือนจำนวนมาก	3.92	.8079	มาก
4.4 ศักยภาพด้านการช่วยเหลือยามฉุกเฉิน และการดูแลความปลอดภัย	4.14	.7833	มาก
4.5 ศักยภาพด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับกลุ่มผู้ร่วมงานขนาดใหญ่หรือคนจำนวนมาก	4.33	0.53	มาก
5. ศักยภาพด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา (Activities)	4.21	0.71	มาก
5.1 ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม	3.42	.9112	ปานกลาง
5.2 ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของแหล่งช้อปปิ้ง และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ แหล่งผลิต	4.52	0.59	มากที่สุด
5.3 ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	0.88	มาก
5.4 ศักยภาพด้านความหลากหลายของบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น อาทิ การจัดบริการอาหารพื้นถิ่น ผลไม้ท้องถิ่น และเครื่องดื่มประจำถิ่น	4.55	0.62	มากที่สุด

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

เกณฑ์ประเมินศักยภาพ (Sport event destination Criteria)	รวม		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D	
5.5 ศักยภาพด้านความหลากหลายของงานประเพณีและวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.54	0.59	มากที่สุด
6. ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น(Aboriginal Support)	3.62	0.85	มาก
6.1 ศักยภาพด้านการสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬามากจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่	3.71	0.91	มาก
6.2 ศักยภาพด้านการดึงดูดการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากชุมชนในพื้นที่	3.78	0.94	มาก
6.3 ศักยภาพด้านความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ	2.75	0.84	ปานกลาง
6.4 ศักยภาพด้านข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดในจุดหมายปลายทางที่เพียงพอ อาทิ ข้อมูลแหล่งที่พัก ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขัน ข้อมูลผังงาน ลำดับเวลา เป็นต้น	3.75	0.90	มาก
6.5 ศักยภาพด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่พร้อมปฏิบัติงานสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา หรือ มหกรรมกีฬาที่มีคนมาร่วมงานจำนวนมาก	4.14	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องต่อศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา (Avenue/Area) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ศักยภาพด้านที่พัก Accommodation) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ศักยภาพด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา(Activities) และด้าน การสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น(Aboriginal Support) พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้าน ด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา (Activities) มากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4.07) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) (3.82) ด้านสถานที่จัดกิจกรรมกีฬา (Avenue/Area) (3.66) ด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น (Aboriginal Support) (3.62) และ ด้านที่พัก 3.27 Accommodation) ดังแสดงในภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบศักยภาพของศักยภาพ ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นรายได้

จากภาพที่ 4.1 เป็นการเปรียบเทียบศักยภาพเป็นรายได้ เมื่อจำแนกเป็นรายประเด็นย่อยปรากฏผลดังนี้

1. ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา (Avenue/Area) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ (1) ศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม (2) ศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำ ลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้. (3) ศักยภาพด้านมีสถานที่จัดงานมีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับคนจำนวนมากได้ (4) ศักยภาพด้านสภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาตามลำดับ

2. ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ (1) ศักยภาพด้านการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก หลากหลาย และปลอดภัย (2) ศักยภาพด้านสถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (3) ศักยภาพด้านการเดินทางมายังจุดหมายใช้เวลาสั้น (4) ศักยภาพด้านระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (5) ศักยภาพด้านต้นทุนในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางที่ต่ำ ตามลำดับ

3. ศักยภาพด้านที่พัก (Accommodation) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่

(1) ศักยภาพด้านโรงแรมที่พักเพื่อรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านการจัดการบริการที่พักที่หลากหลาย อาทิ ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ โฮมสเตย์ แค้มป์ สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มได้ (3) ศักยภาพด้านบริการของที่พักเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาทิ อินเทอร์เน็ต แอร์ น้ำอุ่น อาหาร เป็นต้น มีความสะอาด ความปลอดภัยและความคุ้มค่า (4) ศักยภาพด้านที่ตั้งของโรงแรมและที่พักอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือมีศักยภาพในการรับ-ส่งนักกีฬาในกรณีมีการจราจรหนาแน่นในช่วงจัดกิจกรรม (5) ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนส เป็นต้น ตามลำดับ

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

(1) ศักยภาพด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับกลุ่มผู้ร่วมงานขนาดใหญ่หรือคนจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านการช่วยเหลืออำนวยความสะดวก และการดูแลความปลอดภัย (3) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ห้องน้ำ ร้านอาหาร เพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (4) ศักยภาพด้านป้ายบอกทางสัญลักษณ์ ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้มาเยือนจำนวนมาก และ (5) ศักยภาพด้านมีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้มาเยือนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ตามลำดับ

5. ศักยภาพด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา (Activities) เรียงลำดับจาก

ค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านความหลากหลายของบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น อาทิ การจัดการอาหารพื้นถิ่น ผลไม้ท้องถิ่น และเครื่องดื่มประจำถิ่น (2) ศักยภาพด้านความหลากหลายของงานประเพณีและวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ (3) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของแหล่งช้อปปิ้ง และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ แหล่งผลิต (4) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม ตามลำดับ

6. ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น (Aboriginal Support) เรียงลำดับ

จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่พร้อมปฏิบัติงานสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา หรือ มหกรรมกีฬาที่มีคนมาร่วมงานจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านการดึงการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากชุมชนในพื้นที่ (3) ศักยภาพด้านข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดในจุดหมายปลายทางที่เพียงพอ อาทิ ข้อมูลแหล่งที่พัก ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขัน ข้อมูลผังงาน ลำดับเวลา เป็นต้น (4) ศักยภาพด้านการสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ และ (5) ศักยภาพด้านความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ ตามลำดับ

6.4 ผลการศึกษา จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในมุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ปรากฏผลดังตาราง ที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในมุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	รวม		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D	
1. ประเทศไทยมีประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวและมีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถนำมาขยายผลต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยได้	3.83	0.61	มาก
2. ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เต็มเต็มและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	4.06	0.87	มาก
3. ประเทศไทยมีหลากหลายภูมิประเทศ ที่สามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานอกสถานที่ ทั้ง กีฬาทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ และ กีฬาที่เกี่ยวข้องกับ ทะเล	3.83	1.21	มาก
4. ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตนำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	3.80	1.47	มาก
5. นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในส่วนที่เป็นนโยบายระดับประเทศและนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	4.04	0.91	มาก
6. ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและเล่นกีฬาได้ตลอดปี	3.97	0.73	มาก
7. ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวอาหาร ที่พัก และ การเดินทางที่เหมาะสมคุ้มค่ากับการเดินทาง	3.88	0.76	มาก
8. ประเทศไทยมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวผจญภัย ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาในภาพรวมได้	3.77	0.79	มาก
9. ประเทศไทยมีกีฬาพื้นบ้านที่หลากหลาย ที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประจำถิ่นได้ อาทิ การแข่งขันเรือยาว การแข่งขันวัว และกีฬาของชนเผ่า เป็นต้น	3.94	0.86	มาก
10. ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่มีเอกลักษณ์ มีนักมวยที่มีชื่อเสียง มีค่ายมวยกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ที่สามารถพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยได้	4.55	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 จุดเด่น และ ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในมุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยดังนี้

1. ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่มีเอกลักษณ์ มีนักมวยที่มีชื่อเสียง มีค่ายมวยกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค ที่สามารถพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยได้
2. ประเทศไทยมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เติมเต็มและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในส่วนที่เป็นนโยบายระดับประเทศและ นโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
4. ประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและเล่นกีฬาได้ตลอดปี
5. ประเทศไทยมีกีฬาพื้นบ้านที่หลากหลาย ที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประจำถิ่นได้ อาทิ การแข่งขันเรือยาว การแข่งขันวัว และกีฬาของชนเผ่า เป็นต้น
6. ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวอาหาร ที่พัก และ การเดินทาง ที่เหมาะสมคุ้มค่ากับการเดินทาง
7. ประเทศไทยมีประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวและมีภาพลักษณ์ที่ดีสามารถนำมาขยายผลต่อยอดพัฒนาการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยได้
8. ประเทศไทยมีหลากหลายภูมิประเทศ ที่สามารถนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานอกสถานที่ ทั้ง กีฬาทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ และ กีฬาที่เกี่ยวข้องกับ ทะเล
9. ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต นำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้
10. ประเทศไทยมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวผจญภัย ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาในภาพรวมได้

ข้อมูลจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามุมมองของชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่จะนำไปสู่การสังเคราะห์ร่วมกับการผลการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันเพชรพลัตร์ (Diamond model) และการประเมินสถานะแวดล้อมกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศไทยด้านจุดแข็ง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ จัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในวัตถุประสงค์ของการศึกษาข้อที่ 4

6.5 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา

การศึกษา กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึง คุณลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event)

โดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มาเข้าร่วมกิจกรรมที่สำคัญได้แก่ กิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นงานวิ่ง งานปั่นจักรยาน ฟุตบอล และ นักท่องเที่ยวทั่วไป ในระหว่าง เดือนมิถุนายน 60 ถึง พฤษภาคม 2561 จำนวน 389 ราย และได้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

6.5.1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ ภูมิสำเนา พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน ผู้ร่วมเดินทาง ในการเดินทางท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตารางที่ 4.7

ตาราง 4.7 แสดงข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	288	74.00
- หญิง	101	26.00
รวม	389	100.00
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	7	1.80
- 21-30 ปี	141	36.20
- 31-40 ปี	132	33.90
- 41-50 ปี	87	22.40
- 51-60 ปี	15	3.90
- 61 ปีขึ้นไป	7	1.80
รวม	389	100.00
3. สถานภาพการสมรส		
- โสด	214	55.00
- สมรส	175	45.00
รวม	389	100.00
4. ระดับการศึกษา		
- มัธยมศึกษา	12	3.08
- ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา	59	15.16
- ปริญญาตรี	280	71.97
- สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.76
รวม	389	100.00

ตาราง 4.7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพหลักในปัจจุบัน		
- พนักงานบริษัทเอกชน	147	37.80
- รับจ้างทั่วไป	77	19.80
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	73	18.76
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน	59	15.16
- ธุรกิจส่วนตัว	21	5.39
- นักเรียน/นักศึกษา	12	3.08
รวม	389	100.00
6. ระดับรายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	28	7.20
- 5,001-10,000 บาท	31	8.00
- 10,001-15,000 บาท	47	12.10
- 15,001-20,000 บาท	38	9.80
- 20,001-25,000 บาท	164	42.20
- 25,001-30,000 บาท 48 12.30	33	8.50
- 30,000 บาทขึ้นไป	48	12.30
รวม	389	100.00
7. ภูมิลำเนาของท่าน		
- เหนือ	22	6.65
- กรุงเทพมหานคร	129	33.20
- กลาง	144	37.00
- ตะวันออก	12	3.08
- ตะวันตก	72	18.50
- ภาคใต้	10	2.57
รวม	389	100.00
8. ท่านเดินทางโดย		
- รถจักรยานยนต์	12	3.08
- รถยนต์ส่วนตัว	212	54.47
- รถโดยสารประจำทาง	123	31.61
- เครื่องบิน	42	10.79
รวม	389	100.00

ตาราง 4.7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
9. ท่านมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ		
- ครอบครัว	178	45.80
- ญาติพี่น้อง	21	5.40
- เพื่อนฝูง	171	44.00
- คนเดียว	19	4.90
รวม	389	100.00
10. ท่านมีวัตถุประสงค์หลักอะไรในการเดินทางท่องเที่ยว		
- เข้าร่วมกิจกรรมของพื้นที่ /นันทนาการ	304	78.14
- ปฏิบัติงาน	34	8.74
- มาชมการแข่งขัน	51	13.11
รวม	389	100.00
11. ท่านรู้จักกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากที่ใด		
- สื่อออนไลน์ เฟสบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์	283	72.75
- สื่อมวลชน	6	1.54
- บุคคลใกล้ชิด	88	22.62
- อื่น ๆ อาทิ การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานผ่านสื่อเฉพาะ	12	3.08
รวม	389	100.00
12. สถานที่จัดกิจกรรมกีฬาที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา		
- กิจกรรมกีฬากลางแจ้งในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ชายหาด ชุมชน สวนสาธารณะ เป็นต้น	361	92.80
- กิจกรรมกีฬาในสถานที่ปลูกสร้าง เช่น สนามกีฬา สเตเดียม ฟิตเนต เป็นต้น	28	7.19
รวม	389	100.00
13. กิจกรรมเชิงกีฬาที่ท่านหรือเคยทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
-การวิ่ง	326	33.92
-การเดินทางออกกำลังกาย	389	40.48
-การปั่นจักรยาน	80	8.32
-ฟิตเนส	12	1.25
-ว่ายน้ำ	18	1.87
-เล่นโยคะ	5	0.52
-ชมการแข่งขันกีฬา อาทิ ชมฟุตบอล ชกมวย	83	8.63
-ตกปลา	7	0.72

ตาราง 4.7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
-ไตรกีฬา	3	0.31
-การเดินร่ำ และเดินแอร์โรบิก	8	0.83
-กอล์ฟ	6	0.62
อื่นๆ อาทิ การปีนผา กีฬาทางน้ำ และกีฬาทางอากาศ	24	2.49
รวม	961	100.00

จากตาราง 4.7 ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 74 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 26.00 มีอายุ 21-30 ปี จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมามีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.90 สถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 สมรส จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 71.97 คน รองลงมาคือระดับประกาศนียบัตร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20

อาชีพหลักในปัจจุบันส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และมีรายได้ส่วนมากอยู่ที่ 20,001-25,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 รองลงมาคือ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 เดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 54.47 รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.61 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาคือมาอยู่กับเพื่อนฝูง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ และ นันทนาการ จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 78.14 รองลงมาคือ มาชมการแข่งขัน จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 13.11 ระบุว่ารู้จักการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา จากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 283 คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมาได้แก่ บุคคลใกล้ชิด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.62

กิจกรรมเชิงกีฬาที่นักท่องเที่ยวทำหรือ เคยทำในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ได้แก่ การวิ่ง การเดินออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 40.48 รองลงมาได้แก่ การปั่นจักรยาน ร้อยละ 6.24 และการชมการแข่งขันกีฬา คิดเป็นร้อยละ 4.47 ตามลำดับ

6.5.2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) และแนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรม
ปรากฏผลดังแสดงใน ตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) และ
แนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event)			
- ชื่อเสียงของเจ้าภาพหรือ คณะผู้จัดงาน	4.34	0.64	มาก
- แหล่งหรือสถานที่จัดงาน	4.56	0.59	มากที่สุด
- ที่พักในระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรม	4.33	0.57	มาก
- คุณภาพและการให้บริการระหว่างการร่วมกิจกรรม รวมถึงการให้บริการระหว่างเส้นทาง กรณีที่เป็นการแข่งขัน	4.54	0.59	มากที่สุด
- มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ อาทิ โรงแรมร้านอาหาร	4.02	0.80	มาก
- คุณภาพของเหรียญและเสื้อที่ระลึก	4.31	0.75	มาก
- อัตราค่าสมัคร และผลิตภัณฑ์ส่วนควบ	4.09	0.73	มาก
- ความน่าสนใจและสิ่งดึงดูดใจในระหว่างเส้นทาง การแข่งขันหรือ พื้นที่โดยรอบบริเวณใกล้เคียง	4.21	0.99	มาก
- อาหารและเครื่องดื่มภายในสถานที่จัดงาน	4.55	0.62	มากที่สุด
- การเดินทางและการขนส่งผู้ร่วมงาน	4.38	0.67	มาก
- สภาพอากาศ และช่วงเวลาในการจัดงาน	3.99	0.80	มาก
- ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของงาน	4.53	0.70	มาก
- โอกาสในการได้เที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ทั้งก่อนและ หลังจากการร่วมงาน	4.52	0.89	มาก
- ระดับของการแข่งขัน	3.86	0.84	มาก
- มีความหลากหลายของกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ เช่นการประกวดภาพถ่าย การประกวดการแต่งกาย เป็นต้น	4.15	0.75	มาก
2. แนวทางจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรม			
- กิจกรรม มีท แอนด์ กรี๊ด (meet and greet) กับผู้มี ชื่อเสียง อาทิ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้องที่มาร่วมงาน	4.37	0.79	มาก
- จัดงานเลี้ยง (Event party)	3.90	0.87	มาก
- จัดการแสดงทางดนตรี (concert)	4.12	0.80	มาก
- บริการอาหาร ท้องถิ่น	4.08	0.69	มาก

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event)			
- จัดการแสดงทางวัฒนธรรม ที่โดดเด่นในพื้นที่บริเวณงาน	4.18	0.74	มาก
- พาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน	4.20	0.79	มาก
- กิจกรรมภาพถ่าย ภาพประทับใจในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.14	0.66	มาก

จากตาราง 4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬานักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 5 ลำดับแรกได้แก่

ปัจจัยด้าน (1) แหล่งหรือสถานที่จัดงาน (2) อาหารและเครื่องดื่มภายในสถานที่จัดงาน, (3) คุณภาพและการให้บริการระหว่างการร่วมกิจกรรม รวมถึงการให้บริการระหว่างเส้นทาง กรณีที่เป็นการแข่งขัน (4) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของงาน และ (5) โอกาสในการได้เที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ทั้งก่อนและหลังการร่วมงาน ตามลำดับ เมื่อสอบถามความคิดเห็นถึงแนวทางการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวเรื่องลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ (1) กิจกรรม มีท แอนด์ กรีต (meet and greet) กับผู้ที่มีชื่อเสียง อาทิ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้องที่มาร่วมงาน (2) พาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน (3) จัดการแสดงทางวัฒนธรรม ที่โดดเด่นในพื้นที่บริเวณงาน (4) กิจกรรมภาพถ่าย ภาพประทับใจในการเข้าร่วมกิจกรรม (5) จัดการแสดงทางดนตรี (concert) (6) บริการอาหารท้องถิ่น และ (7) จัดงานเลี้ยง(Event party)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า พฤติกรรมก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากประสบการณ์เดิมที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต การบอกต่อจากคนรู้จักที่เคยมีประสบการณ์มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมาก่อน และ การรับรู้ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว

พฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวเมืองไทยแล้วจะเที่ยวเฉพาะกลุ่มคนที่คุ้นเคยโดยไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว เสียค่าใช้จ่าย (ไม่รวมตัวเครื่องบิน) ประมาณ 1,200-1,500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ

ที่พักและกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยว ในด้านที่พักและกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวพักในโรงแรม/รีสอร์ทที่ใกล้เคียงหรืออยู่ในพื้นที่ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น พักในภูเก็ทเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดภูเก็ต พักในจังหวัดกระบี่เพื่อเล่นกีฬาปีนหน้าผา และดำน้ำ เป็นต้น ในการทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวนอกจากเข้าร่วมกิจกรรม

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว ยังใช้บริการการนวดแผนไทย การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นันทนาการ สถานบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวประเภทตลาดและห้างสรรพสินค้า และมวยไทย

เมื่อสอบถามถึงปัญหาและอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัญหาในการหาที่พัก เนื่องจากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา จะมีเป็นการรวมคนจำนวนมาก ในช่วงเวลาเดียวกันในบางพื้นที่หาที่พักไม่ได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาด้านการขายสินค้าราคาแพงโดยเฉพาะอาหาร โดยเฉพาะช่วงที่มีการจัดกิจกรรม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอก และ สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์ และการจัดประชุมกลุ่มย่อย หลังจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว และจึงนำไปสู่การจัดทำ กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งจะได้นำเสนอในลำดับต่อไปในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปรากฏผลดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์จุดแข็งของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Strengths
S.1 ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก
S.2 ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย
S.3 ประเทศไทยมีบุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิด ในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น
S.5 มีโรงแรม รีสอร์ทที่พักที่หลากหลาย ทั้งเป็นแบบ บูติกและแบบมาตรฐาน
S.6 ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
S.7 มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา
S.8 สภาพอากาศ ในประเทศไทยสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ตลอดปี

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

Strengths
S.9 เส้นทางจราจรไม่แออัด กลุ่มจังหวัดมีเส้นทางปั่น ที่เป็นเส้นทางรอง เส้นทางในหมู่บ้าน เส้นทางเลียบริม ลัดเลาะทางรถไฟ แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง พึ่งพญา พึ่งนา ที่เหมาะสมมากต่อการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางหลัก และพื้นที่ใกล้เคียงได้
S.10 ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน
S.11 ประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องอาหาร เป็นแหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงของโลก
S.12 มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์จุดแข็งของประเทศไทย ในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีจุดแข็งที่สำคัญได้แก่ การมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลกมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย มีบุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิดในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น มีโรงแรม รีสอร์ทที่พักที่หลากหลาย ทั้งเป็นแบบ บูติก และแบบมาตรฐาน มีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา มีสภาพอากาศ ในประเทศไทยสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ตลอดปี ในต่างจังหวัดมีเส้นทางปั่น ที่เป็นเส้นทางรอง เส้นทางในหมู่บ้าน เส้นทางเลียบริม ลัดเลาะทางรถไฟ แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง พึ่งพญา พึ่งนา ที่เหมาะสมมากต่อการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางหลัก และพื้นที่ใกล้เคียงได้ ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านมีความโดดเด่นเรื่องอาหาร เป็นแหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงของโลก และเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ เมื่อนำมาสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็งมาทำการวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.10 ผลการประเมินสภาวะแวดล้อมและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศไทยด้านจุดแข็ง

การวิเคราะห์จุดแข็ง Strengths	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก	0.16	3.88	0.62
2. ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง แบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจ่ายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย	0.13	3.75	0.48
3. ประเทศไทยมีบุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิด ในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น	0.06	3.49	0.20
4. มีโรงแรม รีสอร์ท ที่พักที่หลากหลาย ทั้งเป็นแบบ บูติกและแบบมาตรฐาน	0.06	3.41	0.18
6. ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุนส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	0.14	3.92	0.54
7. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา	0.12	3.75	0.45
8. สภาพอากาศ ในประเทศไทยสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ตลอดปี	0.05	3.75	0.18
9. เส้นทางจราจรไม่แออัด กลุ่มจังหวัดมีเส้นทางปั่น ที่เป็นเส้นทางรอง เส้นทางในหมู่บ้าน เส้นทางเลียบ ลัดเลาะทางรถไฟ แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ที่เหมาะสมมากต่อการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางหลัก และพื้นที่ใกล้เคียงได้	0.04	3.58	0.14
10. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน	0.12	3.92	0.47
11. ประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องอาหาร เป็นแหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงของโลก	0.09	3.47	0.31
12. มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์	0.03	3.27	0.09
คะแนนค่าเฉลี่ยรวม	1.00	1-5	3.71

จากตารางที่ 4.10 ผลการประเมินสภาวะแวดล้อมและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ของประเทศไทยด้านจุดแข็ง ในภาพรวม ค่าคะแนนถ่วง น้ำหนักเท่ากับ 3.71 โดยมีจุดแข็งที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด 5 ลำดับแรก เรียงจากค่าถ่วงน้ำหนักมากไปหาน้อย คือ (1) ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก (2) ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3) ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย (4) ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน และ (5) มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล และการจัดทำประชุมกลุ่มย่อย ปรากฏผลดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์จุดอ่อนของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Weaknesses
W.1 สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ
W.2 ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง
W.3 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคประชาชน ขาดการทำงานประสานกัน ต่างคนต่างทำ ขาดความเป็นเอกภาพ ต่างคนต่างทำ ขาดทิศทาง และการประสาน งาน เช่น การจัดงาน จักรยานต่างคนต่างจัด ขาดการประสานงานระหว่างกัน ใน บางครั้งกลายเป็นคู่แข่งกันเอง
W.4 กิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ขาดการประชาสัมพันธ์ รู้กันเฉพาะในหมู่คนวงใน
W.5 ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และ ฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น
W.6 ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
W.7 ประเทศไทยยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬา (กิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่) Mega Event
W.8 ประเทศไทยขาดแผนและแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงยังไม่มีกำหนดแนวทาง การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา
W.9 ระบบการขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าขย่ายคนจำนวนมาก เพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นกลุ่มใหญ่
W.10 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน ของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าประเทศไทยมีจุดอ่อนที่ควรดำเนินการแก้ไขได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขาไม่เพียงพอ ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง หน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคประชาชน ขาดการทำงานประสานกัน ต่างคนต่างทำ ขาดความเป็นเอกภาพ ต่างคนต่างทำ ขาดทิศทาง และ การประสาน งาน เช่น การจัดงาน จักรยานต่างคนต่างจัด ขาดการประสานงานระหว่างกัน ใน บางครั้งกลายเป็นคู่แข่งกันเอง กิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ขาดการประชาสัมพันธ์ รู้กันเฉพาะในหมู่คนวงใน ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น ขาด การนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศไทยยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬา (กิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่) Mega Event ประเทศไทยยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬา (กิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่) Mega Event ประเทศไทย

ขาดแผนและแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงยังไม่มีกำหนดแนวทาง การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา ระบบการขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าขณย้ายคนจำนวนมาก เพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นกลุ่มใหญ่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬา ดำน้ำเป็นต้น เมื่อนำจุดอ่อนดังกล่าวมาข้างต้น มาประเมินและกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำ กลยุทธ์การพัฒนาเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทย ปรากฏผลดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ด้านจุดอ่อน

การวิเคราะห์อ่อน Weaknesses	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ	0.12	3.75	0.45
2. ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง	0.11	3.27	0.35
3. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรภาคประชาชน ขาดการทำงานประสานกัน ต่างคนต่างทำ ขาดความเป็นเอกภาพ ต่างคนต่างทำ ขาดทิศทาง และการประสาน งาน เช่น การจัดงานจักรยานต่างคนต่างจัด ขาดการประสานงานระหว่างกัน ใน บางครั้งกลายเป็นคู่แข่งกันเอง	0.08	3.58	0.28
4. กิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ขาดการประชาสัมพันธ์ รู้กันเฉพาะในหมู่คนวงใน	0.06	2.16	0.12
5. ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น	0.15	3.66	0.54
6. ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.19	3.92	0.74
7. ประเทศไทยยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬา (กิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่) Mega Event	0.06	3.44	0.20

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

การวิเคราะห์อ่อน Weaknesses	การถ่วง น้ำหนัก	การให้ คะแนน	ค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนัก
8. ประเทศไทยขาดแผนและแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงยังไม่มีกำหนดแนวทาง การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา	0.08	3.25	0.26
9. ระบบการขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าขณย้ายคนจำนวนมาก เพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นกลุ่มใหญ่	0.01	3.50	0.035
10. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภท ยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น	0.14	3.56	0.49
คะแนนค่าเฉลี่ยรวม	1.00	1-5	3.51

จากตารางที่ 4.12 ผลการประเมินสถานะแวดล้อมและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ของประเทศไทยด้านจุดอ่อน ในภาพรวม ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.51 โดยมีจุดอ่อนที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด 5 ลำดับแรก เรียงจากค่าถ่วงน้ำหนักมากไปหาน้อย คือ (1) ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (2) ขาดฐานข้อมูลทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น (3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น (4) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ และ (5) ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก รายบุคคล และการจัดทำประชุมกลุ่มย่อย ปรากฏผลดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

การวิเคราะห์โอกาส O-opportunities
1. กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรง 2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย 4. การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้

จากตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก การวิเคราะห์โอกาส ของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสของการพัฒนาที่สำคัญได้แก่ กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังมาแรง นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย และการรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้ เมื่อนำปัจจัยที่เป็นโอกาสดังกล่าวมาแล้วมาประเมินและกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนาเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าประเทศไทย ปรากฏผลดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ด้านโอกาส

การวิเคราะห์โอกาส O-opportunities	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรง	0.4	4.31	1.72
2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.2	3.92	0.78
3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย	0.2	3.75	0.75
4. การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้	0.2	4.09	0.81
คะแนนค่าเฉลี่ยรวม	1.00	1-5	4.07

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ และประเมินสภาวะแวดล้อมภายนอกด้านโอกาสในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา(sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักอยู่ที่ 4.07 โดยมีโอกาสจากกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาแรงค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุด รองลงมาได้แก่โอกาสจากการรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้ นโยบายของรัฐบาลส่งเสริม และ ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยและความมีชื่อเสียงของประเทศไทย ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกกรายบุคคล และการจัดทำประชุมกลุ่มย่อย ปรากฏผลดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย

อุปสรรค T-Threats
1. แต่ละประเทศพยายามกำหนดมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลให้ ภาวการณ์แข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงทำให้โครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ ยังด้อยกว่าประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาก่อน

จากตารางที่ 4.15 อุปสรรคสำคัญในการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คือสภาพการแข่งขันเนื่องจากแต่ละประเทศพยายาม กำหนดมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลให้ภาวการณ์แข่งขันในตลาดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงทำให้โครงสร้าง พื้นฐานและการบริหารจัดการ ยังด้อยกว่าประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาก่อน

เมื่อนำปัจจัยที่เป็นอุปสรรคดังกล่าว มาประเมินและกำหนดคะแนนของการจัดทำกล ยุทธ์ การพัฒนาเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าประเทศ ไทยปรากฏผลดังตารางที่ 4.16

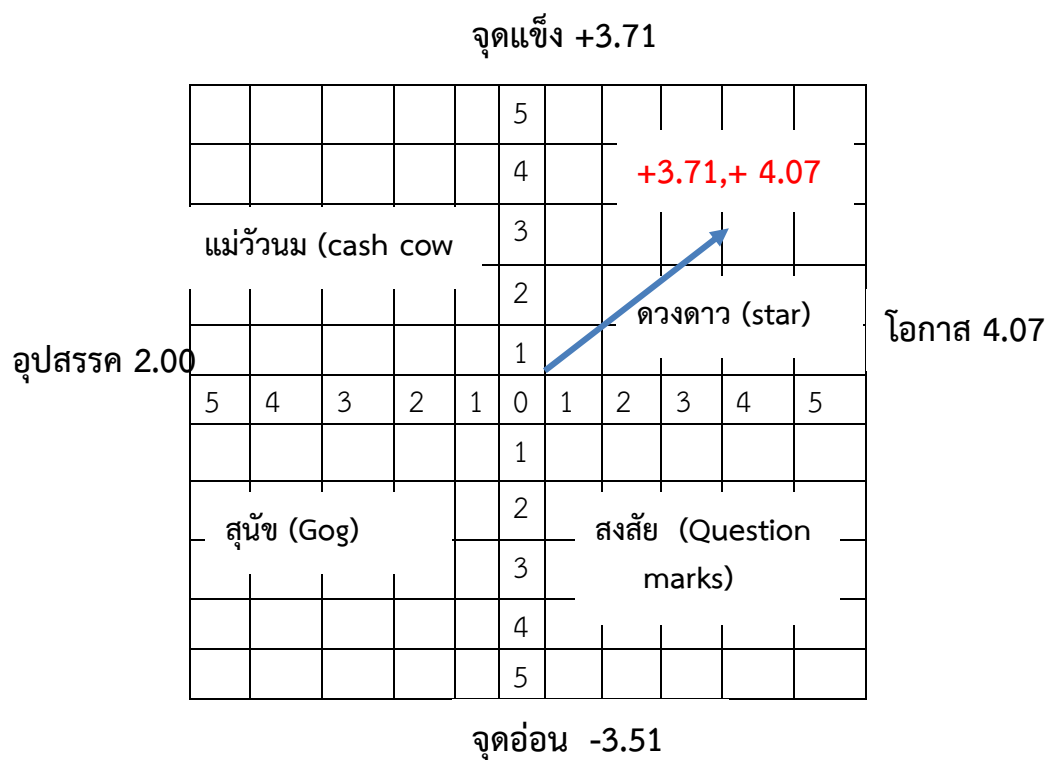
ตารางที่ 4.16 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิง กีฬา(sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย ด้านอุปสรรค

อุปสรรค T-Threats	การถ่วง น้ำหนัก	การให้ คะแนน	ค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนัก
1. แต่ละประเทศพยายามกำหนดมาตรการในการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลให้ภาวการณ์แข่งขันในตลาด การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยเพิ่งจะ เริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงทำให้ โครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ ยังด้อยกว่า ประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาก่อน	1	2	2
คะแนนค่าเฉลี่ยรวม	1	1-5	2.

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ และประเมินสภาวะแวดล้อมภายนอกด้านอุปสรรคใน การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา(sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ประเทศไทย ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักอยู่ที่ 2.00 ในการให้ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรค ผู้มีส่วนร่วมพิจารณาเห็นว่า การแข่งขันเป็นอุปสรรคทั่วไป

ที่ปรากฏได้ในทุกอุตสาหกรรม และสามารถป้องกันได้ ด้วยการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการให้โดดเด่น เป็นมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากตารางผลการประเมินและกำหนดคะแนนของการทำกลยุทธ์นำมาวิเคราะห์ตาราง BCG ได้ภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 แสดงตำแหน่งของการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

จากภาพที่ 4.2 ผลการประเมิน และกำหนดคะแนนของการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา(sport event) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าถ่วงน้ำหนักมากที่สุดระหว่างจุดแข็ง (Strength) กับโอกาส (Opportunity) ซึ่งตัดกันที่ +3.71,+4.04 ดังนั้นสภาวะแวดล้อมการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา(sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยอยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” (Star) ซึ่งหมายถึงมีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การจัดทำเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย นำผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มาสังเคราะห์ร่วมกับการวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว และการวิเคราะห์แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อนำไปสู่เวทีการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจากมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษานำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องวิเคราะห์จากคุณภาพของปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถอาศัยระบบเพชรที่เสนอโดย อี.พอร์เตอร์ (Porter) ซึ่งได้วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้านที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิต ได้แก่ (1) สถานะปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) (2) สถานะอุปสงค์ (Demand Conditions) (3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) และ (4) ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry) โดยความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านจะมีผลสนับสนุนซึ่งกันและกัน

1.1 สถานะปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งลำดับขั้นได้เป็นปัจจัยการผลิตทั่วไป และปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว ปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุน บุคลากรที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ที่ไม่จำกัดว่าต้องใช้กับอุตสาหกรรมใด โดยเฉพาะปัจจัยทั่วไปมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นต่ำสำหรับปัจจัยเฉพาะทาง หมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือการฝึกอบรมเฉพาะทางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านกีฬา ปัจจัยเฉพาะทางมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันขั้นสูง ปัจจัยเฉพาะทางก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไป ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเทศดังนั้น จึงต้องยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตอย่างไม่หยุดยั้ง จากปัจจัยทั่วไปสู่ปัจจัยเฉพาะทาง นอกจากนั้นมาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางก็ถูกยกสูงเรื่อย ๆ ไปพร้อมๆ กับความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ปัจจัยเฉพาะทางสำหรับปัจจุบันจะกลายเป็นปัจจัยทั่วไปในอนาคต

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทยด้านปัจจัยการผลิต มีทั้งในส่วนที่ความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และ ประเด็นที่ควรต้องพัฒนาเพิ่มเติม ดังนี้

ประเด็นที่มีความพร้อมได้แก่

1. สถานที่จัดงาน (venue) มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม
2. สิ่งอำนวยความสะดวกในบริบทของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ พืชพันธุ์ พืชพันธุ์ ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้
3. สภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา

ประเด็นที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม

เนื่องด้วยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย ที่ผ่านมามีไทย ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านกีฬาเพียงด้านเดียว และส่วนการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวยังมีไม่มากนัก ดังนั้น ประเด็นปัญหาที่อุปสรรคต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยที่ ควรให้ความสำคัญ และแนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในอนาคต จึงเป็น ข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่ใช้ในการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขาดสถานที่จัดงานมีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับคนจำนวนมากได้
2. สถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก
3. ระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
4. ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนส เป็นต้น
5. ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ
6. ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬา

1.2 สถานะอุปสงค์ (Demand Conditions)

อุปสงค์ในประเทศมีผลต่อรูปแบบที่บริษัทต่าง ๆ มองและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีรูปแบบแห่งความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าหรือก่อนประเทศอื่น นอกจากนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้มันวัตรกรรมเร็วกว่า เพื่อให้ได้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่นข้อแตกต่างระหว่างลักษณะของอุปสงค์ในประเทศของประเทศต่าง ๆ จะก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ ดังนั้นสามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายที่สำคัญต่อการเสริมสร้างรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและของประเทศ สำหรับการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทยด้านอุปสงค์ มีทั้งใน

ส่วนที่ความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และ ประเด็นที่ควรต้องพัฒนาเพิ่มเติม ดังนี้

ส่วนที่ความพร้อมที่เป็นข้อได้เปรียบ

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดจัดงานกีฬาแล้วพบว่า เจาะลึกความต้องการในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและมีขนาดอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศตามการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกที่ยังมีแนวโน้ม ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีแนวโน้มที่ประเทศในเอเชีย-แปซิฟิก จะกลายเป็นแหล่งเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นแนวโน้มทิศทางการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวของประเทศย่อมมีการขยายตัวเช่นเดียวกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศในเอเชียแปซิฟิกแล้ว ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดเป็นลำดับที่ 4 ของทวีปเอเชียแปซิฟิก เมื่อพิจารณาเจาะลึกไปที่อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีผลการสำรวจโดยบริษัท Fiiinity (2560, p. 190) รายงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าตลาดปานกลาง โดยทั้งโลกมีมูลค่าอยู่ที่ราว 6 แสนล้านเหรียญสหรัฐ แต่มีอัตราการขยายตัวสูงโดยอยู่ที่ราว 14% ต่อปี ด้วยอัตราการเติบโตดังกล่าวภายในปี 2561 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีมูลค่าราว 2.2 ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเด็นที่ควรพัฒนา

1. อุปสงค์นอกนำอุปสงค์ในประเทศ เป็นที่น่าสังเกตว่า อุปสงค์ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นอุปสงค์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศนํามาก่อน ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการปั่นจักรยาน การแข่งขันไตรกีฬา การเล่นกีฬาผจญภัย และการวิ่งเป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้จะเติบโตและได้รับความนิยมมาก่อน จะพัฒนาตลาดในเมืองไทย ทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศถึงแม้จะมีอุปสงค์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ขีดความสามารถในการแข่งขันก็ยังตามหลังกลุ่มประเทศผู้นำ ดังนั้นสิ่งที่ควรพัฒนาเกี่ยวกับปัจจัยด้วยอุปสงค์คือ การพัฒนางานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ตลาด ศึกษาความต้องการของกิจกรรมเชิงกีฬา จัดทำ (Target Profiles) ของแต่ละชนิดกีฬาโดยหน่วยงานกลาง และแบ่งปันข้อมูลแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับสถานการณ์การตลาดของแต่ละชนิดกีฬา

2. ความต้องการได้มาตรฐานของกิจกรรมเชิงกีฬาและการจัดงานในกลุ่มนักท่องเที่ยวมีสูงโดยเฉพาะกลุ่มกิจกรรมกีฬาผจญภัยและ X-treme sport

1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศมีประโยชน์ในการก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนนั้นมีความเกี่ยวเนื่องด้านการผลิตสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน มีทั้งในส่วนที่ความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และ ประเด็นที่ควรต้องพัฒนาเพิ่มเติมดังนี้

ส่วนที่เป็นความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

1. ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สวยงาม ทั้งชายทะเลฝั่งอ่าวไทย และอันดามันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้น้ำ
2. พื้นที่ชนบท นอกเมืองเส้นทางจราจรไม่แออัด มีเส้นทางปั่น ที่เป็นเส้นทางรอง เส้นทางในหมู่บ้าน เส้นทางเลียบ ลัดเลาะทางรถไฟ แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ที่เหมาะสมมากต่อการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางหลัก และพื้นที่ใกล้เคียงได้
3. มีโรงแรม รีสอร์ทที่พักที่หลากหลาย ทั้งเป็นแบบ บูติกและแบบมาตรฐาน

ส่วนที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมได้แก่

1. ประเทศไทยยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬามากมาย เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ
 2. ด้านระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญ และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และการขนคนจำนวนมากเข้าไปยังพื้นที่จัดกิจกรรมการแข่งขัน
- เนื่องจากการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกมีต้นทุนในการดำเนินการที่สูงไม่สามารถดำเนินการได้ในระยะเวลาอันสั้น แนวทางการพัฒนาจึงต้องใช้การบริหารจัดการด้วยการดึงความร่วมมือและการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านผู้นำเที่ยวด้านการขนส่ง และ ด้านบริการอาหาร การแบ่งปัน สิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบ เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)

1.4 ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ประเทศมักจะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สอดคล้องกับระบบจัดการ อันหมายถึงการเลือกใช้ยุทธการและโครงสร้างของบริษัทที่สะท้อนลักษณะเฉพาะทางนวัตกรรมของประเทศนั้น

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ประเทศไทยด้านยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน มีทั้งในส่วนที่ความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และประเด็นที่ควรต้องพัฒนาเพิ่มเติมดังนี้

ส่วนที่เป็นความพร้อมที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

โครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน ได้แก่

1. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรือกลุ่มประเทศอาเซียน ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน
2. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

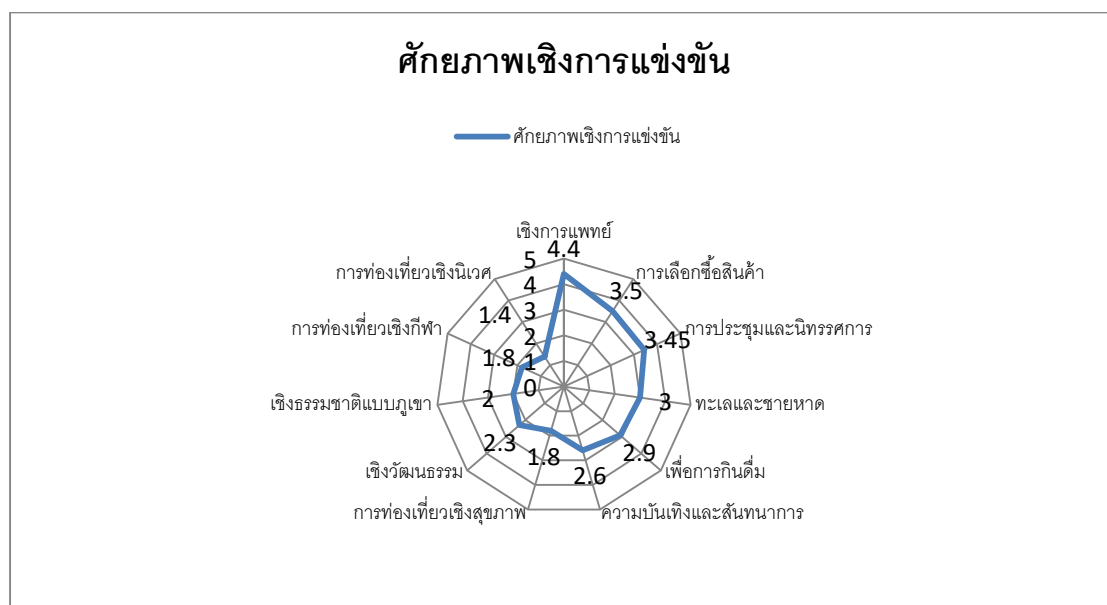
3. ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลาย เป็นแหล่งอาหารที่มีชื่อเสียงของโลกสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. ประเทศไทยมีบุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิด กระจายอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น

ประเด็นที่ควรต้องพัฒนาเพิ่มเติมดังนี้

1. ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ และตลาดโลกมีความน่าสนใจสูง เมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังแสดงในแผนภูมิที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงลำดับการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยตามรูปแบบการท่องเที่ยว

ที่มา Efiniity, 2060, หน้า 200

โอกาส/เหตุผลวิสัย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมในอุตสาหกรรม ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่ามีโอกาสที่ส่งผลดีต่อการความสามารถทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหลายประการดังนี้

1. กระแสสังคมรักสุขภาพด้วยกิจกรรมหลากหลายส่งผลต่อการเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น
2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการ สื่อสารและการถ่ายภาพส่งผลต่อการท่องเที่ยวกีฬาแบบX-treme sport

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เคลื่อนย้ายมาทางภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

4. การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

รัฐบาล เป็นสถาบันที่มีผลต่อพร้อม ๆ แลความสามารถทางการแข่งขัน ในฐานะของผู้กำหนดนโยบาย บริหารประเทศ การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล ดังนี้

1. นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุน ทั้งในระดับประเทศและ ในระดับส่วนท้องถิ่น

2. ขาดระบบและกลไกใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่น

3. ขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

โดยสรุปการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากคุณภาพของปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างต่อเนื่องตามแบบการวิเคราะห์เพชรพลว้ตร (Diamond model) ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันด้วยเพชรพลว้ตร (Diamond model)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
1) ประเมินปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions)	1.1 สถานที่จัดงาน (venue) มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม 1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในบริบทของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ทุ่งหญ้า ทุ่งนา ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้ 1.3 สภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา	1.1 ขาดสถานที่จัดงานมีความยืดหยุ่นและสามารถรองรับคนจำนวนมากได้ 1.2 สถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก 1.3 ระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ 1.4 ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนส เป็นต้น 1.5 ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ 1.6 ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
	1.4 มีความโดดเด่นทางด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวทางทะเลที่สามารถนำมาเป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	(Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬา
2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือด้านการตลาด (Demand Conditions)	1. ความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในต่างประเทศสูงขึ้น 2. การเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้น 3. การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูง	1. อุปสงค์จากต่างประเทศนำอุปสงค์ในประเทศ ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ตาม ไม่ได้เป็นผู้นำในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว
3) ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้างกลยุทธ์และบริบทการแข่งขัน (Strategy and Rivalry Context)	1. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา 3. บุคลากรและองค์ความรู้ทางด้านกีฬาหลายชนิด กระจายอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น 4. การกีฬาและการท่องเที่ยวอยู่ในกระทรวงเดียวกัน	1. ขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกต่ำ 2. ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3. หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและท้องถิ่น ขาดการทำงานประสานกัน ขาดความเป็นเอกภาพ
4) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุน (Related and Support)	1. ประเทศไทยมีประสบการณ์ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการสูง 2. ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของประเทศ 3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องได้รับความนิยมส่งผล	1. การนำเข้าของอุปกรณ์กีฬาที่มีมาตรฐานมีราคาแพง 2. ระบบขนส่งไม่เพียงพอต่อการเคลื่อนย้ายคนจำนวนมาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ	ความสามารถเชิงบวก (+)	ความสามารถเชิงลบ (-)
	ต่อความนิยมด้านการท่องเที่ยว กีฬา 4. มีโรงแรม รีสอร์ทที่พักที่หลากหลายทั้งในแบบบูติก รีสอร์ทและโรงแรมมาตรฐานที่สามารถพัฒนาไปสู่การเป็น Active sport hotel ได้ 5.การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเล่นกีฬาสูงขึ้น	
5) บทบาทภาครัฐ (Government)	1. นโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุน ทั้งในระดับประเทศ และ ส่วนท้องถิ่น	1. ขาดระบบและกลไกใน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่น 2. ขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
6) บทบาทของโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance)	1. กระแสการรักสุขภาพ และการออกกำลังกาย 2. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการ สื่อสารและการถ่ายภาพส่งผลต่อการท่องเที่ยวกีฬาแบบ Xtreme Sport 3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและ สังคมที่เคลื่อนย้ายมาทางภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศไทยในเอเชีย-แปซิฟิกจึงได้รับผลกระทบเชิงบวกด้วย 4. การรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน ทำให้การเคลื่อนย้าย การเดินทาง และการขยายตลาดท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	1. การเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

จากผลการวิเคราะห์ที่นำเสนอข้างต้น จะส่งผลต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ตามขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทยและความน่าสนใจในตลาดโลก ผนวก เข้ากับแนวทางการพัฒนาที่ได้จากข้อเสนอแนะจาก ผู้เชี่ยวชาญ การประชุมกลุ่มย่อย จะถูกนำมาสังเคราะห์ จัดทำเป็นข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาดังนี้

1. ประเทศไทยควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความได้เปรียบของประเทศ กล่าวคือ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงมวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทาง ธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก นอกจากนี้การกำหนดตำแหน่งดังกล่าวยังเป็นการดำเนินการ ที่สอดคล้องกับจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้นนอกจากนั้น รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาที่ควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมายที่วางการแข่งขันทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมายที่ วางได้ประเทศไทย เมืองแห่งกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติและ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 4.18 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความได้เปรียบของประเทศ

หัวข้อ	รายละเอียด
ลักษณะเด่น	1. ลักษณะทางกายภาพ ที่ยังคงความเป็นชนบททุ่งนา ป่าเขา วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย วัง ปันจรรย์าน มวย ปันเขา ว่ายน้ำ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่เป็นเอกลักษณ์ สนาม สวน เส้นทาง 2. ลักษณะทางอารมณ์และความรู้สึก สดชื่น รื่นรมย์ ห่วงไกลความวุ่นวาย บรรยากาศสบาย 3. การให้บริการแบบมืออาชีพ จริงใจ เป็นมิตร ยินดีต้อนรับ
ข้อได้เปรียบ	ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วังเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปั่นหน้าผา เป็นต้น
ข้อเสียเปรียบ	พื้นที่ทางธรรมชาติส่วนใหญ่ไม่สามารถรองรับคนจำนวนมากได้ หรือ มีศักยภาพในการรองรับคนจำนวนมากได้เพียงหลักหมื่น

2. ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจาก รูปแบบการท่องเที่ยวของไทยยังมีขีดความสามารถที่น้อย และเป็นตลาดใหม่สำหรับประเทศไทย เปรียบได้กับเป็น Infant Product สำหรับประเทศไทย ในการส่งเสริมศักยภาพของไทยในกลุ่มการท่องเที่ยวนี้ ภาครัฐควรออกมาตรการส่งเสริมและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับภาคเอกชน ตลอดจนสร้างความแตกต่าง

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ประเทศไทย มีความโดดเด่นทางด้านความเป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตในสังคมเกษตร และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะวิถีชีวิตในสังคมเกษตรเป็นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มใช้ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่มีเป็นสิ่งดึงดูดใจ นำนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสชุมชนในชนบทหรือในพื้นที่ที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้าไป ใช้ขนาดของชุมชนเล็ก ๆ ในบริบทที่ห่างไกล สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการออกแบบกิจกรรมกีฬา

4. นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ควรเลือกนักท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกีฬาวนหยุด คนเมืองที่ต้องการจะวิ่ง ปันจรรย์าน ผีกทักษะทางด้านกีฬา ในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติ วิถีชีวิตผู้คน และกลุ่มที่ต้องการการพักผ่อนและทำกิจกรรมเชิงกีฬา รวมถึงกิจกรรมเชิงกีฬาในครอบครัว

5. ด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Destination) จำเป็นต้องมีการบริการพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นที่พัก การบริการ และการต้อนรับ ประสพการณ์การ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และความบันเทิง ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละสถานที่ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและบริบทของชุมชน ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวนั้น ๆ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่นอกเมือง เช่น ร้านอาหารที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ในขณะนี้ยังไม่มีให้บริการ เพราะร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารขนาดเล็กที่เน้นขายให้กับคนในท้องถิ่น และสภาพของร้านอาหาร บางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนั้นภายในชุมชน ยังมีที่พักน้อย ไม่เพียงพอ จึงทำให้ต้องมีการเชื่อมโยงโครงข่ายร้านอาหาร โครงข่ายด้านที่พัก และโครงข่ายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นกับพื้นที่ใกล้เคียง การเชื่อมโยงโครงข่ายสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสาธารณูปโภค หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เป็นการดึงเอาทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น มาสร้างมูลค่าให้กับนักท่องเที่ยว ที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน หลายกลุ่มบุคคล รวมพลังและร่วมมือกัน ใช้ความรู้ความสามารถผลักดันและขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่มีคุณภาพ โดดเด่น เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป จนเกิดเป็นภาพฝังใจ เมื่อคิดถึง การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะมีชื่อของประเทศไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกันเสมอ การดึงการมีส่วนร่วมและการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านผู้นำเที่ยวด้านการขนส่ง และ ด้านบริการอาหาร ดังนี้

ด้านที่พัก	ด้านบริการนำเที่ยว	ด้านการขนส่ง	ด้านบริการอาหาร
- การให้เช่าส่วนหนึ่งของบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว - การให้นักท่องเที่ยวสามารถกางเต็นท์ในบริเวณบ้านพักและพื้นที่ส่วนราชการ - จุดบริการเก็บสัมภาระ จุดบริการที่อาบน้ำเปลี่ยนเสื้อผ้า	- บริการนำเที่ยวจาก เจ้าถิ่น แท้ ๆ ที่มีประสบการณ์เข้าใจภูมิทัศน์ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง - การสร้างเครือข่าย ฝักระวังร่วมกับชุมชนในการดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยว	- การให้ยืมรถ/เช่าจักรยาน - การให้ยืมหรือให้เช่าสถานที่จอดรถในกรณีจัดมหกรรมการแข่งขันจักรยานที่มีคนจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่ - การจัดบริการรถนำส่งนักท่องเที่ยว	- การร่วมกลุ่มของชุมชนเฉพาะกิจในการให้บริการอาหาร - การใช้ร้านอาหารเฉพาะถิ่นในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

ตัวอย่างของการให้บริการแบบเศรษฐกิจแบ่งปันด้านที่พักอาศัย การติดต่อผู้ให้เช่ารถนอนรถแคมป์ เดินทางมาให้บริการในระหว่างการจัดกิจกรรมเป็นต้น



ภาพที่ 4.4 แสดงการจัดการแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน นารถแคมป์ เต็นท์และ อุปกรณ์ต่าง ๆ มาให้บริการเช่าพักในกรณีที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ

6. ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจสภาพพื้นที่ เพื่อคัดเลือกนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่ ไม่ควรนำเสนอภาพที่เกินจริง แต่ควรให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวก่อนตัดสินใจมาเที่ยวว่าจะต้องเจอกับสภาพอย่างไร ทั้งนี้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยเห็นว่า ข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ทั้งสภาพการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้ตัวล่วงหน้าว่าสภาพของพื้นที่เป็นอย่างไร มีความจำเป็นต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะยาวมากกว่าการลงทุนในด้านถนนหนทางและสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะนักท่องเที่ยวจะได้เตรียมตัวได้อย่างถูกต้องก่อนการเดินทางท่องเที่ยว และไม่คาดหวังสิ่งที่ไม่สามารถให้การตอบสนองได้

7. การสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตและสังคมของผู้คนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การสื่อสาร การนัดหมายและการเดินทางท่องเที่ยว หรือการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาวิ่ง ปันจักรยาน เรียกได้ว่ากิจกรรมในชีวิตประจำวันต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มีเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ด้วย จึงไม่สามารถปฏิเสธความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้คนมากมายในปัจจุบันได้ โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่เตรียมตัวจะเดินทางท่องเที่ยวไปร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ต่าง ๆ ในช่วงวันหยุด จำนวนมากใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ค่าสมัคร รูปแบบ สถานที่ วิธีการเดินทาง การจองโรงแรมที่พัก พฤติกรรมผู้บริโภค/นักกีฬาในการใช้และเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูลแล้วยังเป็นผู้สร้างสรรค์ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ มีการแชร์ความคิดเห็น รีวิวการเดินทาง วิจารณ์

การบริการและอื่น ๆ ในบทบาทของผู้ค้นหาพบว่า มีการนำข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ บทวิจารณ์ (Review) ความคิดเห็น (Comment) จากบล็อก (Blog) เว็บบอร์ด (Web Board) หรือทางสังคมออนไลน์มาประกอบการตัดสินใจ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้บุคคลสามารถแบ่งปันข้อมูล แสดงความรู้ สึก ทศนคติ และความคิดเห็น เพื่อเป็นการแสดงความเป็นตัวเองในเรื่องต่าง ๆ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ โปรแกรมออนไลน์ที่ใช้ อาทิ เฟสบุ๊ค (face book) ไลน์ (line) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม (Instagram) ยูทูบ (Youtube) ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ เนื้อหาสาระ การพูดคุย และแสดงความคิดเห็นต่อกันและกันได้อย่างอิสระ โดยมีคุณสมบัติที่โดดเด่น คือ การเป็นสื่อที่สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ได้เป็นวงกว้างในระยะเวลาอันรวดเร็ว เหตุการณ์ใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดี หรือเรื่องไม่ดีสามารถแพร่ขยายออกไปเป็นวงกว้างในเวลาอันรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ ช่วยในการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ประเทศ ไทยควรใช้นักปั่นท้องถิ่น หรือคนในท้องถิ่น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านสื่อออนไลน์

8. ใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น ด้วยการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมการแข่งขันและกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ การจัดกิจกรรมนอกจากจะใช้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้คนเข้ามาในท้องถิ่นแล้วยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น แล้วยังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญได้แก่

8.1 การเป็นสื่อกิจกรรมในการจัดการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมที่ต้องลงทุนลงแรงทรัพย์และแรงคนจำนวนมากทำให้เกิดการร่วมกลุ่มกัน ในชุมชนท้องถิ่นรูปแบบใหม่ ที่องค์การส่วนท้องถิ่นและภาครัฐเข้ามามีส่วนรวมในการบริหารจัดการกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มคนในระดับท้องถิ่นและชุมชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมตามบทบาทที่ได้รับ และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

8.2 การเป็นสื่อกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาทุกครั้งจะมีการประชุมร่วมกันระหว่างคณะผู้จัดงาน มีการแบ่งสรร การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามความรับผิดชอบ ระหว่างองค์กรท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์และความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนาชุดความรู้ท้องถิ่น และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการทำงานของท้องถิ่น เกิดพลังชุมชนขึ้น การประชุมและการเรียนรู้ในระหว่าง การดำเนินงาน เกิดกระบวนการเรียนรู้และปลูกฝังจิตสำนึกของท้องถิ่น จากการได้มีโอกาสเข้ามามี ส่วนร่วมทำงานของแต่ละคน ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ อาทิ การ ในส่วนของการจัดเส้นทางปั่น เส้นทางวิ่ง และ งานเทคนิค คณะกรรมการผู้จัดต้องระดมคนในท้องถิ่น อาทินักเรียน นักศึกษา ตำรวจ อปพร. อาสาอภัย พยาบาล ที่มีความรู้ ความสามารถมาช่วยในการจัดการ เกิดการรวมกลุ่ม กันทำงานของคนละช่วงวัย ลักษณะดังกล่าวสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทางสังคมและปลูกฝังจิต สำนักร่วมกันของคนรุ่นใหม่ และรุ่นเก่า เมื่อคนรุ่นใหม่มองเห็นคุณค่าของกิจกรรมและสนใจที่จะ ฝึกฝนเพื่อเข้าร่วม ขณะที่คนรุ่นเก่าเกิดความภาคภูมิใจและเชื่อมั่นในความสามารถของตนพร้อมที่จะ ถ่ายทอดให้คนรุ่นใหม่

จากข้อเสนอแนะ ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้วิจัยได้นำเสนอต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อระดมความคิดเห็นผ่านเวทีการประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดประชุม ซึ่งเป็นชุมชนนักปฏิบัติที่ประกอบไปด้วยองค์กรประชุมที่หลากหลาย ทั้งนักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คณะกรรมการจัดงาน อาสาสมัคร โดยมีสาระของการพิจารณามุ่งเน้นไปที่ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของข้อเสนอแนะที่จัดทำขึ้น จากข้อเสนอแนะการพัฒนาการประเทศไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้วิจัยนำไปใช้ประกอบในการจัดทำกลยุทธ์เพื่อก้าวไปสู่จุดหมายที่ต้องการ ซึ่งจะได้นำเสนอไว้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำเป็นต้องมีแนวทางการดำเนินการเพื่อการวางแผนการบริหารจัดการที่ชัดเจน ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การสนับสนุนจากภาครัฐ และ การพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาด ตลอดจนการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความชัดเจน เพื่อใช้เป็นจุดขายของประเทศ ที่สามารถสร้างให้เป็นที่จดจำของนานาชาติในฐานะของการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อจัดทำเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเมทริกซ์ของประเทศไทยในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังแสดงในตารางที่ 4.19

กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ต้องมีการกำหนดแผนกลยุทธ์ ซึ่งครอบคลุมทั้ง การประชาสัมพันธ์ การสร้างความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การผลักดันให้เกิดการจัดกิจกรรมกีฬาภายในประเทศ โดยเป็นการระดมความคิดเห็นจากภาคที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน ตัวแทนผู้ให้บริการด้านการจัดกิจกรรมกีฬา ได้แก่ ผู้จัดการงานวิ่ง งานปั่นจักรยาน งานมวย งานไตรกีฬา และตัวแทนนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเป็นไปอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีการกำหนดจุดของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเป้าหมายในการพัฒนา ซึ่งในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาในครั้งนี้ประกอบไปด้วย 5 ประเด็นที่สำคัญได้แก่ วิสัยทัศน์ในการเป็น Sport event destination 2 เป้าหมายในการพัฒนาการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา (3) การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในฐานะของเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ โครงการในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้แบบจำลองเพชรพลวัวร์ (Diamond model)

2. การเชื่อมโยงและสอดคล้องกับนโยบาย / และยุทธศาสตร์

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

2.3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

3. วิสัยทัศน์ และพันธกิจ

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport event destination) ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน

4. พันธกิจ

4.1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยให้มีคุณภาพ และมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้กับประเทศ และ ชุมชนท้องถิ่น

4.2 พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การจัดกิจกรรมกีฬาของประเทศไทย ทั้งด้านบุคลากร สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน การดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบสารสนเทศ และ ด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน

4.3 ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

5. เป้าประสงค์

- 5.1 จำนวนรายได้และนักเดินทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มมากขึ้น
- 5.2 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งในแบบ passive and Active sport tourism เพิ่มขึ้น
- 5.3 เศรษฐกิจชุมชนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

6. กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 5 กลยุทธ์หลักที่สำคัญดังนี้

- 5.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล
- 5.2 พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬานบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน
- 5.3 ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 5.4 ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน
- 5.5 พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ โดยมีรายละเอียดของการแต่ละกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากล

เป้าประสงค์

เพื่อ พัฒนาศักยภาพของประเทศไทยให้สามารถ พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และจัดกิจกรรมกีฬา บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพ เป็นไปตามมาตรฐาน ได้รับการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

ตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์

1. จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ Sport Event ใหม่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 10 Event
2. กิจกรรมเชิงกีฬา และ Sport event ของประเทศไทย ได้รับการมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 2 Event
3. ยกระดับกิจกรรมกิจกรรมเชิงกีฬา เป็นกิจกรรมนานาชาติ (International sport Events) ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4

แนวทางการดำเนินการ

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยอย่างยั่งยืนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น อาทิ การวิ่งเทรล การปั่นจักรยานวิบาก การล่องแก่ง การปีนผา และไตรกีฬา โดยเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและมีศักยภาพ สอดคล้องกับ

แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของโลก ได้แก่ (1) กิจกรรมกีฬาวิ่งทั้งประเทศวิ่งถนนทางเรียบ และการวิ่งเทรล (2) กิจกรรมการปั่นจักรยาน (3) กีฬามวยไทย (4) กิจกรรมกีฬาในกลุ่ม X-team sport (กิจกรรมกีฬาทางน้ำ อาทิ คายัค แคนู้น้ำ ดำน้ำ ล่องแก่ง) (6) การท่องเที่ยวภูเขา อาทิ ปีนผา เดินป่า และ (7) การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การแข่งขันแบบผจญภัย การแข่งขันไตรกีฬา ทวิกีฬา เป็นต้น

2. พัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบองค์รวม ทั้งในด้านการขยายตลาดเป้าหมายไปต่างประเทศ การเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ (อาทิ กลุ่มสตรี กลุ่มออกกำลังกาย เป็นต้น) และ รวมถึง พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการ (พื้นที่ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ) เพื่อสร้างประสบการณ์หลากหลายแบบครบวงจรแก่นักท่องเที่ยว

3. จัดทำมาตรฐานกิจกรรมเชิงกีฬา สู่ระดับสากล กิจกรรมเชิงกีฬาทุกประเภทควรมีมาตรฐานกลาง มาตรฐานการจัดงานวิ่ง มาตรฐานการแข่งขันจักรยานวิบาก มาตรฐานการแข่งขันปีนหน้าผา มาตรฐานการวิ่งเทรล มาตรฐานการแข่งขันมวยนานาชาติ และ มวยสุพรรณภูมิ เป็นต้น เพื่อกำกับดูแล และควบคุม โดยเฉพาะกิจกรรมเชิงกีฬาแบบ X-treme Sport

4. พัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวกีฬาอล์ฟในภูมิภาคอาเซียน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวอล์ฟที่มีชื่อเสียงในระดับสากล

5. ใช้จุดเด่นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่สวยงาม ทั้งชายทะเลฝั่งอ่าวไทย และ อันดามันที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (water sport) ให้หลากหลายและครบวงจร โดยจัดทำแพ็คเกจ (Package) ร่วมกับการท่องเที่ยวทะเลและชายหาดของประเทศไทย เพื่อสร้างโอกาสในการขาย และขยายประสบการณ์การท่องเที่ยวทะเลให้หลากหลายมากขึ้น

6. การบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาดำเนินการกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอื่น ๆ เช่น การแข่งขันในรูปแบบผจญภัย (Adventure racing) อาทิ กระ皮 วิ่ง วาย พาย ปั่น และการแข่งขันแบบไตรกีฬา การปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเรียนรู้อาหารท้องถิ่น เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน

เป้าประสงค์

ส่งเสริมผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นมีศักยภาพการแข่งขัน ในระดับภูมิภาค

ตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์

1. สัดส่วนจำนวน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศทั้งจากภายในและภาคนอกอาเซียน เพื่อวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ของจำนวนนักท่องเที่ยวปีฐานที่เริ่มใช้แผน

2. จำนวน sport tourism product ใหม่ที่พัฒนาขึ้นเพื่อกระตุ้นการเดินทางของกลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 10 ผลิตภัณฑ์

แนวทางการดำเนินการ

1. จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวและเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน
2. การยกระดับประสิทธิภาพและศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเภทกีฬาที่เกี่ยวข้องกับ ทริพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ของประเทศไทย
3. สนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับกีฬาของประเทศไทยเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน
4. ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรม สภาพภูมิประเทศ ความหลากหลายของอาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิต และ ที่ตั้งของประเทศไทย เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย จักรยานอย่างยั่งยืนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน
5. พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาข้ามแดน อาทิ การวิ่งข้ามแดน การปั่นจักรยานข้ามแดน การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำข้ามแดน เป็นต้น เพื่อสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจและ เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาค
6. ยกระดับ(Upgrade) รูปแบบและมาตรฐานการกิจกรรมเชิงกีฬาในท้องถิ่นให้เป็นการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ มีการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันระดับนานาชาติ
7. จัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อพัฒนาไปสู่ Digital Tourism Platform ดิจิตอลแพลตฟอร์ม (Platte form) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบครบวงจร
8. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะในกรณีที่มาเป็นกลุ่มใหญ่

กลยุทธ์ที่ 3 ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

เป้าประสงค์

เพื่อพัฒนาแบรนด์ (Brand) และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์

อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาร้อยละ 2

แนวทางการดำเนินการ

1. พัฒนาแบรนด์ (Brand) ของประเทศไทยในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมการรับรู้ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย จัดปฏิทินกิจกรรมเชิงกีฬาตลอดปี เพื่อให้นักท่องเที่ยววางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าได้ ประชาสัมพันธ์พื้นที่ที่มีกิจกรรม สถานที่จัดกิจกรรม รวมถึง ฤดูกาลที่สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

2. คัดเลือกกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีผลกระทบสูง (High Impact) มาเป็นตัวขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ สร้างเสริมคุณค่าให้กับกีฬาที่มีความเป็นไปได้ในการเติบโตสูง เพื่อให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

3. คัดสรรเมืองหรือชุมชน ที่มีคุณลักษณะโดดเด่นทางด้านกีฬา หรือมีกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีชื่อเสียง พัฒนาไปสู่การเป็นเมืองกีฬา (Sport Cities) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการใช้กิจกรรมทางกาย กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศของการเป็น Active Cities และเป็นมิตรต่อการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Community Event Friendly) เพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกิจกรรมทางกีฬาในเมืองกีฬา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำร่อง ได้แก่ วัง จักรยาน มวย ปีนหน้าผา อื่น ๆ

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

5 พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำตลาดออนไลน์ ผ่านสื่อออนไลน์ มีการจัดตั้งกลุ่มรีวิวสภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสื่อสังคมขนาดใหญ่

กลยุทธ์ที่ 4 ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์

เพื่อส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและต้นทุนทรัพยากรท้องถิ่นพัฒนาสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ จัดกิจกรรมเชิงกีฬา ที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ เพื่อพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และสุขภาวะของคนในชุมชนได้

ตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์

1.อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ เดินทางท่องเที่ยวในชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.

2.อัตราการเติบโตของรายได้จากการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่และชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10

แนวทางการดำเนินการ

1. มีระบบและกลไกในการจัดกิจกรรมกีฬาและ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับ จังหวัด ชุมชน และ ท้องถิ่น ดึงการมีส่วนร่วมของ ชุมชน/สังคมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและ กิจกรรมกีฬาในระดับท้องถิ่น

2. ส่งเสริมและสนับสนุน หนึ่งชุมชนหนึ่งกีฬา ในลักษณะของการดำเนินงานแบบ ผลิตภัณฑ์ โอท็อป (OTO) นำเสนอจุดขาย และบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจาก เจ้าถิ่น แท้ ดั้งเดิม ที่มี ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญยาวนาน เข้าใจภูมิทัศน์ และวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง มาพร้อมมาตรฐาน

ความปลอดภัยแบบสากล แต่ยังคงบริการมีมิตรภาพแบบไทยๆ โดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Center) ในการติดต่อสื่อสาร กับนักท่องเที่ยว

3. ส่งเสริมให้มีการใช้จุดเด่นและเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนท้องถิ่นมาเสริมสร้างเอกลักษณ์การจัดกิจกรรมเชิงกีฬา โดยนำเอาความโดดเด่นของชุมชนแต่ละพื้นที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น การจัดไตรกีฬาสามเหลี่ยมทองคำ การจัดวิ่งหยอกหมอกของภาคเหนือ วิ่งสามอ่าว การแข่งขันเทศกาลกีฬาทางน้ำจังหวัดกระบี่พายเรือพร้อมชมเส้นทางธรรมชาติ เป็นต้น การจัดกิจกรรมนอกจากจะใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้คนเข้ามาในท้องถิ่นแล้วยังเป็นเครื่องมือในการการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น แล้วยังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกที่สำคัญได้แก่ การเป็นสื่อกิจกรรมในการดึงดูดการมีส่วนร่วมและสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน และ เป็นสื่อกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน

4. ส่งเสริมและวางแผนให้ประเทศมีการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาทดลองทั้งปีเพื่อเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ในการด้านการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เตรียมความพร้อมในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับที่ใหญ่ขึ้น และ โดยมุ่งหวังให้ กิจกรรมเหล่านี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

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

6. การดึงดูดการมีส่วนร่วมและการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านผู้นำเที่ยวด้านการขนส่ง และ ด้านบริการอาหาร การแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวกในแบบ เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)

7. ส่งเสริมการพัฒนากีฬาในโรงแรมและที่พักในลักษณะของ Active hotel เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ

เป้าประสงค์

เพื่อพัฒนาทักษะ ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา สร้าง ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ให้สามารถจัดงานกีฬาหรือ มหกรรมกีฬา ได้อย่างมืออาชีพ มืออาชีพ

ตัวชี้วัดภายใต้กลยุทธ์

.บุคลากรมีความรู้ และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาอย่างมืออาชีพ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างเจ้าภาพท้องถิ่นที่มีคุณภาพผ่านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้นำ (Leader) หรือทีมผู้สร้างสรรค์กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event Organizer) สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้สามารถเชื่อมโยงโดยกิจกรรมเชิงกีฬากับการท่องเที่ยวบนฐานเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น

2. สนับสนุนเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว

3. ถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาที่ดี (Best Practice) และส่งเสริมการแบ่งปันข้อมูล แนวทางการบริหารจัดการระหว่างเจ้าภาพท้องถิ่นในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา

4. จัดทำฐานข้อมูลส่วนกลาง (Tourism Intelligence) เพื่อให้เจ้าภาพท้องถิ่นและชุมชนสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเชิงกีฬาของชุมชน จังหวัด และภูมิภาค อาทิ คู่มือการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทงานวิ่ง คู่มือการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาด้วยจักรยาน คู่มือการกิจกรรมการล่องแก่ง ปีนผา ปีนเขา

5. พัฒนาระบบสนับสนุนเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ออกแบบและจัดทำโปรแกรมประยุกต์ เพื่อการทำงานเฉพาะอย่าง เช่น โปรแกรมประยุกต์สำหรับการจัดกิจกรรมงานวิ่ง อาทิ ด้านการรับสมัคร การจัดทำประกาศนียบัตร การบริหารจัดการการเงิน เป็นต้น

6. จัดทำงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ตลาด ศึกษาความต้องการของกิจกรรมเชิงกีฬา จัดทำ (Target Profiles) ของแต่ละชนิดกีฬาโดยหน่วยงานกลาง และแบ่งปันข้อมูลแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับสถานการณ์การตลาดของแต่ละชนิดกีฬา

7. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานของเจ้าภาพท้องถิ่น เอกชน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อาทิ จัดตั้งกระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างเจ้าภาพหลักในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนทั้งในระดับชุมชนท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ จัดให้มีช่องทางที่ชัดเจน เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถร่วมมือกับองค์กรและธุรกิจท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปรับปรุงระบบการสื่อสารระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

8. จัดตั้งระบบสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับชุมชนอย่างจริงจัง หน่วยงาน ภาครัฐควรจัดตั้งบุคคลที่มีศักยภาพในการทำงานทั้งในด้านการให้การสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีศักยภาพในการประสานความร่วมมือกับท้องถิ่น ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีนโยบายของประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยภาพรวมทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

9. สนับสนุนการจัดทำแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมการตลาด เช่น แอปพลิเคชันสำหรับนักปั่นจักรยานในประเทศไทย รายพื้นที่ และ รายภูมิภาค พัฒนาแผนที่ออนไลน์ที่แสดงถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วภูมิภาคแบบเสมือนจริง เพื่อช่วยแนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ใกล้เคียง ให้มีความสำคัญกับการตรวจสอบและวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งในระดับท้องถิ่น ชุมชน และระดับประเทศ ในสื่อออนไลน์ และสนับสนุนให้เจ้าภาพท้องถิ่น ชุมชน ทำการตลาดออนไลน์สำหรับกิจกรรมเชิงกีฬาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้น

10. จัดทำทำเนียบบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา และส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหล่านั้นเป็นหน่วยงานงานที่ปรึกษา เป็นพี่เลี้ยงในการทำงานสำหรับชุมชน หรือองค์กรที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่รายใหม่ให้สามารถทำงานได้จากการเรียนรู้ประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ

การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ที่จัดทำขึ้นจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ และ บรรลุผลสำเร็จได้ต้องมี

การแปลงกลยุทธ์ให้เป็นแผนงาน หรือโครงการ แต่รัฐบาลยังไม่ได้แต่งตั้งให้หน่วยงานใดของภาครัฐเป็นหน่วยงานหลักในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติโดยตรง ดังนั้นการที่จะสามารถนำไปใช้ได้ให้ประสบความสำเร็จในแต่ละพื้นที่ที่ต้องการมีแปลงกลยุทธ์ให้เป็นแผนงานและกิจกรรม ในลักษณะของโครงการจากล่างขึ้นบน เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกิจกรรมที่จะต้องกระทำ เพื่อการตัดสินใจแต่งตั้งและมอบหมายองค์กรที่เหมาะสมให้ดูแลและรับผิดชอบโดยตรง การแปลง กลยุทธ์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแผนงาน สามารถดำเนินการได้ด้วยการระดมความคิดเห็นจากหน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและบรรดาเอกชนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และชุมชนท้องถิ่นเจ้าของพื้นที่ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

กลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และความมีเอกลักษณ์ของ กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (2) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย (3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (4) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนา กิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) และกลุ่มบุคคล (Focus Group) การจัดประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ด้วยแบบสอบถามโดยนำเสนอสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ศักยภาพ จุดเด่น และ ความมีเอกลักษณ์ของกิจกรรมเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยว

1. สถานการณ์การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

กระแสการให้ความสนใจต่อสุขภาพ การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ การตื่นตัวในเรื่อง การออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพของคนทั่วโลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การเชื่อมต่อโลกไร้พรมแดน เหล่านี้ล้วนทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Sports related industrial) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมกีฬาเข้ามาเกี่ยวข้องในระหว่างการเดินทาง ในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว การจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Sport event) เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบหนึ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นได้ทั้งในกลุ่มผู้เล่นกีฬา (Active sport tourism) และ กลุ่มคนดู (Passive sport tourism) การท่องเที่ยวเพื่อชมงานหรือมหกรรมกีฬาสำหรับประเทศไทยแล้วยังถือว่า มีข้อจำกัดทางสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานด้านกีฬา ด้านสาธารณูปโภค อาทิ ความพร้อมของสนามกีฬา สิ่งแวดล้อม และระบบการขนส่งสาธารณะ ตลอดจนการพัฒนามาตรฐานของการจัดกิจกรรมให้ เป็นไปตามข้อกำหนดขององค์การกีฬาสากล อีกทั้งภาพลักษณ์ของประเทศไทยยังไม่โดดเด่นในเรื่องการเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมกีฬา

ในส่วนของกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับชุมชน ท้องถิ่น พบว่าถึงแม้แนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยจะยังไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปแบบแต่ชุมชนท้องถิ่น มีการจัดกิจกรรม

แข่งกีฬาในบริบทธรรมชาติ ใช้ฐานทรัพยากรท้องถิ่น เป็นตัวเดินเรื่อง ขับเคลื่อนกิจกรรมแข่งกีฬา อาทิ การจัดงานวิ่งในพื้นที่ธรรมชาติ (การวิ่งเทรล) การปั่นจักรยาน การจัดกิจกรรมปีนหน้าผา แข่งเรือ ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมแข่งกีฬาที่ต้องอาศัยคุณลักษณะและคุณสมบัติเชิงกายภาพของพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมมาสร้างจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของงาน กิจกรรมการปั่นจักรยานมีการจัดกิจกรรมในทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเฉพาะการจัดโดยชุมชน ชมรมหรือกลุ่มนักปั่นในท้องถิ่น

ในส่วนของกิจกรรมแข่งกีฬาที่เกี่ยวข้องกับการวิ่ง ข้อมูลจากการศึกษาสำรวจพบว่า ในปี 2560 มีการจัดงานวิ่งเพิ่มขึ้นกว่า 100 เวิร์ชเชนต์ จากเดิมประมาณ 500 งานต่อปี เพิ่มขึ้น มากกว่า 1000 งานต่อปี มีจำนวนนักวิ่งเพิ่มขึ้นจาก 12 ล้านคน เพิ่มขึ้น เป็นกว่า 15 ล้านคน การจัดกิจกรรมส่วนใหญ่จะจัดในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ ในแต่ละสัปดาห์ มีการจัดงานประมาณ 3-4 งานต่อสัปดาห์

เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมแข่งกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่โดดเด่นและเป็นที่นิยมใน 10 ลำดับแรกได้แก่ 10 ลำดับแรก ในปี ค.ศ 2016 ได้แก่ (1) วิ่ง (2) เติ่นป่า (3) ปั่นจักรยานทางเรียบ (4) ตกปลา (5) แคมป์ปิ้ง (6) ส่องสัตว์ (7) แคมป์ปิ้งด้วยรถยนต์ (8) ตกปลา (9) ดูนก (10) ล่าสัตว์ด้วยหน้าไม้ (11) กางเตนท์ค้างคืน (12) พายเรือแคนู (13) พายเรือคายัค (14) สกี (15) ดำน้ำลึก (16) จักรยานเสือภูเขา (17) วิ่งเทรล (18) ล่าสัตว์ด้วยปืน (19) สโนบอร์ด (20) จับปลา

ส่วนกิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่มีอัตราการเติบโตเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 ลำดับแรก ได้แก่ การพายเรือแบบยืน (Stand up padding) (2) การพายเรือคายัค (3) ไตรกีฬา แบบออฟโรด (4) จักรยานผาดโผน (5) การวิ่งเทรล (6) สกีแบบครอสคันทรี่ (7) การแข่งขันแบบผจญภัย (Adventure racing) (9) การพายเรือคายัค น้ำจืด (10) ไตรกีฬา Traditional/Road)

กิจกรรมกีฬาและนันทนาการกลางแจ้งที่มีความโดดเด่นของประเทศไทยในมุมมองของชุมชนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องได้แก่ (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 ตามลำดับ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทย แต่เนื่องจากความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ที่เป็นต้นกำเนิดของกิจกรรมกีฬา และ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม อาทิ ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย ผสมผสานกับกระแสความห่วงใยสุขภาพ การตื่นตัวของการเล่นกีฬา การออกกำลังกายที่เป็นไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่มีวิถีชีวิตผูกติดกับเทคโนโลยี และใส่ใจตัวเองเป็นพิเศษทั้งอารมณ์และร่างกาย เหล่านี้ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยมีการขยายตัว การบริหารจัดการของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นไปในลักษณะของการตั้งรับมากกว่า เป็นการบริหารจัดการเชิงรุก

สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก (Global Phenomenon) สังคมในปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าขึ้น พื้นที่ที่เคย ถูกเรียกว่าชนบทมีความเจริญกลายเป็นสังคมเมืองส่งผลต่อการในหลายมิติทั้งลักษณะทางกายภาพของเมือง จำนวนประชากร วิถีชีวิตของคนในสังคมนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจประกอบกิจกรรมกีฬาในแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากขึ้น และมีการใช้สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬามี

แนวโน้มผสมผสานของการท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) กีฬา (Sport) และความบันเทิง (Entertainment)

2. ศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา พิจารณาจากด้านต่างๆ พบว่า

2.1 ศักยภาพด้านสถานที่จัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมเชิงกีฬา (Venue/Area) ที่มีศักยภาพมาก เรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (venue) ที่มีความพิเศษหรือมีเอกลักษณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เดินทางไปร่วมกิจกรรม (2) ศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมและบริบทเชิงพื้นที่ อาทิ พืชพันธุ์ พืชไร่ พืชสวน ป่าเขา น้ำตก แม่น้ำลำคลอง ชายหาด พื้นที่ชนบทและการเกษตร (Country side and farmland) ที่สามารถนำมาพัฒนาและสนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาได้ (3) ศักยภาพด้านมีสถานที่จัดงานที่มีความยืดหยุ่น และสามารถรองรับคนจำนวนมากได้ (4) ศักยภาพด้านสภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมเหมาะกับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา และ (5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานกีฬา (Man-made facilities) อาทิ สเตเดียม (Stadium) อินดอร์อารีนา (Indoor arena) ระบบการสื่อสารกีฬา (Sport media) เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาตามลำดับ

2.2 ศักยภาพด้านการเข้าถึง (Accessibility) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านการเดินทางเข้าถึงที่สะดวก หลากหลาย และปลอดภัย (2) ศักยภาพด้านสถานที่จอดรถในการรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (3) ศักยภาพด้านการเดินทางมายังจุดหมายใช้เวลาสั้น (4) ศักยภาพด้านระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางภายในพื้นที่ เชื่อมต่อกับสถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ (5) ศักยภาพด้านต้นทุนในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางที่ต่ำ ตามลำดับ

2.3 ศักยภาพด้านที่พัก Accommodation) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านโรงแรมที่พักเพื่อรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านบริการการจัดบริการที่พักที่หลากหลาย อาทิ ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ โฮมสเตย์ แค้มป์ สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มได้ (3) ศักยภาพด้านบริการของที่พักที่เกี่ยวข้องสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน อาทิ อินเทอร์เน็ต แอร์ น้ำอุ่น อาหาร เป็นต้น มีความสะอาด ความปลอดภัย และความคุ้มค่า (4) ศักยภาพด้านที่ตั้งของโรงแรมและที่พักอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือมีศักยภาพในบริการรับ-ส่งนักกีฬาในกรณีมีการจราจรหนาแน่นในช่วงจัดกิจกรรม (5) ศักยภาพด้านบริการที่พักที่เป็นมิตรกับนักกีฬา เช่น อาหารสุขภาพ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ห้องฟิตเนส เป็นต้น ตามลำดับ

2.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย (1) ศักยภาพด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อรองรับกลุ่มผู้ร่วมงานขนาดใหญ่หรือคนจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านการช่วยเหลือยามฉุกเฉิน และการดูแลความปลอดภัย (3) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ห้องน้ำ ร้านอาหาร เพื่อรองรับ ผู้เข้าร่วมขนาดใหญ่ หรือ คนจำนวนมาก (4) ศักยภาพด้านป้ายบอกทางสัญลักษณ์ ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้มาเยือนจำนวนมาก และ (5) ศักยภาพด้านมีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ผู้มาเยือนทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ตามลำดับ

2.5 ศักยภาพด้านกิจกรรมเสริมนอกเหนือจากกิจกรรมกีฬา(Activities) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านความหลากหลายของบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ท้องถิ่น อาทิ การจัดบริการอาหารพื้นถิ่น ผลไม้ท้องถิ่น และเครื่องดื่มประจำถิ่น (2) ศักยภาพด้านความหลากหลายของงานประเพณีและวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (3) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของแหล่งช้อปปิ้ง และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชน ณ แหล่งผลิต (4) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว และ (5) ศักยภาพด้านความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม ตามลำดับ

2.6 ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น(Aboriginal Support) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ (1) ศักยภาพด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่พร้อมปฏิบัติงานสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา หรือ มหกรรมกีฬาที่มีคนมาร่วมงานจำนวนมาก (2) ศักยภาพด้านการดึงการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากชุมชนในพื้นที่ (3) ศักยภาพด้านข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดในจุดหมายปลายทางที่เพียงพอ อาทิ ข้อมูลแหล่งที่พัก ข้อมูลกิจกรรมการแข่งขัน ข้อมูลผังงาน ลำดับเวลา เป็นต้น (4) ศักยภาพด้านการสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาหรือ มหกรรมกีฬาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ และ (5) ศักยภาพด้านความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาและมหกรรมกีฬาของบุคลากรในพื้นที่ ทั้งในด้านความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ ตามลำดับ

3. จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้งทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วังเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้น นอกจากนี้ รัฐยังมี การส่งเสริมและพัฒนากีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรมและ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีข้อค้นพบที่สำคัญดังนี้

1. จุดแข็งที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด 5 ลำดับแรก เรียงจากค่าถ่วงน้ำหนักมากไปหาน้อย คือ (1) ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก (2) ประเทศไทยมี

สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และ วิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (3) ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการปั่นเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย (4) ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน และ (5) มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา

2. จุดอ่อนที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด 5 ลำดับแรก เรียงจากค่าถ่วงน้ำหนักมากไปหาน้อย คือ (1) ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (2) ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วน of ฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น (3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น (4) สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานานาชาติ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ และ (5) ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง

3. การวิเคราะห์โอกาส ของประเทศไทยในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีโอกาสของการพัฒนาที่สำคัญได้แก่กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังมาแรง นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศ ไทย และ การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงได้เมื่อนำปัจจัยที่เป็นโอกาสดังกล่าวมาแล้ว มาประเมินและกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาเชิงกีฬา (sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่าประเทศไทย

4. อุปสรรคสำคัญในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย คือสภาพการแข่งขันเนื่องจากแต่ละประเทศพยายามกำหนดมาตรการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงขึ้น อีกทั้งประเทศไทยก็จะเริ่มต้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงทำให้โครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ ยังด้อยกว่าประเทศที่พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามาก่อน พบที่สำคัญดังนี้

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ทำให้ทราบถึงศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของประเทศไทย โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้ง 4 ด้าน สามารถบ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศ ถึงแม้ว่าจะมีจุดอ่อนที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม แต่จุดแข็งผนวกกับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และ ตำแหน่งที่ตั้งของประเทศไทยทำให้มีโอกาสในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคอาเซียน

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ในมุมมองของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

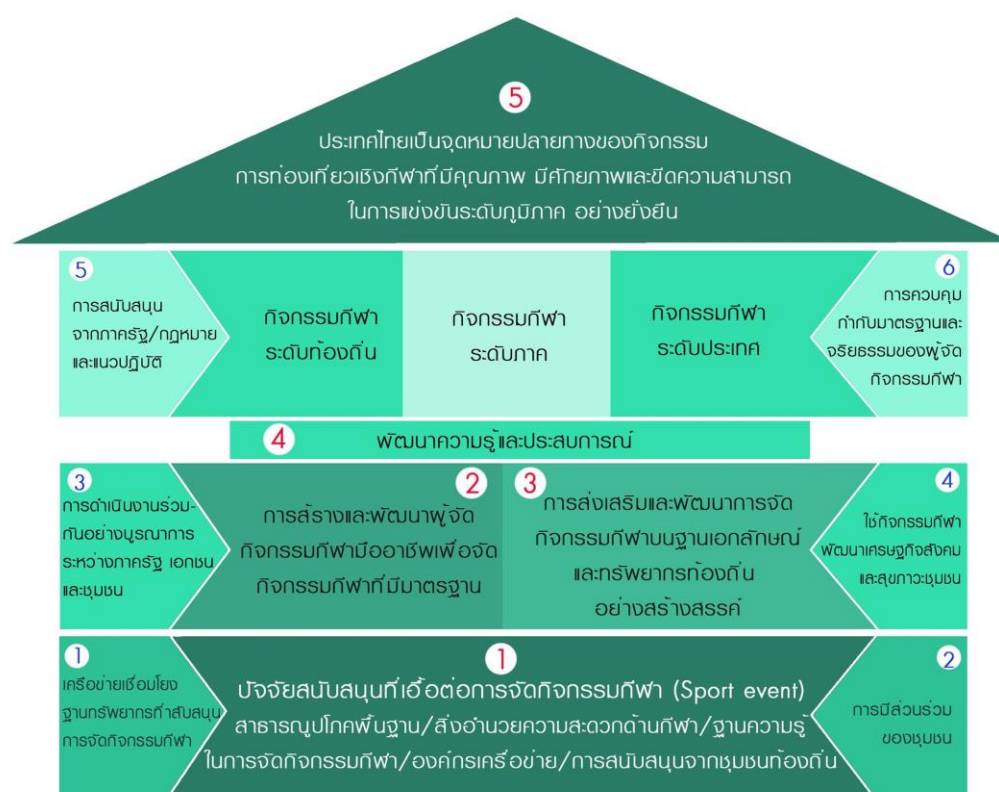
เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะเด่น และข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่สำคัญของประเทศไทย ในการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยมีลักษณะสำคัญดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงคุณลักษณะเด่น ข้อได้เปรียบ และ ข้อเสียเปรียบของการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

หัวข้อ	รายละเอียด
ลักษณะเด่น	- ลักษณะทางกายภาพ ที่ยังคงความเป็นชนบททุ่งนา ป่าเขา วิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย วิ่ง ปั่นจักรยาน มวย ปั่นเขา วัยน้ำ - ลักษณะทางอารมณ์และความรู้สึก สดชื่น รื่นรมย์ ห่างไกลความวุ่นวาย บรรยากาศสบาย - การให้บริการแบบมืออาชีพ จริงใจ เป็นมิตร ยินดีต้อนรับ
ข้อได้เปรียบ	- ประเทศไทยมีลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วิ่งเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้น
ข้อเสียเปรียบ	- พื้นที่ทางธรรมชาติส่วนใหญ่ไม่สามารถรองรับคนจำนวนมากได้ หรือ มีศักยภาพในการรองรับคนจำนวนมากได้เพียงหลักหมื่น

จากข้อได้เปรียบดังกล่าวนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถได้เปรียบของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจและความหลากหลายของภูมิประเทศ และการวางโครงสร้างพื้นที่และบริการที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว มวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก นอกจากนี้การกำหนดตำแหน่งดังกล่าวยังเป็นการดำเนินการ ที่สอดคล้องกับจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีลักษณะ

ทางด้านภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทของธรรมชาติ และกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวได้ อาทิ วังเทรล การแข่งขันแบบผจญภัย การจัดกิจกรรมไตรกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ การแข่งขันพายเรือคายัค เรือแคนู การล่องแก่ง การปีนหน้าผา เป็นต้นนอกจากนั้น รัฐยังมีการส่งเสริมและพัฒนากีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะให้ชุมชนใช้ประโยชน์จากการนำทรัพยากรท้องถิ่น ในพื้นที่มาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดรายได้โดยตรง ทั้งจากการจำหน่ายบัตรเข้าร่วมกิจกรรม และ สินค้าของชุมชนที่เกิดจากการจับจ่ายสินค้าของผู้บริโภค ค่าอาหาร ที่พัก การใช้จ่ายทางอ้อมซึ่งเกิดจากการใช้จ่ายเงินเพื่อของผู้ประกอบการในธุรกิจ เช่น ร้านอาหารนำเงินที่ได้จากการขายอาหารได้มากไปซื้อวัตถุดิบเพิ่ม จ้างคนงานมาช่วยงาน เป็นต้น รวมทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการที่ดีมีความโดดเด่น ทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย และศักยภาพเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก การพัฒนาควรเริ่มจากกิจกรรมเชิงกีฬาที่ประเทศไทยมีศักยภาพก่อน จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และมีโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ผลการวิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event)
ที่มา นักวิจัย, 2560

ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย กำหนดเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนาคือประเทศไทย จุดหมายปลายทางของกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่มีคุณภาพ มีศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาค อย่างยั่งยืน ด้วยการดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมกีฬา (Sport event) ได้แก่ สาธารณูปโภคพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา ฐานความรู้ ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา การพัฒนาองค์กรเครือข่าย และการดึงดูดการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น

2. สร้างและพัฒนาผู้จัดการกิจกรรมกีฬาอย่างมืออาชีพ เพื่อจัดกิจกรรมกีฬาที่ได้มาตรฐาน

3. ส่งเสริมและพัฒนาการจัดการจัดกิจกรรมกีฬابนฐานเอกลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์

4. พัฒนาความรู้และประสบการณ์การจัดการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาของประเทศไทย ตั้งแต่ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับชาติ เพื่อปูทางไปสู่การเสนอตัวจัดมหกรรมกีฬาในระดับสากล

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน

ในการดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนการดำเนินการดังนี้

1. มีการจัดทำฐานข้อมูลและ เครือข่ายเชื่อมโยงฐานทรัพยากรที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา

2. การมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการสนับสนุนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี ผู้สนับสนุนด้านอุปกรณ์ แรงงาน การปฏิบัติการ เป็นต้น

3. มีการดำเนินการร่วมกันอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน ในฐานะหุ้นส่วนของการพัฒนา

4. ใช้กิจกรรมกีฬาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและสุขภาวะของคนในชุมชน

5. ภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งในด้านนโยบายและ การออกกฎหมายแนวปฏิบัติที่เอื้อต่อการดำเนินงาน เช่น ระเบียบพัสดุ ระเบียบการจัดงาน เป็นต้น

6. จัดให้มีการควบคุมกำกับมาตรฐาน และจริยธรรมของผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค และ ป้องกันชื่อเสียงของประเทศไทย จากผู้ประกอบการหรือผู้จัดกิจกรรมที่ขาดจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค

4. สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

การจัดทำกลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีกลยุทธ์ที่ปรากฏออกมาจากการดำเนินการวิจัย 5 กลยุทธ์ ประกอบไปด้วยเป็นกลยุทธ์เชิงรุก โดยการนำจุดแข็งกับโอกาสมาสร้างปัจจัยเชิงรุกให้กับ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 2 กลยุทธ์ และเป็น กลยุทธ์เชิงแก้ไขเป็นการนำปัจจัยเชิงบวกของโอกาส มาพัฒนาแก้ไขจุดอ่อนของประเทศไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 3 กลยุทธ์ ดังแสดงในตารางที่ 5.1 และ ตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงรุก

โอกาส	จุดแข็ง
1. กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรงและเติบโต	1. ประเทศไทยมีกีฬามวยไทยที่เป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับโลก
2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	2. ประเทศไทยมีสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตทางด้านการเกษตรที่หลากหลายสามารถนำมาสนับสนุน ส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นต้น	3. ประเทศไทยมีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทจักรยาน ทั้งที่เป็นการบินเพื่อการแข่งขันที่มีหน่วยงานรับรอง การปั่นแบบไม่แข่งขัน และการปั่นเฉพาะกลุ่ม กระจายอยู่ทุกจังหวัดของประเทศไทย
4. การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถถดถอยการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยง	4. ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยให้ประเทศไทยได้เปรียบเหมาะกับการใช้เป็นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน
	5. มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่สามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกิจกรรมกีฬา (sport event) บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล	
กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬานบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมอาเซียน	

ตารางที่ 5.3 แสดงการพัฒนากลยุทธ์ การพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬา (sport event) ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเชิงแก้ไข

โอกาส	จุดอ่อน
1. กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังมาแรงและเติบโต	1. ขาดการนำทุนของชุมชนมาสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
2. นโยบายของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	2. ขาดฐานข้อมูล ทั้งในส่วนของฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ และฐานข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทีมงานพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาที่โดดเด่น เป็นต้น
3. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และความมีชื่อเสียงของประเทศไทย เป็นต้น	3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยหลายประเภทยังขาดการจัดการทางด้านมาตรฐาน เช่น กีฬาปีนหน้าผา กีฬาดำน้ำ เป็นต้น
4. การรวมกันของกลุ่มประชาคมอาเซียน ทำให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยง	4. สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬานขนาดใหญ่ เช่น ห้องน้ำ บริการสุขา ไม่เพียงพอ
	5. ขาดเอกภาพในการสร้างความโดดเด่นของประเทศในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่มีการสร้าง Brand ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเหนือคู่แข่ง
กลยุทธ์ที่ 3 ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา	
กลยุทธ์ที่ 4 ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม สุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน	
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ทั้งในด้านองค์ความรู้ คุณภาพ และด้านการจัดงานอย่างมืออาชีพ	

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาคณะผู้วิจัยนำไปสู่การอภิปรายผลเพิ่มเติมดังนี้

1. จากผลการวิจัย เสนอแนะให้ประเทศไทยควรวางตำแหน่งยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับความสามารถได้เปรียบของประเทศ เน้นให้ความสำคัญกับประสบการณ์น่าตื่นเต้น ตื่นใจ ความหลากหลายของภูมิประเทศ และ ควรขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่เป็นกลุ่มคนเล่น (Active sport) มากกว่า ชนิดของกีฬาที่เป็นกลุ่มคนดู (passive sport) เน้นส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงมวยไทย วิ่งในรูปแบบต่าง ๆ ปั่นจักรยาน ไตรกีฬา ฟุตบอล และการท่องเที่ยวในกลุ่มผจญภัย เป็นต้น เนื่องจากเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากทรัพยากรทาง ธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรมนุษย์ และสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของโลก การวางตำแหน่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ คลิฟตันและซิมมอน (Clifton & Simmons, 2004, p. 213) ซึ่งเป็นการระบุคุณค่าหลักที่สะท้อนถึงความเป็นเมืองชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นฐานความเป็นจริง สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งคุณค่าที่กำหนดควรมีความคงทน มีความเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยว สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อและช่องทางต่าง ๆ ได้หลากหลาย (Morgan, Pritchard & Piggott, 2002, p. 344)

2. ผลการศึกษากำหนดกลยุทธ์ ใช้กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลยุทธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการด้านการสื่อสารทางการตลาด (Morgan, Pritchard & Piggott, 2002, p. 344) ซึ่งเห็นว่า กีฬาและกิจกรรมได้รับการยอมรับเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยสร้างการรู้จักและสื่อสารหลากหลายของกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ออกสู่สาธารณะ ถึงแม้ว่า กีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬา (Event) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมกีฬาและสามารถใช้ดึงดูดผู้มาเยือนให้เข้ามาในพื้นที่ และเป็นภาคส่วนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว การดูแลสุขภาพ และการเป็นอยู่ที่ดี

3. กลยุทธ์ที่เกิดจากผลการดำเนินการวิจัย กำหนดให้ใช้กิจกรรมกีฬา (Sport event) เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคมสุขภาวะ และ อนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืนกลยุทธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และ สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (ททท., 2561) ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยว เปิดแคมเปญ “Amazing Thailand Go Local เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต” และยังสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ฮินและไฮย์แฮม (Hinch and Higham, 2004, p. 56) ซึ่งพบว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ส่งผลต่อการใช้จ่ายที่จุดหมายปลายทางท่องเที่ยว การพัฒนาทางกายภาพ และการเกิดขึ้นของกิจกรรมเชิงกีฬารูปแบบใหม่ ๆ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากการเป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรมเชิงกีฬา มีทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจทางตรง ได้แก่ รายจ่ายของผู้มาเยือนเกี่ยวกับอาหาร เครื่องดื่ม การเดินทาง ที่พักอาศัย การชมศิลปะต่าง ๆ รวมถึงการซื้อหัตถกรรมท้องถิ่น ส่วนผลกระทบทางอ้อมมาจากผลทวีคูณจากการใช้จ่ายทางตรง

เช่น เจ้าของที่พักอาศัยจ่ายเงินเดือนพนักงาน ร้าน อาหารจ่ายค่าวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เป็นต้น กิจกรรมเชิงกีฬาส่งผลต่อสังคม และวัฒนธรรมในหลายด้าน เจ้าภาพผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นกับกิจกรรมเชิงกีฬาได้หลากหลายวิธี อาทิ การจัดเส้นทางวิ่งผ่านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น ในการสร้างความสำเร็จให้กับชุมชนในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ชุมชนเหล่านั้นจะต้องรู้จักตัวเองมากพอ มีการวิเคราะห์ตัวเองเพื่อนำไปสู่กำหนดเป้าประสงค์การพัฒนาและวางแผนดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ที่จะบรรลุตามเป้าประสงค์และพาชุมชนไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Morgan, Plitchard & Plide, 2004, p. 31)

4. ในการสร้างความสำเร็จให้กับประเทศไทยในฐานะของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ประเทศไทยจะต้องรู้จักตัวเองมากพอ มีการวิเคราะห์ตัวเอง เพื่อนำไปสู่กำหนดเป้าประสงค์การพัฒนาและวางแผนดำเนินการอย่างสร้างสรรค์ที่จะบรรลุตามเป้าประสงค์และพาชุมชนไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (Morgan, Plitchard & Plide, 2004, p. 31). การสร้างตราสินค้าให้กับชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวมีความซับซ้อนและแตกต่างจากการสร้างตราสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริษัท เนื่องจากชุมชนเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นและตั้งอยู่บนความว่างเปล่า ชุมชนมีทรัพยากรท้องถิ่น เป็นต้นทุนเดิมของชุมชนอยู่แล้ว แต่ทรัพยากรเหล่านั้นอาจจะยังไม่เปล่งประกายโดดเด่นเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย อาทิ การขาดการบริหารจัดการ ขาดการส่งเสริมการตลาด หรือขาดการวิเคราะห์และจับคู่กับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่เหมาะสม (Gnoth, 2002) การตัดสินใจว่าเลือกคุณสมบัติเด่นอันใด เพื่อใช้เป็นสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยว และเป็นคุณค่าหลักในการสร้าง สรรค์อัตลักษณ์ทางการแข่งขันมีหลักพิจารณาเบื้องต้น คือ คุณสมบัติเด่นที่เลือกสรรนั้น ควรมีส่วนสำคัญในการกำหนดบุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยว ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งคุณสมบัตินั้นก็คือปัจจัยหลักในการสร้างตราสินค้าให้กับชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวนั่นเอง (Prentice, 2004)

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและจากผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยจัดทำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. การเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬา จัดมหกรรมการแข่งขันกีฬาทั้งในระดับภาค ระดับประเทศ หรือกิจกรรมเชิงกีฬาในระดับท้องถิ่น นอกจากจะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่แล้ว ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ส่งเสริมภาพลักษณ์ของท้องถิ่น สร้างความสุขแก่คนในชุมชน และเพิ่มความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ หากกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัด เป็นมหกรรมกีฬาระดับโลก จะช่วยพัฒนาแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี เมื่อประเทศนั้น ๆ กลายเป็นศูนย์กลางความสนใจของคนทั่วโลกในช่วงที่มีการจัดงาน ดังนั้นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องร่วมมือกับผู้จัดงาน เพื่อให้มั่นใจว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของประเทศจะถูกนำมาเผยแพร่ใน

ระหว่างการจัดงาน และการเป็นเจ้าภาพมหกรรมกีฬาระดับโลกยังช่วยเน้นย้ำถึงปัจจัยด้านบวกของ ประเทศนั้น ๆ ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย

2. กระแสการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ผสมกับการดูแลสุขภาพ และความสนใจ การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เป็นโอกาสของชุมชนในการการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ด้วยจักรยาน ชุมชนสามารถเริ่มต้นจากการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ดั้งเดิม ใช้เส้นทางเดิมที่ผู้คน สัจจมาพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยว ด้วยการดึงการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในบทบาทของการเป็น แหล่งท่องเที่ยว เช่น ดึงกลุ่มเกษตรกรผู้ทำนา ทำไร่ แปลงเกษตร ปลูกผักหวานป่า แหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ และในฐานะของผู้ให้บริการสิ่งสนับสนุน เช่น ขอความร่วมมือร้านค้าชุมชน เป็นจุดพักจักรยานและให้ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าร้านอาหารเพิ่มบริการพิเศษสำหรับนักปั่น มีที่แขวนจักรยาน มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น การขอความร่วมมือนี้สามารถใช้ได้ในกรณีจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก โรงแรมและที่พัก จุดกางเต็นท์ไม่เพียงพอ ชุมชนโดยผู้จัดงานสามารถ ประสานโรงเรียน วัด สำนักสงฆ์ หอประชุมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเปิดบริการเป็นที่พัก

3. ชุมท้องถิ่นและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถใช้กิจกรรมเชิงกีฬา ส่งเสริมการตลาด ร่วมกับภาคบริการอื่น ๆ ในพื้นที่ เช่น ร่วมมือกับร้านอาหาร ที่พัก ธุรกิจขนส่ง ด้วยการใช้คูปอง ส่วนลด ในช่วงจัดกิจกรรมเชิงกีฬา โดยกำหนดช่วงเวลาในการใช้คูปองเฉพาะในช่วงที่จัดกิจกรรมนี้ เท่านั้น หากหลังจากนี้ค่าบริการต่าง ๆ จะเป็นราคาปกติ เป็นต้น

4. ชุมชนท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อม การสร้างแนวคิดในการจัด กิจกรรมด้วยการชี้ให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน เหล่านี้ล้วนช่วยสื่อสารกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้เห็นถึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ หากผู้จัดกิจกรรม สามารถเชื่อมผสานสภาพแวดล้อมที่จับต้องได้ กับสร้างความรู้สึที่ดีต่อกิจกรรมจะนำไปสู่ความยั่งยืน ของการจัดกิจกรรมในอนาคต

5. ข้อเสนอต่อการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะผู้วิจัยพบว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาดำรงอยู่ได้ คือ การเป็นเจ้าภาพหรือเป็นแหล่งจัดกิจกรรม เชิงกีฬาที่ดีมีคุณภาพ มีสภาพแวดล้อมหรือทรัพยากรในพื้นที่โดดเด่น และการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นปัจจัยเสริม รูปแบบของการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดความสำเร็จอย่างสูงสุดที่ได้จากบทเรียนใน พื้นที่ คือ การบริหารจัดการแบบบูรณาการด้วยการนำทรัพยากรในท้องถิ่น ทั้งด้านทรัพยากร การท่องเที่ยวที่เกิดจากสภาพภูมิศาสตร์ที่ตั้ง น้ำตก ถ้ำ ภูเขา ป่าไม้ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ บุคคลที่มีอยู่ของแต่ละองค์กรมาใช้อย่างผสมผสาน และบริการกิจกรรมโดยความร่วมมือร่วมใจขององค์กรที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวจังหวัด การท่องเที่ยวส่วนภูมิภาค การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรส่วนท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการ ทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงชนบท ตำรวจ อาสาสมัคร และเพื่อให้การจัดการ และบริหารกิจกรรมสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมและเป็นไปตามธรรมชาติและมาตรฐานของแต่ละกีฬา ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการเตรียมรับความเสี่ยงของการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา การจัดงานหรือ จัดกิจกรรมเชิงกีฬามีความเสี่ยงที่จะเกิดความผิดพลาดได้เช่นเดียวกับกิจกรรมการผลิตสินค้าหรือ การบริหารจัดการโครงการอื่น ๆ การดึงคนจำนวนมากมารวมกัน การสร้างสรรค์กิจกรรมและกระบวนการ

ดำเนินกิจกรรม สามารถสร้างความท้าทาย ความยุ่งยาก และความเสี่ยงบางอย่างได้ ความผิดพลาด หรือความเสี่ยงนั้น อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียเล็กน้อย เช่น การสูญเสียสิ่งของไปจนถึงการก่อให้เกิด ความสูญเสียรุนแรงถึงชีวิตและทรัพย์สิน ในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา คนส่วนใหญ่มักจะคิดถึง ความเสี่ยงที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอันตราย แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความเสี่ยงมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การประท้วงหยุดงานของคณะทำงาน การเผยแพร่ ข่าวสารและการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ และสภาพอากาศ เป็นต้น ความเสี่ยงบางอย่างอาจเกิดขึ้น ตามชนิดของกีฬา ทั้งต่อตัวนักกีฬา และผู้ชม เช่น ความเสี่ยงที่เป็นอันตรายในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬา ประเภทแข่งจักรยาน อันตราย บาดเจ็บอาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากตัวผู้เข้าแข่งขันเอง และต่อตัวของผู้ชม การแข่งขันจักรยาน การวิ่งมีความเสี่ยงที่จะต้องการแพทย์ฉุกเฉิน หรือเกิดภาวะหัวใจล้มเหลว เป็นต้น ความเสี่ยง คือ ความผิดพลาดทุกชนิดที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของงานดังนั้นความเสี่ยงจึงมี ความหลากหลายทั้งความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจ และการเงิน ความเสี่ยงที่จะเกิดเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพการทำงาน (Performance) อาจมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น การขาดความ น่าเชื่อถือของคณะทำงาน การไม่มีความรู้และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรม เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อ ประสิทธิภาพ และผลงานโดยภาพรวม ความเสี่ยงต่อร่างกาย และทรัพย์สิน ทุกกิจกรรมมีโอกาสใน การเกิดความเสียหายหรืออันตรายต่อร่างกายของผู้เกี่ยวข้อง และสุดท้าย คือ ความเสี่ยงทางจิตวิทยา การมีคณะทำงานที่ขาดประสบการณ์ นำไปสู่ภาพลักษณ์เชิงลบ โดยทั่วไปแล้วภาพลักษณ์เกิดจาก การกระตุ้นที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยทางกายภาพ รวมถึงประสบการณ์เดิม และ สิ่งกระตุ้นที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ คุณลักษณะ สภาพสังคม และ ลักษณะทางจิตวิทยา ผสมกั บนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่สนใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา เมื่อได้รับหรือสัมผัส กับข้อจำกัดต่าง ๆ อาทิ ปัญหาการเงิน สุขภาพ และความปลอดภัย การบริหารจัดการที่ขาดประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิด ภาพลักษณ์เชิงลบของกิจกรรมเชิงกีฬาได้ ดังนั้นคณะกรรมการผู้จัดงานจึงควรมีแนวทาง แผน การบริหารจัดการความเสี่ยง ข้อเสนอแนะ แนวทางการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง

ผู้วิจัยได้ทบทวนการดำเนินการวิจัยเพื่อสรุปเป็นบทเรียนจากการทำงานในพื้นที่ ตลอดจน ผลกระทบของโครงการที่เกิดขึ้นและจัดทำเป็นข้อเสนอแนะจากการดำเนินงานวิจัยสำหรับผู้สนใจ ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานตามโครงการ ผลการวิจัยที่ได้เมื่อพิจารณาตามโจทย์การวิจัยที่ตั้งไว้ ถือว่าผลการวิจัยสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ เนื่องจากโครงการวิจัยนี้มีลักษณะเป็นงานวิจัย เชิงนโยบาย การบรรลุผลในแง่ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่หรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยผู้วิจัยเห็นว่าการวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

1.1 ผลงานวิจัยที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในพื้นที่ เพื่อเผยแพร่ต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างการรับรู้ และกระตุ้น ความสนใจให้มาเยือน

1.2 ผลงานวิจัยที่ได้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนได้ เนื่องจากวิธีการ และแนวทางการดำเนินงานต่าง ๆ เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องภายในพื้นที่ จึงทำให้มองภาพออกมาในลักษณะของคนในได้อย่างดี

5.5 แนวทางการนำไปใช้ประโยชน์

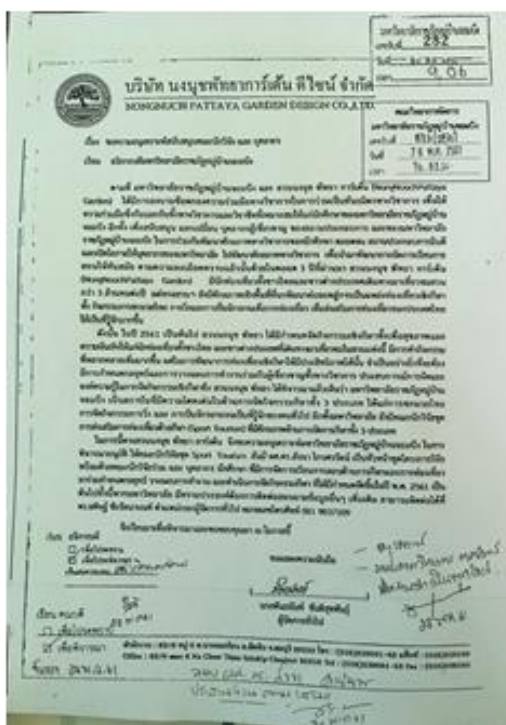
โครงการวิจัยได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในระหว่างการทำโครงการ และ ภายหลังเสร็จสิ้นการดำเนินการวิจัยแล้วดังนี้

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

1.1 การใช้กิจกรรมเชิงกีฬาในการพัฒนาตลาดชุมชนอมยิ้ม คณะผู้วิจัยในชุดโครงการย่อยจำนวน 4 โครงการ ได้นำองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์โดยร่วมมือกับตลาดชุมชนตลาดย้อนยุควิถีไทย “ตลาดอมยิ้ม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมเชิงกีฬาวิงอมยิ้ม

1.2 การนำข้อมูลไปจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่กิจกรรมงานวิ่งและกิจกรรมเชิงกีฬาของจังหวัดราชบุรี ในงาน สสส.จอมบึงมาราธอน

2. การใช้ประโยชน์มิติเศรษฐกิจ / พาณิชยกรรม โครงการวิจัย ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน บริษัทบริษัท สวนนงนุชพืชมงคลแดนดีไซน์ จำกัด ได้ตกลงทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของคณะผู้วิจัย ได้ผลการวิจัยของชุดโครงการ รวมถึงคณะนักวิจัยในการร่วมพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับบริษัท สวนนงนุช มีการจัดกิจกรรมชมกวย และ วางแผนการจัดกิจกรรมวิ่ง และปั่นจักรยาน เป็นกิจกรรมเชิงกีฬาในระยะเริ่มต้น และ มีโครงการจะพัฒนาการในส่วนของ งานกีฬา (Sport event) อื่น ๆ เพิ่มเติม



ภาพที่ 5.2 โครงการวิจัย ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ใน เชิงพาณิชย์ โดยภาคเอกชน
ที่มา ผู้วิจัย, 2560

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

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

3.2 จัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด คณะนักวิจัยเป็นทีมงานระดมความคิดเห็นในการของภาคีและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการจัดทำแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัด มีการจัดพาศึกษาดูงาน ในเมืองต้นแบบ ณ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลกระทบจากการใช้ประโยชน์จะทำให้จังหวัดราชบุรีมีแผนการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานของจังหวัดต่อไป

4. การใช้ประโยชน์ในแง่สาธารณะ

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

4.2 นำผลการวิจัยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับ มหาวิทยาลัยซึกุบะ (Tsukuba)

บรรณานุกรม

- กฤษฎีกา คังซันทรานนท์ และ คณะ (2550). โครงการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแบบผจญภัยในอีสานใต้. กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- จะเรียม สารวจ. (2560). **อีเวนต์วิ่งมาแรงปีนี้ทะลุ600งาน**. ค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://www.posttoday.com/market/news/481883>
- ฉัตรเฉลิม งามอาจธนาศาล. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงแนวคิด : ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่**. กรุงเทพฯ : จุลสารอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บริษัท เอฟพีเน็ต จำกัด.(2559). รายงานฉบับสมบูรณ์ (final report) โครงการทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี เสนอต่อ สำนักงานเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรุงเทพมหานคร
- พรพฐ รูปจำลอง, (2552). กรอบนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ (รป.ด.) .มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิการ, 2552.
- วิพุธ อ่องสกุล และฉัตรวรรณ กนิษฐ์พงศ์. (2550). **การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก. Small Business Management Entrepreneurship and Beyond**. กรุงเทพฯ: ไอ กรู๊ปเพรส.
- ศุภกิจ วงศ์วิวัฒนกิจ, 2550. พจนานุกรมศัพท์การวิจัยและสถิติ. ด้านสุทธาการพิมพ์, กรุงเทพฯ กรุงเทพมหานคร
- ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม. (2548). **Country Branding, Marketeer**. ค้นเมื่อ 10 มกราคม, 2560, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=3220.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). **Brand Management**. กรุงเทพฯ : Higher Press.
- ไศรยา หอมชื่น และฐานิช ลิ้มตระกูล. (2555). **Tourism and Sport Event**. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย eTAT tourism Journal**. ปีที่ 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรุงเทพฯ
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. **จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย eTAT tourism Journal**. ปีที่ 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรุงเทพฯ
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2560) **คู่มือองค์ความรู้กระบวนการจัดทำ แผนแม่บท/ยุทธศาสตร์ การพัฒนาอุตสาหกรรม . สำนักนโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา 2 กรุงเทพฯ**.
- 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 international**. 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**. 2nded. New York, NY: McGraw-Hill.
- EMBOK (Event Management Body of Knowledge). (2007). *Core values*. EMBOK: Washington.
- 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). เผยเทรนด์ความนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจาก คั่นเมื่อ 19 กันยายน 2561 <http://www.brandage.com/article/1682/Hotels.com> วันที่ 19 กันยายน 2017

- Kavaratzis M, (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical 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.
- 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**. 2nd ed. New York: Macmillan Publishing Company. N. Morgan, A. Pritchard, and R. Pride. Oxford: Butterworth-Heinemann, p. 11-43
- 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*. 7th ed. 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. 64th ed. 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** 2nd ed. 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	ดุขฎิบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) 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 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนสันทนาการวิจัย ปีงบประมาณ 2552
2. หัวหน้าโครงการการศึกษาแนวทางการนำวัฒนธรรม ชาติพันธุ์จังหวัดราชบุรีมาใช้เพื่อ 8 ได้รับ สริมการท่องเที่ยวส่งเสริมการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงบประมาณ พ.ศ. 2554
3. หัวหน้าโครงการการศึกษาแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาอาหารมอญจังหวัดราชบุรีเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานการอุดมศึกษา (สกอ.) พ.ศ. 2554

4. หัวหน้าโครงการการศึกษาบุคลากรคุณภาพของจังหวัดราชบุรีในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานงบประมาณ พ.ศ. 2554
5. หัวหน้าโครงการการวิจัยปฏิบัติการด้านการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบตราสินค้าและพัฒนากระเป๋าแฟชั่นจากผ้าทอพื้นถิ่นไทยทรงดำบ้านห้วยเขาลำน้ำ 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