



รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย

4.0

โดย

นางสาวประภัสสร มีน้อย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่
ประเทศไทย 4.0



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

MODEL AND STRATEGIES FOR SPORTS TOURISM MANAGEMENT OF THE
WESTERN REGION TO PREPARE FOR THAILAND 4.0



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy (Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2017
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0
โดย	ประภัสสร มีน้อย
สาขาวิชา	การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุณฐิบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ สังข์รักษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาคุณฐิบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พรชัย เทพปัญญา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ สังข์รักษา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ดร. สวรรยา ธรรมอภิพล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ดร. สิริกร เลิศลักษณ์ธาร)

57604907 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุณฐิบัณฑิต

คำสำคัญ : รูปแบบ, กลยุทธ์, การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา, ประเทศไทย 4.0

นางสาว ประภัสสร มีน้อย: รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. นรินทร์ สังข์รักษา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นการวิจัยและพัฒนา และการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 30 คน ประเมินตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน

ผลการวิจัย พบว่า (1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว (2) ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เรียกว่า “SPORT- K Model” ประกอบด้วย S – Standard, P – Participation, O – Organizing, R – Responsibility, T - Technology and Innovation และ K – Knowledge (3) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบนวัตกรรมอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และ กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคอนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 (4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

57604907 : Major (Management)

Keyword : MODEL, STRATEGY, SPORTS TOURISM MANAGEMENT, THAILAND 4.0

MISS PRAPATSORN MEENOI : MODEL AND STRATEGIES FOR SPORTS TOURISM MANAGEMENT OF THE WESTERN REGION TO PREPARE FOR THAILAND 4.0 THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF DR. NARIN SUNGRUGSA, Ph.D.

The purposes of this research were: 1) to study situation and need of sports tourism management of the western region to prepare for Thailand 4.0, 2) to synthesize sports tourism management model of the western region to prepare for Thailand 4.0, 3) to analyze and define sports tourism management strategies of the western region to prepare for Thailand 4.0, and 4) to affirm sports tourism management model and strategies of the western region to prepare for Thailand 4.0. The methodologies of this research were mixed between policy research and Ethnographic Delphi Futures Research. The data were collected by document analysis, participatory observation, and in-depth of interview thirty professionals and stakeholders. The assessment of the appropriateness of the strategies were done by seventeen experts.

The results of the study are as follows: 1) For about the tourism situation and needs, the study found that the western region has the potential of tourism resources and is ready to develop sports tourism management. In addition the government should set a clear policy on sports tourism for each area while creating a new model of sports tourism to meet the tourists' needs. 2) Sports tourism management model of the western region to prepare for Thailand 4.0 is “SPORT- K Model” : S – Standard, P – Participation, O – Organizing, R – Responsibility, T - Technology and Innovation and K – Knowledge 3) From the analysis of this study the researcher anticipated five sports tourism management strategies which include: (1) potential development of sports tourism management of the western region, (2) promotion of the price and value added by using local resources to create sports tourism activities, products and services on the basis of community identity through the participation of communities, networks and stakeholders, (3) development of sports tourism management to balance community tourists and stakeholders, (4) development mechanism to drive sports tourism management of the western region, and (5) development of human resources through technology and innovation to strengthen sports tourism activities that support Thailand 4.0. 4) The Policy Meeting found that stakeholders had a consensus that the model and five strategies of sports tourism of the western region to prepare for Thailand 4.0 were appropriate and feasible.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสำเร็จจากความเมตตาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ และให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ตลอดการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์พรชัย เทพปัญญา กรรมการสอบรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ ดร.สุวรรณยา ชรรมอภิล และ อาจารย์ ดร.สิริกร เลิศลักษณ์านาทร ที่กรุณาสละเวลาในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งทำให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ประเมิงกลยุทธ์ และเข้าร่วมประชุมเชิงนโยบาย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ได้แก่ อธิบดีกรมพลศึกษา ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ผู้ทรงคุณวุฒิ สสส. โฆษกคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรมและจริยธรรม คณะทำงานรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประธานคณะทำงานพัฒนาแนวทางและมาตรฐานการจัดงานวิ่งไทย นายกองดีการบริหารส่วนตำบลจอมบึง ประธานชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสวนผึ้ง นายกสมาคมกีฬาจักรยานราชบุรี ผู้จัดการบริษัททูพีเอเชีย จำกัด นักวิชาการและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คณะกรรมการดำเนินงานกิจกรรม สสส.จอมบึงมาราธอน คณะกรรมการดำเนินงานกิจกรรมเขาประทับช้างเทรล รวมถึงนักวิ่งและนักปั่นจักรยานทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลด้วยมิตรไมตรี

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ คำแนะนำสั่งสอน และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ตลอดจนผู้แต่งหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีคุณค่าทางวิชาการมากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอบคุณเพื่อนหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทุกคนที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้กำลังใจตลอดระยะที่ศึกษาอยู่ทั้งจบการศึกษา รวมทั้งเพื่อนๆ และผู้ใกล้ชิดที่ช่วยเหลือ ส่งเสริมสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจที่ดีตลอดมา กราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจสำคัญตลอดระยะเวลาในการศึกษา และการทำวิจัย

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับสถานศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ประภัสสร มีน้อย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ต
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
ขั้นตอนในการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	10
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	11
บทที่ 2.....	12
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ หรือการจัดการอีเวนต์.....	42

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว	46
แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	51
แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0.....	56
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	60
แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยอนาคต	69
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม.....	72
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ	82
ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่	86
บทที่ 3	94
วิธีดำเนินการวิจัย	94
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	97
ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการ เข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	101
ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	102
ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	106
บทที่ 4	109
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	109
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	110
ส่วนที่ 2 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับ การเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	165
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	173

ส่วนที่ 4 ผลการนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	218
บทที่ 5	228
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	228
สรุปผลการวิจัย.....	230
อภิปรายผลการวิจัย.....	235
ข้อเสนอแนะ	247
รายการอ้างอิง	250
รายการอ้างอิง	260
ภาคผนวก.....	261
ภาคผนวก ก	
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา	
รายนามผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกและให้ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR	
รายนามผู้เข้าร่วมประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา	262
ภาคผนวก ข	
หนังสือขอเชิญตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา	
หนังสือขอความอนุเคราะห์จัดเก็บข้อมูล	
หนังสือเชิญประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา	266
ภาคผนวก ค	
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	274
ภาคผนวก ง	
ภาพกิจกรรมการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	300
ประวัติผู้เขียน.....	309

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	18
ตารางที่ 2 องค์ประกอบคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	29
ตารางที่ 3 ประเภทของกลุ่มและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	32
ตารางที่ 4 ประเภทและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	37
ตารางที่ 5 รายละเอียดกลุ่มงาน และกิจกรรมที่จำเป็นในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา	39
ตารางที่ 6 ลักษณะสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์	63
ตารางที่ 7 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด	68
ตารางที่ 8 TOWS MATRIX สำหรับการกำหนดกลยุทธ์.....	80
ตารางที่ 9 สรุปประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	90
ตารางที่ 10 สรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	92
ตารางที่ 11 สรุปขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	100
ตารางที่ 12 สรุปขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	102
ตารางที่ 13 สรุปขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	105
ตารางที่ 14 สรุปขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	108
ตารางที่ 15 อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนของเขตภูมิภาค ตะวันตก ระหว่างเดือน ม.ค.- ธ.ค. 59	111
ตารางที่ 16 อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน ของเขตภูมิภาค ตะวันตก ระหว่างเดือน ม.ค.- ธ.ค. 60	112

ตารางที่ 17 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการวิ่ง ตลอดปี พ.ศ. 2559 ในเขต ภูมิภาคตะวันตก.....	113
ตารางที่ 18 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการวิ่ง ตลอดปี พ.ศ. 2560 ในเขต ภูมิภาคตะวันตก.....	115
ตารางที่ 19 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการปั่น ตลอดปี พ.ศ. 2559 ในเขต ภูมิภาคตะวันตก.....	117
ตารางที่ 20 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการปั่น ตลอดปี พ.ศ. 2560 ในเขต ภูมิภาคตะวันตก.....	118
ตารางที่ 21 ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0.....	139
ตารางที่ 22 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายในที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก ตามแนวคิด 7’S Analysis.....	143
ตารางที่ 23 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก ตามแนวคิด PESTLE Analysis.....	146
ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทสังคมประเทศไทย 4.0.....	148
ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	152
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ 4 แนวทาง กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ.....	155
ตารางที่ 27 ผลการให้ค่าน้ำหนักและจัดอันดับความสำคัญสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้านสภาพแวดล้อมภายใน.....	159
ตารางที่ 28 ผลการให้ค่าน้ำหนักและจัดอันดับความสำคัญสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก... ..	162
ตารางที่ 29 ตำแหน่งทางกลยุทธ์เพื่อกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ภูมิภาคตะวันตก.....	165
ตารางที่ 30 องค์ประกอบและที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ.....	166

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจ ของร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ ประเทศไทย 4.0.....	181
ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1.....	182
ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 2.....	184
ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 3.....	186
ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 4.....	188
ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 5.....	190
ตารางที่ 37 ตารางเปรียบเทียบแบบสอบถามเดิม (รอบที่ 2) และแบบสอบถามใหม่ (รอบที่ 3) ที่มี การปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	192
ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจ ของร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	200
ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1.....	201
ตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 2.....	203
ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 3.....	205
ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 4.....	207

ตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 5..... 208

ตารางที่ 44 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเปรียบเทียบระหว่าง EDFR รอบที่ 2 และ 3 เกี่ยวกับร่าง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการ เข้าสู่ประเทศไทย 4.0..... 210



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ภาพที่ 2 Model 6 A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยว	16
ภาพที่ 3 การผสมผสานระหว่างกีฬาและการท่องเที่ยว.....	26
ภาพที่ 4 องค์ประกอบในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา.....	27
ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว.....	28
ภาพที่ 6 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	65
ภาพที่ 7 แบบจำลองของ McKinsey 7-S Framework.....	77
ภาพที่ 8 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	96
ภาพที่ 9 ตำแหน่งทางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนา รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ภูมิภาคตะวันตก.....	165
ภาพที่ 10 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	171
ภาพที่ 11 กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	225

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย 4.0 เป็นแนวคิดเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ Value – Based Economy หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เป็นการปรับปรุงการผลิตจากแนวคิดเดิมคือ ทำมาก-ได้น้อย เป็น ทำน้อย-ได้มาก เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติสำคัญ 3 ประการ คือ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมเป็นขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และ 3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น ประเทศไทย 4.0 จึงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในหลายมิติ ได้แก่ เปลี่ยนจากเกษตรกรรมดั้งเดิมไปสู่การเป็นเกษตรกรแบบผู้ประกอบการ เปลี่ยนจากการรอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐเป็นผู้ริเริ่มทำธุรกิจด้วยตนเอง (Startups, Smart Enterprises) เปลี่ยนรูปแบบการให้บริการแบบเดิมไปสู่การให้บริการที่มีมูลค่าสูง และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญสูง โดยใช้ความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคืออีกกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Service) สามารถผลักดันให้เกิด New Startups ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้กับประเทศไทยได้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ประเด็นการพัฒนาหลักที่สำคัญข้อหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) คือการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโต และสนับสนุนภาคการผลิตเพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ และศักยภาพของพื้นที่รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมก็ทำให้ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจร ทั้งการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ซึ่งในขณะนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวและความเป็นไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว

แห่งชาติ, 2560) นอกจากนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ข้อที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวให้ไปยังจุดหมายปลายทาง และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560).

จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนและมีหลายแง่มุม (Ritchie and Crouch, 2003) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Tourism segment trends) ที่แตกต่างไปจากเดิมได้ส่งผลต่อตลาดการท่องเที่ยว โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว ตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Goeldner and Ritchies, 2006) เป็น 3 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) 2) การท่องเที่ยวแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) และ 3) การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬานับว่ามีบทบาทสำคัญกลายเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับความนิยมในระยะเวลาสองสามทศวรรษที่ผ่านมาและมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ผู้ชื่นชอบกีฬาและนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ทำกิจกรรมการแข่งขันกีฬาผสมผสานไปกับการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว การใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ภาครัฐและกระจายสู่ชุมชนอีกด้วย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและต่างประเทศให้เข้าสู่การแข่งขันกีฬาและชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ได้ (Fourie and Spronk, 2011 : 361-365) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของกิจกรรม ผู้คน และสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ (Weed, 2008 : 7) พัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการเปลี่ยนแปลงระบบการปกครองของนานาชาติสู่ระบอบประชาธิปไตย (ไศรยา หอมชื่น, 2551) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และความก้าวหน้า

ของเทคโนโลยี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 28) แนวโน้มร่วมสมัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ 1) การขยายขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาต่างๆ 2) แนวโน้มความสนใจเรื่องสุขภาพของประชากรสูงขึ้น 3) ความต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสันทนาการระหว่างการท่องเที่ยวมีเพิ่มมากขึ้น และ 4) การเพิ่มความสนใจด้านบทบาทของกีฬา และ มหกรรมกีฬาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเขตเมืองใหม่ และเมืองที่มีภาพลักษณ์ดี มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

มรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สร้างเอกลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยว การแข่งขันกีฬาและ สนามแข่งขันคือสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมอันเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว สนามกีฬาที่มีชื่อเสียงของประเทศอังกฤษ เช่น Lords (คริกเก็ต) Wimbledon (เทนนิส) Twickenham (รักบี้) St. Andrew (กอล์ฟ) Wembley (ฟุตบอล) Royal Ascot (แข่งม้า) คือสถานที่ที่เป็นหัวใจของกีฬาชนิดนั้นๆ การแข่งขันนี้สำคัญแห่งเกียรติยศจะจัดขึ้นที่สนามกีฬาเหล่านี้และ สถานที่แต่ละแห่งจะสะสมพลังแห่งประเพณีที่เป็นประวัติศาสตร์อันยาวนาน สนามกีฬาจึงเป็นตัวแทนของการแสดงออกถึงมรดกและวัฒนธรรมของประเทศ (Thomas Hinch and James Higham, 2004) ส่วนกีฬาอื่นๆ ที่แสดงถึงวัฒนธรรมประเพณีของแหล่งท่องเที่ยว เช่น มวยไทย มวยปล้ำ (ญี่ปุ่น) ตะกร้อ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ก็มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างกันให้กับนักท่องเที่ยวได้ (ไศรยา หอมชื่น, 2551 : 3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นกลยุทธ์ที่หลายประเทศให้ความสำคัญเป็นเครื่องมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เห็นได้ชัดจากการพัฒนาของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศสหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และมาเลเซีย การจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาที่เป็นที่นิยม เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอน ไตรกีฬา กีฬาไซเบอร์ (Electronic Sports) ฟุตบอล และการแข่งขันรถยนต์ สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมแข่งขันและผู้เข้าร่วมชมงานได้จำนวนมาก สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล

ประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมานานแล้ว จากการรวบรวมผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มาจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทำให้ทราบว่า ในปี 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทยมีมูลค่าอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 21,003 ล้านบาท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นอีกแนวทางการพัฒนาหนึ่งในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวและสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบัน เป็นส่วนที่จะส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวไทย สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างโดยใช้ทักษะในการจัดการขั้นสูง เป็นการยกระดับขีดความสามารถ ศักยภาพในการแข่งขันและเป็นจุดขายของไทยในอนาคต (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) แต่เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวมักต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบใหม่และมีความเบื่อหน่ายกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบเดิม ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน

และผู้เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางไปยังสถานที่อื่น โดยสร้างกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่หลากหลาย การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่สามารถดำเนินการจัดการภายใต้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศได้ (นรินทร์ หลิมไพโรจน์, 2554 : 2)

ในการศึกษาเชิงพื้นที่ ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูง โดยหากวิเคราะห์ตามการแบ่งพื้นที่ตามแนวคิดกลุ่มคลัสเตอร์จะสามารถเห็นศักยภาพของประเทศไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ต่างๆ ได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) กลุ่มจังหวัดในภาคใต้ ภาคตะวันออก และภาคตะวันตกมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นเกาะแก่ง ทะเล ภูเขา หน้าผา เอื้ออำนวยต่อการเล่นกีฬาหลายประเภท กลุ่มจังหวัดทางภาคอีสานเป็นที่ตั้งของสนามกีฬาซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก กลุ่มจังหวัดในเขตภาคเหนือและภาคตะวันตกมีเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับพื้นที่นอกเมืองที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ด้วยภาวะการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลก การก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตที่ยิ่งทวีความเข้มข้นมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้การกำหนดนโยบายและการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ช่วยสนับสนุนส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งที่ผ่านมาการพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่าการบริหารจัดการยังมีจุดอ่อนข้อด้อยอยู่หลายประการ ได้แก่ ขาดการบูรณาการด้านงบประมาณและการประสานงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจน บุคลากรขาดทักษะและความรู้ด้านการจัดการและภาษา ขาดระบบการจัดการข้อมูลในการบริหารและจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีกฎระเบียบที่ล้าสมัยไม่ทันต่อการแข่งขัน (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) ดังนั้น เมื่อมีการเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กลุ่มจังหวัดในเขตภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และนครปฐม เป็นกลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกัน มีการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกัน ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสหภาพเมียนมาร์ทอดยาวตั้งแต่จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี และเพชรบุรี ตามระเบียงแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) ที่เชื่อมโยงกับโครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย อยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของประเทศกลุ่มอาเซียน จากท่าเรือทวาย ท่าเรือแหลม ท่าเรือสหอนุวิลล์ ประเทศกัมพูชา ไปสู่ท่าเรือหวังเต่าประเทศเวียดนาม นับว่าเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในกลุ่ม

ประชาคมอาเซียน และเป็นโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือก ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มตามกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวที่ห่วงใยสุขภาพและสนใจการออกกำลังกาย โดยมีต้นทุนเชิงพื้นที่ที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ กิจกรรมวิ่งเพื่อสุขภาพ การแข่งขันวิ่งมาราธอนที่จัดมาอย่างยาวนานต่อเนื่อง ไตรกีฬา เทรลรัลิ่ง และกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจักรยาน นอกจากนี้ ยังมีสภาพแวดล้อมธรรมชาติที่ภูเขา ถ้ำ น้ำตก แม่น้ำ ทะเล น้ำพุร้อน และป่าที่สมบูรณ์ มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ความเชื่อ ประเพณีของชาติพันธุ์ที่หลากหลาย สามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้นักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ (สัจจา ไกรศรีรัตน์, 2560) สอดคล้องกับ Morgan และคณะ (2010 : 65) ศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จมาจากความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนา และการสร้างอัตลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกก็ประสบกับปัญหาผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยเฉพาะปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าหรือบุกรุกพื้นที่ป่าสงวนเพื่อปลูกสร้างที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งที่เกิดจากการระบายน้ำเสียลงสู่ทะเล ปัญหาจากความไม่แน่นอนของกฎระเบียบการค้าชายแดนของประเทศเมียนมาร์โดยเฉพาะการปิด-เปิดด่านชายแดน และปัญหาแรงงานต่างด้าวก็ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย (สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง, 2557)

จากการศึกษานำร่องเบื้องต้น (Pilot Study) โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผู้จัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (ทัศนีย์ นาคเสนีย์) เมื่อวันที่ 11 เมษายน 2560 พบว่าปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก ได้แก่ 1) ไม่มีการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคเป็นรายปี 2) ขาดการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค (นักท่องเที่ยวจะทราบข้อมูลเฉพาะกิจกรรมที่จัดเป็นประเพณีเท่านั้น) 3) ขาดการประสานและบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายและสนับสนุนการท่องเที่ยวและกีฬา (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และ ททท.ระดับภูมิภาค) ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของประเทศ สำหรับด้านนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ยังขาดการถ่ายทอดนโยบายลงสู่ภูมิภาคและชุมชน บุคลากรขาดการทำงานเชิงรุก ผู้บริหารขาดความเชี่ยวชาญในการบูรณาการกีฬากับการท่องเที่ยว สำหรับมุมมองด้านการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า ในเชิงพื้นที่มีปัญหาเกี่ยวกับศักยภาพและความสามารถในการรองรับ (Capacity) จำนวนนักท่องเที่ยวและนักกีฬาที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาที่ได้รับความนิยมสูง เช่น จอมบึงมาราธอน นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านมายังขาดการประเมินผลกระทบต่อชุมชน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมทำให้ขาดข้อมูลในการวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลด้านสถานการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ได้กล่าวมาจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาหัวข้อรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบ องค์ประกอบ และกลยุทธ์ที่เหมาะสมด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการเพิ่มมูลค่าการจับจ่ายใช้สอยและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นที่อื่นๆ ต่อไป

คำถามการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามสำหรับการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบในการวิจัยไว้ดังนี้

1. สภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นอย่างไร มีประเด็นปัญหา อุปสรรค อย่างไรบ้าง
2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีลักษณะอย่างไรบ้าง
3. กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วยอะไรบ้าง
4. ร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นด้วยอย่างไร มีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0
2. เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0
3. เพื่อวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0
4. เพื่อรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R and D) ร่วมกับการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

(Qualitative Research) ร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สภาพการณ์ และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก จำนวน 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และนครปฐม เนื่องจากเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกัน มีการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกัน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสหภาพเมียนมาร์ เป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาสภาพการณ์ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ ขั้นตอน ลักษณะการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมเพื่อพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้กำหนดกรอบการวิจัย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการกิจกรรมพิเศษ การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาดำเนินการ 1 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2559 – เดือนพฤษภาคม 2561

ขั้นตอนในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากเอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ เพื่อให้เข้าใจแนวคิด ทฤษฎี และนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

2. ศึกษาสภาพการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 30 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data)

3. ศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. นำข้อมูลสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

2. ตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 5 คน ในการตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ผู้วิจัยได้พัฒนาร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยวิธีการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ ด้านกลยุทธ์ การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 17 คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. ภาครัฐ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านการจัดทำกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก หรือ ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ หรือ ผู้ดำรงตำแหน่งที่ส่งผลต่อการผลักดันกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

2. ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมกีฬาและการท่องเที่ยวต่างๆ

3. ภาคประชาชน หมายถึง ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชนที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เป้าหมาย

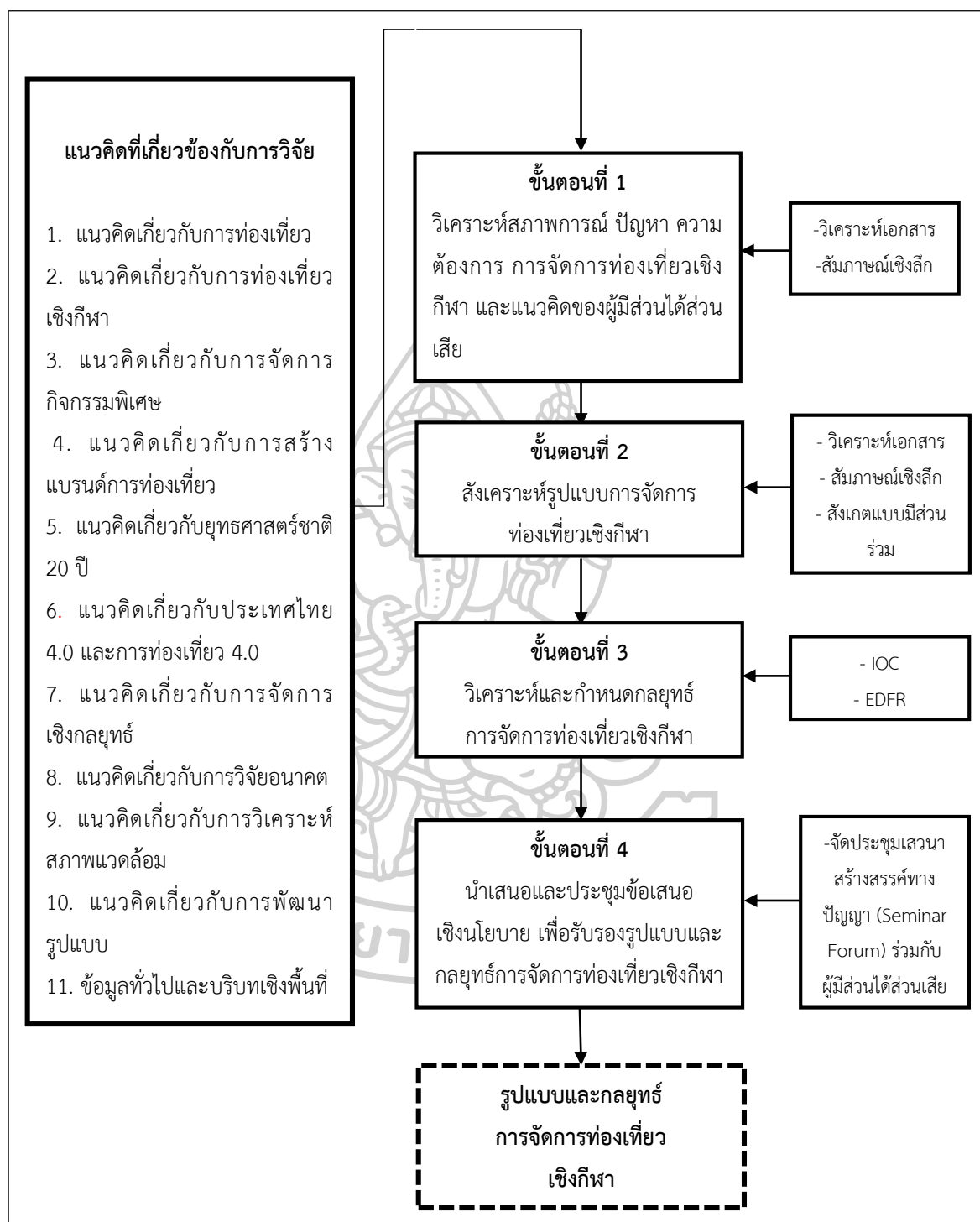
4. ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ผู้รับจ้างจัดกิจกรรม (organizer) หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดกิจกรรมเองโดยตรง

5. นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสมและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ที่ได้จากขั้นที่ 2 และ ขั้นตอนที่ 3 โดยจัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มมีบทบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง แบบจำลองที่กำหนดขึ้นจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย หลักการ วัตถุประสงค์ กระบวนการและองค์ประกอบภายใต้กรอบแนวคิดและหลักการเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามขอบข่ายภารกิจของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เรียกว่า SPORT - K Model มีองค์ประกอบได้แก่ 1) S = Standard (มาตรฐานด้านการจัดการ) 2) P = Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพ) 3) O = Organizing (การจัดการองค์การ) 4) R = Responsibility (การจัดการด้วยความรับผิดชอบ) 5) T = Technology and Innovation (เทคโนโลยีและนวัตกรรม) 6) K = Knowledge (องค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยว)

กลยุทธ์ หมายถึง หลักการ วิธีการดำเนินงานที่ดี นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย เหมาะสมกับทรัพยากรในพื้นที่ และสอดคล้องกับบริบทประเทศไทย 4.0

การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยว และดำเนินการให้เป็นไปตามแผน ตามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ด้านการวางแผนภาพรวมของงาน 2) ด้านการบริหารจัดการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการปฏิบัติการ 5) ด้านการจัดการความเสี่ยง โดยมีการจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก การควบคุมและการประเมินผลอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เยี่ยมชมกิจกรรมกีฬาหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางตรง (Active) และทางอ้อม (Passive) นักท่องเที่ยวทางตรงจะเดินทางมาเพื่อเล่น/แข่งขันกีฬาตามความถนัดความสนใจ ส่วนนักท่องเที่ยวทางอ้อมจะเดินทางมาเพื่อชมกีฬาหรือสถานที่เท่านั้น

กิจกรรมเชิงกีฬา หมายถึง กิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬาและมีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดหนึ่ง เป็นรูปแบบที่พบเห็นโดยทั่วไปของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเป็นได้ทั้งสิ่งดึงดูดใจหลักให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว หรือเป็นกิจกรรมหนึ่งในแผนการเดินทาง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยระบุเฉพาะกิจกรรมเชิงกีฬา ได้แก่ การวิ่งเพื่อสุขภาพ วิ่งมาราธอน เทรลรันนิ่ง ไตรกีฬา และการปั่นจักรยาน

ภูมิภาคตะวันตก หมายถึง ภาคย่อยทางตะวันตกของประเทศ เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ การจัดแบ่งภูมิภาคตามคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แบ่งภาคตะวันตกประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ สุพรรณบุรี กาญจนบุรี

นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเฉพาะ จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรี

ประเทศไทย 4.0 หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ในด้านมิติการให้บริการจะมีการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการแบบเดิมไปสู่การให้บริการที่มีมูลค่าสูงขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคืออีกกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และบริการที่มีมูลค่าสูง สามารถผลักดันให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้กับประเทศไทยได้

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. ได้ข้อมูลด้านสภาพการณ์ ความต้องการ และประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก นำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบ พัฒนากลยุทธ์ นโยบาย แผนงาน หรือมาตรการด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ได้รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดทำร่าง ตรวจสอบ และยืนยันข้อเสนอเชิงนโยบาย สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประโยชน์ในการนำไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐที่ปฏิบัติงานและดูแลรับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล ความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลทางวิชาการเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางและจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน

2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากกระบวนการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนจัดทำกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวได้

3. ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงและเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี
6. แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0
7. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์
8. แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยอนาคต
9. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis, 7's Model, PESTLE Analysis และ TOWS Matrix
10. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ
11. ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์เพื่อสร้างความผ่อนคลาย ความสุข ในสถานที่ต่างๆ Goeldner and Ritchie (2006 : 16) กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเป็นการกระทำและกิจกรรมของมนุษย์ที่เดินทางจากที่หนึ่งไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งอยู่ภายนอกชุมชนของพวกเขา โดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ตามยกเว้นการเดินทางออกไปทำงานประจำทุกวัน สอดคล้องกับ Gee Makens and Choy (1997 : 4) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางออกจากบ้านและเดินทางเพื่อไปอาศัยยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลิน สนุกสนาน นอกจากนี้ Coltman (1989 : 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวคือรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ การท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน โดยความเกี่ยวข้องขององค์ประกอบทั้ง 4 ที่กล่าวมาต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ McIntosh and Goelder (1984 : 132 -135) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่รวมเอาปรากฏการณ์ต่างๆ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่าง

นักท่องเที่ยว ผู้ดำเนินธุรกิจ ประเทศเจ้าภาพ ประชาชน และบริการต่างๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือส่งถึงความพึงพอใจด้วยการต้อนรับที่อบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว สำหรับ Pond (1993 : 35) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวคือกิจกรรมที่มุ่งเน้นการให้บริการและอำนวยความสะดวก สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว

สำหรับนักวิชาการของไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้หมายถึงเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง เริงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกันแต่เป็นการเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อเล่นกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น นรินทร์ สังข์รักษา (2559) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนันทนาการจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพื่อการหารายได้หรือการประกอบอาชีพ ส่วน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางแบบชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การบังคับหรือการว่าจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมเยียนมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น สอดคล้องกับ พรพิมล ศรีสเรศ (2551) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวจากถิ่นที่อยู่ปกติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ มิใช่การเดินทางเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ และใช้เวลาสั้นที่สุดคือ 24 ชั่วโมง นิศา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทางและจะต้องมีกิจกรรม 3 เรื่องนี้เป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการรับประทานอาหาร

จากความหมายของการท่องเที่ยวที่กล่าวมาจึงสามารถระบุถึงลักษณะของการท่องเที่ยวได้ ดังที่ปริชา แดงโรจน์ (2544 : 29-30) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2537 : 3) ได้อธิบายถึงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ (1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (2) การเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่ถูกบังคับ (3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากคำนิยามและลักษณะของการท่องเที่ยวที่ได้แสดงมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ดังนี้ การท่องเที่ยวคือการเดินทางด้วยความสมัครใจจากสถานที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นๆ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ทั้งการเดินทางภายใน

และภายนอกประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงหลายองค์ประกอบเข้าด้วยกัน ทั้งที่เป็นตัวบุคคล ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ ประชาชนในพื้นที่ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างความรู้ ความสุข ความสนุกสนาน และความบันเทิงใจได้ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนนั้นจะมีอัตลักษณ์พิเศษสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการแก่นักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมเยือน จนเกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

สำหรับองค์ประกอบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ หลักการ Model 6A's ของ Buhalis ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการเสริม (Ancillary service) (Buhalis, 2000) มีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ถือเป็นองค์ประกอบหลักในสถานที่ท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เส้นทางคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นตลอดจนต้องสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้เคียงได้ หากมีความสะดวกในการเดินทางก็จะยิ่งเพิ่มความประทับใจได้มาก

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีไว้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสุข ความสบายใจ ความประทับใจ อยากรใช้เวลาในการท่องเที่ยวนานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร โทรศัพท์ แผนที่ ร้านขายของ เป็นต้น

4) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) เป็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย อาจเป็นการเตรียมการโดยเจ้าของรีสอร์ท หรือหน่วยงานภาครัฐที่อาจจัดโปรโมชั่นเสริมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ตามความถนัดและความสนใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมผจญภัยเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบความท้าทายต้องการความแปลกใหม่ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการให้คำแนะนำดูแลเพื่อความปลอดภัยในเบื้องต้น เช่น การกระโดดร่ม ปีนหน้าผา ไรยตัว ล่องแก่ง เป็นต้น แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพกิจกรรม

ที่นิยมมากคือ การทำสปา ชัดผิว รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การดูนก ส่องสัตว์ ท่องเที่ยวชมประเพณีวัฒนธรรมและอื่นๆ

6) การบริการเสริม (Ancillary service) หมายถึง การบริการที่นอกเหนือจากการบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ร้านอินเทอร์เน็ต โดยปกติบริการเหล่านี้ภาครัฐจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์ได้ของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Dickman (1996) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) เสนอว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1) ความดึงดูดใจ (Attraction) นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น หาดทราย ทะเล ภูเขา ป่าไม้ที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาท วัด วัง เมืองโบราณ หรือการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ตลาดน้ำ หรือการมีลักษณะของกิจกรรมเหตุการณ์เฉพาะสำคัญๆ เช่น งานประเพณีของท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติ การแห่เทียนเล่นไฟ การแสดงแสงสีเสียง เป็นต้น โดยสถานที่ดังกล่าวก่อให้เกิดความบันเทิงใจและมีเสน่ห์เฉพาะตัว นอกจากนี้ ราคาค่าเข้าชมทรัพยากรการท่องเที่ยวก็มีส่วนดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมด้วย

2) ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างปลอดภัยมีความสะดวกสบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง และเข้า-ออก ได้อย่างสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ ตลอดจนทำเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันเพราะถ้าขาดเส้นทางคมนาคมที่ดีแล้วแม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีคุณค่าเพียงใดก็ตามก็ย่อมไร้ความหมาย

3) บริการอำนวยความสะดวก (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากเจ้าของพื้นที่ เป็นการสร้างความสุขความประทับใจด้วยการแสดงไมตรีจิตร์ซึ่งสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะคือ การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นด้วยการส่งยิ้ม พุดคุย ทักทาย ให้บริการเล็กน้อย และการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในยามที่ประสบปัญหา ด้วยการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ตักเตือน

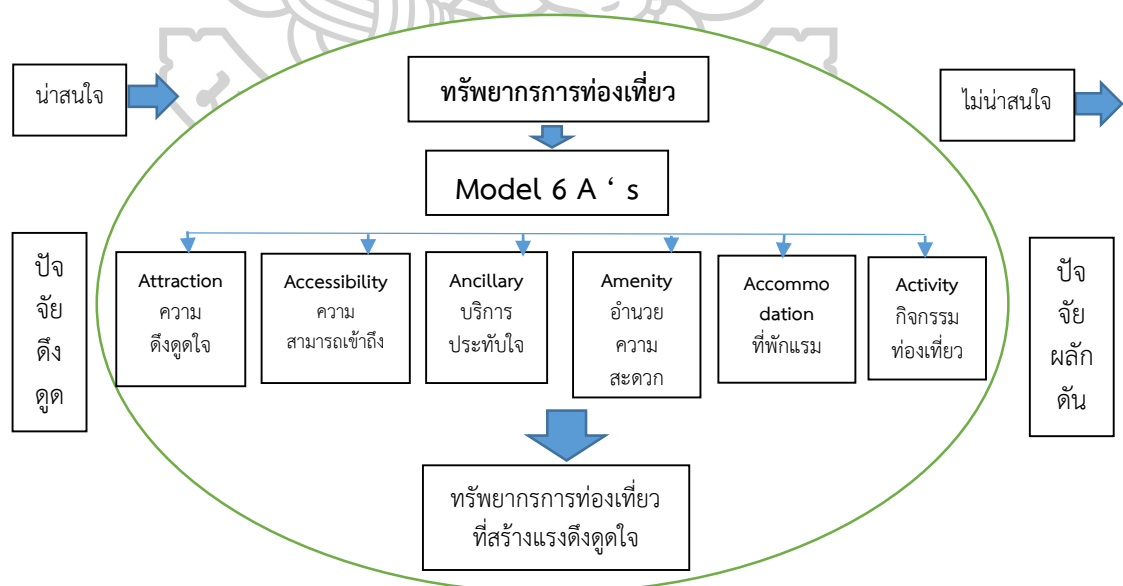
4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องมีไว้เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสุข ความสะดวกสบาย และความประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการเข้า-ออก เมือง ถือเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยว

ผ่านเข้ามาในประเทศ ได้แก่ การตรวจหนังสือเดินทาง การขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น ลำดับต่อมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ และสุดท้าย คือสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย ทั้งความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าเพื่อศึกษาระบบนิเวศเขตร้อน การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำรูปแบบต่าง ๆ การพายเรือแคนู การตกปลาหมึกในทะเล ชี่จี่กรยาน ว่ายน้ำ ส่องนก ตลอดจนการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การทำอาหาร และการร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้จะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน

6) ที่พักแรม (Accommodation) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภท ต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับแตกต่างกัน กำหนดราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ พิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

Model 6 A's ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยที่สร้างแรงดึงดูดใจ 6 ประการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ อาจสรุปตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 2 Model 6 A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่มา : นรินทร์ สังข์รักษา (2559)

แนวคิด Model 6 A's ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง The Emergence of Sport Event Tourism in Buriram ของกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2557) กล่าวถึงวัตถุประสงค์การวิจัยว่า เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีแนวคิดการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความดึงดูดใจ โดยใช้องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของ Buhalis 6 A's ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิจัยที่สามารถนำไปวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของบุรีรัมย์ คือ ควรมีการวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว ควรมีการพัฒนาบุคลากรในท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้ก่อประโยชน์เพื่อส่วนรวม และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความตระหนักและความรับผิดชอบ

จากองค์ประกอบที่กล่าวมาทำให้สามารถจำแนกรูปแบบของการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น การท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ระยะเวลา ประเภทของกิจกรรม เป็นต้น โดยองค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization : UNWTO) ได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยว ตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว เป็น 3 รูปแบบ (Goeldner and Ritchies, 2006) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ (Natural based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปตามแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หรือ การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism)

2) การท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวทางแหล่งประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หรือการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบทหรือชุมชน (Rural Tourism / Village Tourism)

3) การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง ลักษณะการท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home stay & Farm Stay) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน

นอกจากรูปแบบการท่องเที่ยวที่องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติได้ให้ไว้แล้วนั้น ยังสามารถจัดประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่สำนักงานสถิติ เศรษฐกิจและสังคม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้เป็น 8 ประเภท แยกตามกิจกรรม มีรายละเอียดดังตารางที่ 1 (สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2557)

ตารางที่ 1 รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเพื่อการดูแล รักษา สุขภาพเป็นกิจกรรมเป้าหมายของการท่องเที่ยว หรือเพื่อการพักผ่อน รวมถึงการเรียนรู้ วิธีการรักษาสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจ ให้ได้ความสุข ประทับใจเพิ่มพูนความรู้ในการรักษาคุณค่าของคุณภาพชีวิตที่ดี กิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลัก ๆ คือ (1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เช่น การผ่าตัดเสริมความงามหรือ ทำศัลยกรรมพลาสติกการลดน้ำหนัก การตรวจสุขภาพเบื้องต้น การทำฟัน และรักษาสุขภาพฟัน การทำเลสิก การเข้าคอร์สทำ D-tox หรือการล้างพิษในร่างกาย (2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย การอบ/ประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่/สปา
2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย	หมายถึงการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม มีความใส่ใจ มีจิต อนุรักษ์ โดยครอบคลุมการท่องเที่ยวในสถานที่ธรรมชาติ การแสวงหา ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ท้าทายโดยเกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของ คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวสร้างความเข้าใจระหว่างกัน และอนุรักษ์ ธรรมชาติให้ยั่งยืนไปพร้อมกับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก โดยประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้ (1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การส่องสัตว์ การดูนก การชมผีเสื้อ การนั่งช้าง (2) การท่องเที่ยวเชิงผจญ ภัย เช่น การปีนผา ปีนเขา ไรยตัวจากน้ำตก การปั่นจักรยาน การล่องแก่ง การพายเรือแคนู เรือคายัค การเที่ยวถ้ำ (3) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ และผจญภัย เช่น การเดินป่า การดำน้ำ
3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการศึกษา หรือสร้างความ เพลิดเพลินในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์ม ปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ สถานที่ราชการ

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
	ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทางเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงามและได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบทชนบทธรรมนิยม วัฒนธรรม ประเพณี โดยครอบคลุมกิจกรรม เช่น การชมไร่ นาต่างๆ การชมสวนผลไม้ การชมสวนดอกไม้ กล้วยไม้ การชมหมู่บ้านไม้ประดับ การชมกระบวนการผลิตใบชา การชมฟาร์ม ปศุสัตว์ การชมแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ
4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการชื่นชม ศึกษา สิ่งที่แสดงถึงความ เป็นวัฒนธรรมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะในแขนงต่างๆ และสิ่งอื่นๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย หรือมีความตั้งใจในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นศิลปวัฒนธรรมประเพณี
6) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปสักการะสถานที่สำคัญทางศาสนา หรือ ศาสนสถาน เพื่อเยี่ยมชมการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นมัสการเกจิอาจารย์ รวมไปถึงกิจกรรมด้านศาสนา เช่น การนั่งวิปัสสนากรรมฐาน
7) การท่องเที่ยวทางเรือ	หมายถึง การท่องเที่ยวโดยมีเรือเป็นพาหนะเดินทางด้วยระดับความเร็วที่ไม่มากนักไปตามเส้นทางน้ำที่มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพักผ่อนและความเพลิดเพลินจากการเดินทาง เช่น การล่องเรือเพื่อรับประทานอาหาร การล่องเรือสำราญที่มีบริการที่พักบนเรืออย่างครบวงจรหรือ การล่องเรือเพื่อชมการแสดงต่าง ๆ การล่องเรือเพื่อชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นต่างๆ และการล่องเรือเพื่อชมความงามของธรรมชาติ เป็นต้น
8) การท่องเที่ยวใน	เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่

รูปแบบการท่องเที่ยว	ลักษณะของกิจกรรม
แหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (นันทนาการและ บันเทิง)	มิได้มีความสำคัญ หรือมีความสำคัญน้อยในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาหรือวัฒนธรรม แบ่งได้เป็น 6 ประเภทได้แก่ (1) ย่านบันเทิง/แหล่ง บันเทิง (2) สวนสัตว์(3) สวนสนุก (4) สวนสาธารณะ/ สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ (5) พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง (6) แหล่งท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์/อุตสาหกรรม/เทคโนโลยี

ที่มา : สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม (2557)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนตามความต้องการหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวแนวคิดใหม่ขึ้นมา เช่น Green tourism เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวแบบ Low carbon หรือ War tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี หรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น อาสาสมัครช่วยงานสีนามิในประเทศไทย เป็นต้น (Mc In tosh & Goeldner, 2002 : 25-27; วาริชต์ มัชยมนุรุช, 2552 : 29-34) นอกจากนี้ Pirnith Chintochit และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยคือผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งเป็นการสร้างหรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่เรามีอยู่ให้สูงที่สุดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมสามารถนำมาสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ออกมาเป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการ และชุมชนที่สร้างการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง ใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination), ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur), ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Locals), กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative Activities & Products) และการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Creative Communication)

วีระพล ทองมา และคณะ (2554) ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่องอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีจุดประสงค์หลักคือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน (sustainable cultural tourism) มุ่งศึกษาเฉพาะชุมชนชาวจีนยูนานในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่องอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการจัดประชุมเวทีชาวบ้าน

แล้วเปิดโอกาสให้ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮ่องสอน ผู้นำชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ พิจารณาคัดเลือกชุมชนที่พวกเขาเห็นว่ามีความศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ โดยเลือกดำเนินการในพื้นที่ชุมชนชาวจีนยูนาน (บ้านยาง) ตำบลแม่ฮ่องสอน การวิจัยครั้งนี้ได้ประเมิน ศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากกลุ่มตัวอย่างในชุมชนเป้าหมาย จำนวน 50 ราย ใช้วิธีการวิจัยแบบปฏิบัติจริง (action research) ด้วยความหลากหลายของวิธีการวิจัยทำให้มีข้อมูล ทั้งที่เป็นทุติยภูมิ (secondary data) จากเอกสาร ตำราและสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาวจีนยูนาน และข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เช่น การสอบถาม สัมภาษณ์ จัดเวทีชาวบ้าน ระดมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งการจัดทำโครงการนำร่อง (pilot project) พร้อมทั้งการ สังเกตการณ์จากสถานการณ์จริง จากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ผลการประเมินศักยภาพของชุมชนทำให้ทราบว่าชุมชนชาวจีนยูนาน (บ้านยาง) มีความศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมาก ทั้งนี้ เนื่องจากในพื้นที่ของชุมชนเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่ 1 (ผาง) ซึ่งเรียกว่าเป็นพิพิธภัณฑสถานที่มีชีวิต คือมุ่งเน้นให้ชุมชนเป็น ศูนย์กลางของการนำเสนอเรื่องราวประวัติความเป็นมา ภูมิปัญญา ความรู้และประสบการณ์ผ่านทาง นิทรรศการ ใช้อัตถุสะสม หลักฐานทางประวัติศาสตร์ ในชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงอนุรักษ์ควบคู่ไป กับ “โรงงานสีเขียว” ที่สร้างขึ้นตามแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรม ราชกุมารี ที่ปรารถนาให้พิพิธภัณฑสถานในชุมชนบ้านยางเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่เชิงอนุรักษ์และ วัฒนธรรม นอกจากนี้ชุมชนบ้านยาง ยังได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับ นักท่องเที่ยวทั้งทางด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสได้สัมผัสบรรยากาศของพื้นที่ของ ชาวจีนที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ภายใต้ความหลากหลายของศาสนาและความเชื่อ และการได้ชิมและ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอันเลิศรสของชาวจีน สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนนั้น ผู้ให้ข้อมูลหลักรายงานว่ามีส่วนร่วมในระดับมากใน กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมทางความคิดและบรรทัดฐาน (ความเชื่อและค่านิยม) (อาชีพและวิถี ชีวิตประจำวัน) ส่วนด้านวัฒนธรรมบรรทัดฐาน (อาหารและพืชสมุนไพร) รวมทั้งด้านวัฒนธรรมทาง วัตถุ (ศิลปะและหัตถกรรม) นั้นผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมในระดับปานกลางเท่านั้น นอกจากนี้ผลการวิจัย เกี่ยวกับการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างผลการประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมกับระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านยางโดยใช้ T-test นั้นพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ระบุว่าชุมชนชาวจีนยูนานใน พื้นที่ลุ่มน้ำแม่ฮ่องสอน อำเภอผาง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีความศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประชาชนภายในชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ รวมถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวซึ่งมีความหลากหลาย ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดมาประยุกต์พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว

เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้ โดยนำองค์ประกอบและรูปแบบของการท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ ศักยภาพในการพัฒนาให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญ จากต้นทุนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประกอบด้วยกิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง วัฒนธรรม ประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ล้วนแต่เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้หลั่งไหลเข้ามาในพื้นที่ภาคตะวันตกได้ แต่อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องให้ความสำคัญและจัดการให้สามารถใช้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสนใจของนักท่องเที่ยวส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 28) แนวโน้มการเข้าร่วมมหกรรมกีฬาต่างๆ มีอัตราสูงขึ้นในทุกระดับของสังคม มีการขยายตัวของสังคมที่กว้างขึ้นในทุกกลุ่มอายุ การเดินทางท่องเที่ยววันหยุดของกลุ่มเยาวชนมีเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งการเดินทางแบบในช่วงวันหยุดสั้นๆ (Short breaks) มีสูงมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวแบบ active คือนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา และนักท่องเที่ยวแบบ passive คือนักท่องเที่ยวที่เป็นเพียงผู้ชมกีฬา (ไศรยา หอมชื่นและฐานิช ลิ้มตระกูล, 2555 : 5) เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีกลุ่มนักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ดังนี้ Turco D. M., Riley. R., Swart, K. (2002 : 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อมีส่วนร่วมไปกับกิจกรรมกีฬาที่ได้กำหนดไว้ ทั้งการมีส่วนร่วมเพื่อการแข่งขัน ความบันเทิง เพื่อการศึกษา หรือเพื่อพักผ่อนและนันทนาการ สำหรับ Hinch and Higham (2005) เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางที่มีกีฬาเป็นหลัก (Sport-based travel) โดยเดินทางออกไปจากสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ในระยะเวลาที่จำกัด มีกิจกรรมกีฬาเป็นตัวกำหนดไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬา การเล่น หรือการเข้าร่วมเพื่อออกกำลังกาย ส่วน Saayman (2002) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรพิจารณาจากแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางที่มีกิจกรรมทางกายเป็นแรงดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยว ครอบคลุมทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งนักกีฬาและผู้ชม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางโดยมีชนิดกีฬาหรือกิจกรรมทางกายที่ต้องใช้ทักษะ มีกฎกติกาวิธีการเล่นเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดใจ อธิบายในมุมมองของธุรกิจท่องเที่ยวและกีฬาผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ชมกีฬาคือนักท่องเที่ยว ส่วนชนิดกีฬาหรือกิจกรรมกีฬาคือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ชุมชนสถานที่หรือเมืองที่ใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

เดินทางมายังเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ชนิดกีฬา ประสบการณ์ การบริการตลอดจนทรัพยากรอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นปรากฏการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกีฬา สำหรับ McIntosh and Goeldner (2002, : 25-30) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาตามความถนัดและความสนใจในกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น และสกีน้ำ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้ชีวิตมีคุณค่าเพิ่มขึ้น รวมถึงการมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ ไครยา หอมชื่น (2551 : 4) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่ามีลักษณะที่หลากหลาย ดังนี้

- 1) การเดินทางที่ไม่ใช่เหตุผลเพื่อธุรกิจ แต่เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรือสังเกตการณ์ในสถานที่ที่อยู่ห่างไกลจากที่อยู่อาศัยปกติ
- 2) เป็นรูปแบบของพฤติกรรมการพักผ่อนของประชาชน เช่น การใช้เวลาในช่วงวันหยุดเดินทางไปในสถานที่ที่มีความดึงดูดทางธรรมชาติ และอีกส่วนคือมีกิจกรรมทางกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกกลางแจ้งเป็นจุดสนใจ
- 3) เป็นการใช้เวลาในช่วงวันหยุดพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นการเข้าชมหรือการแข่งขัน
- 4) การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจนอกพื้นที่อยู่อาศัยปกติเพื่อเข้าร่วมหรือเข้าชมกิจกรรมทางกายภาพ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกายภาพหรือกีฬา
- 5) การเข้าไปร่วมกับกิจกรรมกีฬาทุกประเภททั้งทางตรงและทางอ้อม อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อเหตุผลในเชิงธุรกิจและไม่เชิงธุรกิจที่จำเป็นต้องออกเดินทางจากบ้านและที่ทำงานปกติ
- 6) ผู้เยี่ยมชมชั่วครวที่มีการพำนักอย่างน้อย 24 ชั่วโมงในพื้นที่ที่มีการแข่งขันกีฬา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ส่วนสถานที่ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจรองลงไป
- 7) บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือกีฬาเพื่อนันทนาการไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม

Kurtzman and Zauhar (1997) จำแนกประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 5 กลุ่ม โดยแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างแรงจูงใจ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว และองค์ประกอบเชิงพื้นที่ซึ่งมีผลต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

- 1) กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นกิจกรรมการแข่งขันเกี่ยวข้องกับกีฬาที่มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาใดหนึ่ง สามารถจำแนกได้หลากหลายตามระดับความสำคัญ เวลา และ

สถานที่ ในการจัดกิจกรรม คุณลักษณะของกิจกรรมที่จัดขึ้นในมุมมองของการจำแนกตามระดับ ความสำคัญกิจกรรมเชิงกีฬาจัดขึ้นตั้งแต่ระดับชุมชน จังหวัด ภูมิภาค ประเทศ ทวีป นานาชาติ และ ระดับโลก ในด้านเวลาและสถานที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถเลือกจัดยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่งอย่างเป็นทางการถาวรตลอดไปหรือเป็นการชั่วคราวก็ได้ ในลักษณะของกิจกรรมจะจัดในรูปแบบของมือสมัครเล่นหรือจัดเฉพาะระดับมืออาชีพได้ตามความเหมาะสม กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถสร้างความ ดึงดูดใจจากสื่อมวลชน ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬา ผู้ฝึกสอน บุคคลทั่วไป นอกจากนี้ กิจกรรมเชิงกีฬายัง สามารถผสมผสานกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับกิจกรรมได้ เช่น การ จัดการแข่งขันเรือมังกรบนเกาะฮ่องกง ในทุกวันที 5 เดือน 5 ของทุกปี กิจกรรมเชิงกีฬายังหมายถึง มหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ อาทิ กีฬาโอลิมปิก หรือกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้เฉพาะในกรณีได้รับเชิญ เช่น กีฬาลีก (League game) มารารอน โบว์ลิง เป็นต้น

2) กีฬาในรีสอร์ท (Sport Resorts) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผสมผสานกับการพักผ่อน มี สิ่งจูงใจเป็นการเล่นกีฬาในรีสอร์ทพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ตัวอย่างของกีฬาในรีสอร์ท ได้แก่ กอล์ฟ สกีน พิตเทนส ตกปลา ซิม้า เทนนิส ที่จัดขึ้นในรีสอร์ท รูปแบบของการจัดกิจกรรม เช่น การสอน การฝึกอบรม การฝึกปฏิบัติ และการเข้าค่ายเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขัน เป็นต้น

3) สถานที่และสิ่งดึงดูดใจที่เกี่ยวกับกีฬา (Sport Attractions) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่อยู่ใน พื้นที่ ชุมชน ภูมิภาค ประเทศ เป็นสิ่งดึงดูดใจในบริบทของพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางกาย (Physical Activities) ก่อให้เกิดพลังและสนับสนุนให้เกิดการเล่นกีฬาในลักษณะต่างๆที่หลากหลาย รูปแบบ ดังนี้

3.1 สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬาในพื้นที่ เช่น ศูนย์กีฬาครบวงจร สนามแข่งขัน สนามฟุตบอล (Stadiums) สนามกีฬากลางแจ้ง (Arenas) สนามกีฬาในร่ม (Domes) ที่ สามารถใช้จัดการแข่งขันกีฬาชนิดต่างๆ ได้ รวมถึงพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับกีฬา หรือสถานที่ที่เคยจัดกีฬา สำคัญๆ ในอดีต อาทิ สนามกีฬาโอลิมปิกเก่า สถานที่ตั้งสโมสรกีฬาที่มีชื่อเสียง บ้านพักนักกีฬาที่มี ชื่อเสียง เป็นต้น

3.2 สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น สวนสาธารณะ แม่น้ำ ภูเขา ลักษณะทางภูมิ ประเทศ และภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเล่นกีฬาและการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ เช่น สกี ปีนหน้าผา ล่องแก่ง แข่งเรือ ล่องแพ เจ็ทสกี เป็นต้น

4) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มนี้เป็น รูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อไปชมกิจกรรม เยือนสถานที่ ร่วมประชุม สัมมนา ฝึกอบรม ตลอดจนโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัยไปนโอกาสต่างๆ เช่น การปั่นจักรยานเพื่อการ ท่องเที่ยว ปีนเขา วิ่งเพื่อสุขภาพ และวิ่งมารารอน หรือการพายเรือแคนูเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักจะเป็นผู้แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่จากแหล่งต้นกำเนิดของกีฬา

โปรแกรมการท่องเที่ยวอาจครอบคลุมไปถึงการเดินทางเข้าร่วมแข่งขันหรือชมรายการกีฬาอาชีพต่างๆ ที่จัดการแข่งขันแบบเป็นทางการและมีเงินรางวัล ทั้งแบบฤดูกาลและtournament กระจายไปในพื้นที่ต่างๆทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก

5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางน้ำ (Sport Cruises) การท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เรือเป็นองค์ประกอบหลักในการท่องเที่ยว ทั้งเรือขนาดใหญ่ที่ใช้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาแข่งขันบนเรือได้ และเรือขนาดเล็ก เช่น แข่งเรือใบ เรือแคนู (Canoeing) เรือคายัค (Kayaking) รวมถึงการดำน้ำประเภทต่างๆ ดำน้ำแบบสกุบา (Scuba Diving) ดำแบบสนอร์คเกิล (Snorkle Diving) เป็นต้น

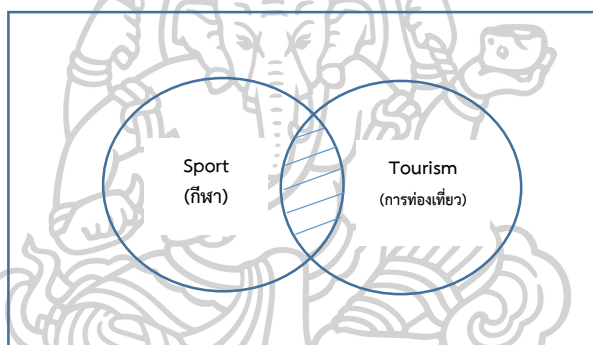
นอกจากนี้ Kurtzman and Zauhar (1997) ยังได้เสนอรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ และแรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

1) การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ภายในพื้นที่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสังคม (Social Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวแหล่งมรดก (Heritage Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Educational Tourism) การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Wilderness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสันทนาการ (Leisure Tourism) รวมถึงงานประเพณีอื่นๆ สามารถนำมาเชื่อมโยง บูรณาการกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างหลากหลาย แตกต่างไปตามอัตลักษณ์และต้นทุนทางสังคมในแต่ละพื้นที่

2) แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาและรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความหลากหลายทั้งที่เป็นนักกีฬาและเป็นผู้ชม ดังนั้นแรงจูงใจจึงมีความแตกต่างกันออกไป นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อชัยชนะหรือเพื่อการแข่งขัน โดยรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาอาจจะเป็นผู้มีส่วนร่วมอย่างไม่เป็นทางการ (Participate in Unorganized Sport) เป็นกิจกรรมกีฬาที่นัดหมายกันไปเป็นกลุ่ม ไม่มีการรับรองควบคุมจากสถาบันภายนอก เช่น การเล่นสเก็ตบอร์ดในสวนสาธารณะ การเล่นฮอกกี้นบนถนน การวิ่ง การปั่นจักรยาน เป็นต้น และการมีส่วนร่วมที่เป็นทางการ (Participate in Organized Sport) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ควบคุมโดยผู้มีอำนาจหน้าที่ เช่น การแข่งขันระดับอาชีพ (League) จะมีองค์กรสมาคมดูแลอย่างใกล้ชิด โดยสามารถแบ่งผู้มีส่วนร่วมเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสมัครเล่น (Amateur Sporting Events) เป็นการแข่งขันกีฬาที่นักกีฬาไม่ได้ค่าตอบแทนจากการแข่งขัน และกลุ่มระดับอาชีพ (Professional) เป็นการแข่งขันที่นักกีฬาได้ค่าตอบแทนจากการแข่งขันอาจเป็นเงินรางวัลหรือค่าจ้าง

อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมและเยี่ยมชมกิจกรรมกีฬาและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬา โดยนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีทั้งทางตรง (Active) และทางอ้อม (Passive) นักท่องเที่ยวทางตรงจะเดินทางมาเพื่อเล่น

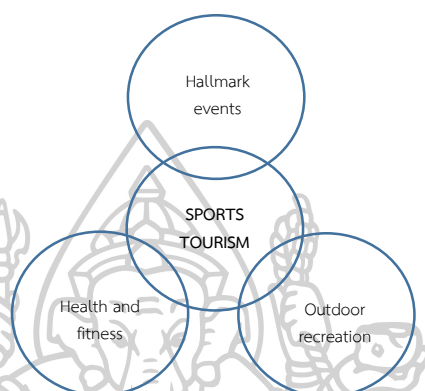
แข่งขันกีฬา หรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมในระหว่างวันหยุดตามความถนัดความสนใจ กิจกรรมกีฬาเหล่านั้น ได้แก่ กอล์ฟ เทนนิส ปั่นจักรยาน เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวทางอ้อมจะเป็นส่วนของการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกีฬา สนามแข่งขันที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีทั้งเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรมและเพื่อเยี่ยมชม โดยบทบาทของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการผสมกันระหว่างกีฬากับการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังภาพที่ 3 เพราะกิจกรรมกีฬาคือกิจกรรมสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวรวมถึงการเดินทางก็มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกับหลายชนิดกีฬาเช่นกัน แต่การผสมกันของกีฬาและการท่องเที่ยวนี้อาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการพิจารณา



ภาพที่ 3 การผสมกันระหว่างกีฬาและการท่องเที่ยว
ที่มา Hinch, T. and Higham, J. (2003).

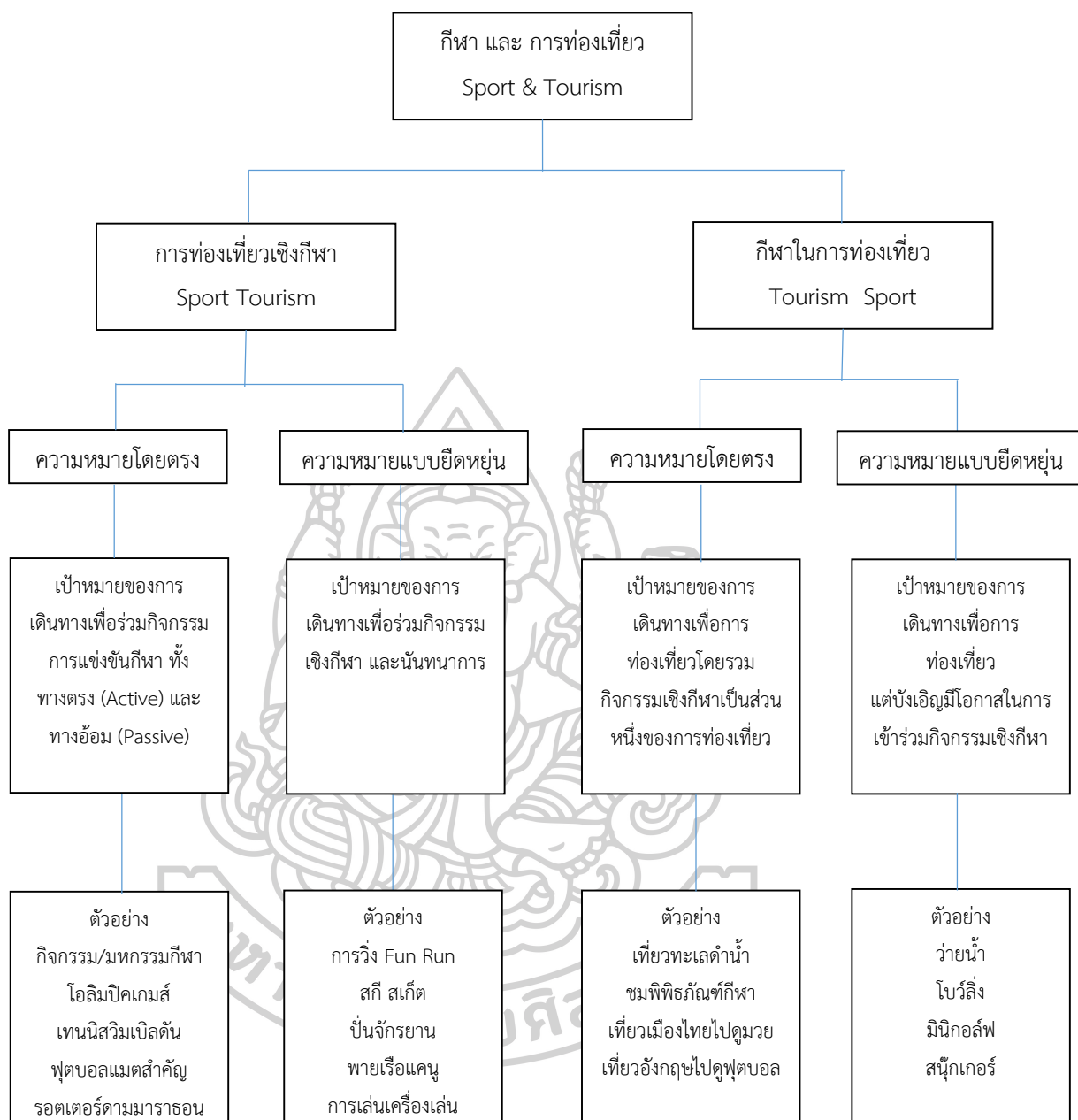
นอกจากนี้ Hinch and Higham (2005) และ Hall (1992 : 194) ได้อธิบายว่าบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้านที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ได้แก่ 1) กิจกรรมเฉพาะ/ พิเศษ (Hallmark events) ที่มีความสำคัญมีมาตรฐานจัดขึ้นเป็นพิเศษและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกีฬา เช่น การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ นานาชาติ รวมไปถึงมหกรรมกีฬาระดับโลก เช่น กีฬาโอลิมปิกเกมส์ การแข่งขันอเมริกันฟุตบอล Super bowl 2) กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor recreation) ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure tourism) มีที่ตั้งหรือมีการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น ทำทาย รวมไปถึงประสบการณ์ใหม่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น และ 3) การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสมรรถภาพ (Health and fitness) เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การบำบัดรักษาโรคเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความต้องการที่จะประกอบ

กิจกรรมกีฬาต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย เห็นได้จากรีสอร์ท หลายแห่งในปัจจุบันที่มักจะมีทั้ง สปา ศูนย์บำบัดโรค และกิจกรรมกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส ในสถานที่แห่งเดียวกัน บริบทที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ถือว่ามีสำคัญและมีความสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การให้ความสำคัญและความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยดึงดูดและเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ตามภาพที่ 4



ภาพที่ 4 องค์ประกอบในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ที่มา : Hinch, T. and Higham, J. (2001)

Sean Gammon and Tom Robinson (2003 : 21 -26) ได้เสนอให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬาในความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยจำแนกตามลักษณะเป้าหมายของนักท่องเที่ยว ดังแสดงโดยภาพที่ 5 ดังนี้



ภาพที่ 5 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว
ที่มา ปรับปรุงจาก สัจจา ไกรสรรัตน์. (2560).

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์คือการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขันและการเป็นผู้เข้าชมการแข่งขัน โดยที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการจัดรายการ ณ ที่ต่างๆ ดังนั้นในการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism

Quality) ที่จะทำให้การจัดงานทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และภายหลังสิ้นสุดการแข่งขัน สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ซึ่งมีองค์ประกอบในการพิจารณาดังตารางต่อไปนี้ (David J Shonk, 2006)

ตารางที่ 2 องค์ประกอบคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
<p>1. ด้านการเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน (Access Quality) การเข้าถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงพื้นที่การจัดงาน เช่น จุดเชื่อมต่อไปยังพื้นที่จัดงาน ทางด่วน และสถานีขนส่งสาธารณะ การประเมินคุณภาพการเข้าถึงและความสะดวกในการติดต่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการตลาดทางการกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มที่จะรับรู้ประสบการณ์ที่มีคุณภาพที่สูงขึ้นเมื่อพวกเขาสามารถเข้าถึงสถานที่ และร่วมกิจกรรมต่างๆ ได้</p> <p>การเข้าถึงพื้นที่การจัดงานแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● จุดหมายปลายทาง (Destination) ● สถานที่จัดงาน (Sport Venue) ● ที่พัก(Hotel) 	<p>● จุดหมายปลายทาง (Destination) คือ เป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว พื้นที่จัดงานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ต้องเป็นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก และมีความหลากหลายของการให้บริการขนส่งไม่ว่าจะเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ รถบัส รถตุรยยนต์ และควรมีป้ายแสดงจุดบริการขนส่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงที่หมายได้สะดวก</p> <p>● สถานที่จัดงาน (Sport Venue) ต้องมีการคมนาคมที่สะดวกเข้าถึงได้ง่าย เพื่อช่วยลดเวลา ลดระยะทาง และค่าใช้จ่าย ควรมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เพื่อการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>● ที่พัก (Hotel) สถานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวควรมีลักษณะของความสะอาด ปลอดภัย ราคาเหมาะสม ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพัก สถานที่ตั้งของที่พักสามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวได้ ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดงานเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>
<p>2. ด้านแหล่งที่พัก (Accommodation) ที่พักแรมเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทาง เช่น โรงแรม บังกะโล บ้านพักตาก</p>	<p>● สภาพแวดล้อม (Environment) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น การพิจารณาสภาพแวดล้อมของที่พัก เช่น</p>

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
<p>อากาศ ในการจัดหาที่พักนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจาก</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สภาพแวดล้อม (Environment) ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) ● ความคุ้มค่า (Value) 	<p>เสียง กลิ่น อุณหภูมิ ความสะดวกสบาย ความสวยงามของการตกแต่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และประสบการณ์ของผู้รับบริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พัก การปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเข้าพัก เช่น พนักงานต้อนรับ บุคลากร พนักงานทำความสะอาด พนักงานในร้านอาหารในที่พัก เป็นต้น ● ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวสามารถประเมินความคุ้มค่าด้านการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของที่พัก กับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เช่น อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สปา เป็นต้น
<p>3. ด้านสถานที่จัดงาน (Venue Quality) การประเมินคุณภาพของสถานที่จัดงานก็หาเกี่ยวข้องกับปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยบุคลากร ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สภาพแวดล้อม (Environment) ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) ● ความคุ้มค่า (Value) 	<ul style="list-style-type: none"> ● สภาพแวดล้อม ของที่จัดงาน (Environment) ปัจจัยสำคัญของสภาพแวดล้อมทางกายของที่จัดงาน เช่น ความสะอาดของห้องน้ำ ที่นั่งพัก ระบบเสียง ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง เหล่านี้เป็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อสถานที่จัดงาน ● การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactions) นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า คุณภาพในกรณีนี้อาจหมายถึงแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ มารยาท การตอบข้อซักถาม และความสนใจที่ส่งมอบให้กับผู้รับบริการ ● ความคุ้มค่า (Value) นักท่องเที่ยวจะคาดหวังและประเมินมูลค่าการให้บริการของ

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
	สถานที่จัดงานกับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าตัวเข้าร่วมชมกีฬา ซึ่งถือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญของการเข้าร่วม
<p>4.ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา (Contest Quality) การแข่งขันกีฬาที่เกิดขึ้นเป็นการบริการหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะคาดหวังในประเด็นต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการจัดการที่มีคุณภาพ (Process) ● กิจกรรมในงานที่มีคุณภาพ (Product) 	<ul style="list-style-type: none"> ● กระบวนการจัดการที่มีคุณภาพ (Process) หมายถึงวิธีการจัดการแข่งขัน ได้แก่ การจัดการองค์การ การตรวจสอบและควบคุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มต้นแข่งขันตามเวลาที่กำหนด คุณภาพของเจ้าหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ การแสดงผลของคะแนนที่ถูกต้อง เทคนิควิธีการแข่งขันใหม่ๆ พฤติกรรมของผู้ชมและการควบคุม และปัจจัยอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับการดำเนินการแข่งขัน ● กิจกรรมในงานที่มีคุณภาพ (Product) หมายถึง คุณภาพของการจัดงานในภาพรวม เช่น การปฏิบัติงานด้านต่างๆ ของบุคลากร

ที่มา : ปรับปรุงจาก David J Shonk. (2006).

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีคุณภาพต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายด้าน ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีการบริหารจัดการ มีความรู้ ทักษะ และการประสานงานที่รอบด้าน ตั้งแต่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค จนถึงเทคนิคการแข่งขัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณภาพเหนือกว่าความคาดหวัง ก่อให้เกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาซ้ำ

โศรยา หอมชื่น (2551) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่อาจกำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อขยายกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยวที่ถูกดึงดูดให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอาจเข้าถึงได้โดยทั่วไปตั้งเห็นได้จากการส่งเสริม.ประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวมวลชนเมื่อมีการจัดมหกรรมกีฬารั้งสำคัญ แต่ในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบไปด้วยตลาดเฉพาะที่แตกต่างกันหลายระดับ การทำความเข้าใจตลาดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Maier and Weber (1993 : 33-43) กล่าวถึง ตลาดเฉพาะกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ 4 กลุ่ม ตามระดับของกิจกรรมกีฬานักท่องเที่ยวเข้าร่วมในสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 3 ประเภทของกลุ่มและความต้องการของนักท่องเที่ยวยิงกีฬา

ประเภทของกลุ่ม นักท่องเที่ยวยิงกีฬา	ลักษณะของความต้องการ
1) กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top performance athletes)	นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้คือผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขัน จึงมีความต้องการเข้าถึงสนามแข่งขันได้อย่างสะดวก การมีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญ ผู้จัดการเดินทางและผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พัก และความต้องการด้านอาหารและโภชนาการ รวมทั้งการจัดเตรียมบริการทางการแพทย์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น อันจะส่งผลต่อการแสดงความสามารถและผลการแข่งขันของนักกีฬา
2) กลุ่มกีฬามวลชน (Mass sport)	นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้ต้องการรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์และแข็งแรงอยู่เสมอ มีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทาง สิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มตลาดนี้คือ การเข้าถึงสถานที่พักผ่อนในวันหยุดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา
3) กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional sports)	นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้ ชี้อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าความมุ่งมั่นหรือความทะเยอทะยานทางด้านกีฬา เป็นการแสวงหากีฬาที่จะเกิดขึ้นในเฉพาะบางโอกาส นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องใช้ทักษะและเวลาในการฝึกซ้อมมากนัก เช่น โบว์ลิ่ง สก๊อต และพายเรือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ดังนั้น กิจกรรมกีฬาจึงมิได้มีความสำคัญมากไปกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม และความสนใจอื่นๆ
4) นักท่องเที่ยวยิงกีฬาที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive sport tourists)	นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้มีได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใด แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าชมมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่และมีความสำคัญ ตลอดจนสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาอันทรงคุณค่า รวมไปถึงนักกีฬาผู้ฝึกสอนและบุคคลสำคัญทางการกีฬา นักท่องเที่ยวยิงกีฬากลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาที่มีจำนวนมหาศาล

ที่มา : ปรับปรุงจาก Maier and Weber (1993)

Reza Andam et al., (2015) ได้ศึกษาเรื่อง Providing a multidimensional measurement model for assessing quality of sport tourism services : Empirical evidence from sport conference as sport event tourism. หรือ การหาตัวแบบวัดผลหลากหลายมิติเพื่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากหลักฐานเชิงประจักษ์ในงานกีฬาที่จัดขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาแนวคิดของ Service Quality หรือ คุณภาพการบริการ โดยแนวคิดนี้ให้ความหมายคำว่า Service Quality คือความแตกต่างของระดับความคาดหวังของลูกค้าผ่านสินค้าและบริการที่ได้รับจากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ กับระดับความรู้สึกจริงจากการที่ลูกค้าได้รับบริการแล้ว หากสิ่งที่ลูกค้าได้รับนั้นเหนือความคาดหวังจะมีผลต่อระดับความพึงพอใจที่ดีขึ้น ซึ่งจะสะท้อนว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ โดยแนวคิดเรื่อง Service Quality นั้นถูกพัฒนามาจากแนวคิดของ Parasuraman (1985) ที่มีองค์ประกอบใน 5 มิติได้แก่ Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy สำหรับการศึกษาครั้งนี้มุ่งหาตัวแบบในการวัดคุณภาพการบริการในงานกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากการสำรวจ ผ่านแบบสอบถาม จำนวน 136 ตัวอย่างในงานกีฬาที่จัดขึ้น ซึ่งผลการศึกษานำเสนอคุณภาพการบริการในงานกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 มิติ ได้แก่ Venue quality (คุณภาพของสถานที่) Conference quality (คุณภาพของการจัดงาน) Access quality (คุณภาพในการเข้าถึงงาน) และ Trip quality (คุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว)

Yu (2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมกีฬาในการเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ชมและผู้ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ติดตามที่มีความสนใจในการเดินทางสู่ต่างประเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น เมื่อแฟนกีฬาเหล่านี้เดินทางเยือนประเทศต่างๆ ไม่เพียงแต่ใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางกีฬาเพียงเท่านั้น แต่ยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ทำให้มีเงินไหลเวียนเข้าสู่ธุรกิจของชุมชนอีกด้วย งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมกีฬาในการเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยคำถามจำนวน 49 ข้อ โดยถามจากนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยจำนวน 500 คน ผลการวิจัยพบว่ามี 6 ปัจจัยหลักที่สามารถจูงใจหรือดึงดูดใจให้ผู้ชมกีฬาตัดสินใจเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกาในลักษณะของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้แก่ 1) ต้นทุนสำหรับการเดินทาง 2) ความสนใจในกีฬาระดับอาชีพ 3) ความแตกต่างทางวัฒนธรรม 4) ความสนใจในการท่องเที่ยว 5) ประสบการณ์ในการชมกีฬาสด และ 6) โอกาสในการชมนักกีฬาที่ชื่นชอบ ผลของการวิจัยนี้ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมทางกีฬาสามารถเข้าใจถึงความสนใจและความคาดหวังของผู้ชมกีฬานานาชาติ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมกีฬา

สิริกานต์ ผ่องประเสริฐ (2550) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการส่วนผสมทางการตลาด

ของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกและเปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมระหว่างเพศหญิงและเพศชาย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ชมฟุตบอลจำนวน 480 คนจากสนามสโมสรทีมเหย้า 16 สโมสร ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการส่วนผสมทางการตลาดเพื่อใช้เก็บข้อมูลในการวิจัย ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์นำเสนอในรูปของร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่า T test ผลวิจัยที่สำคัญพบว่า 1) ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ให้บริการ ในส่วนร้านจำหน่ายของที่ระลึกมีความต้องการอยู่ในระดับน้อย 2) เปรียบเทียบความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีกระหว่างเพศหญิงและเพศชาย พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีความต้องการส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความต้องการด้านกระบวนการให้บริการ โทรศัพท์นวงจรปิดสำหรับย่อนภาพการยิงประตูและการเล่นช่วงที่สำคัญ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เรื่องการจัดบริเวณที่พักผ่อนสำหรับผู้เข้าชมและเรื่องการปรับปรุงอาคารสถานที่ สภาพแวดล้อมให้สะอาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อริสธรรม พรหมมะ, ระพีพรรณ ทองท่อ, มงคล นาครัตน์ และเทววรรณ นวลักษณ์ (2548) ศึกษา เรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็น ผู้บริหารภาครัฐ และเอกชนที่พักอาศัยใน 7 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ตและกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า 1) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกายของจังหวัดชลบุรีและจังหวัดเชียงใหม่ มีศักยภาพด้านบุคลากรในการบริหารงานกีฬาและการออกกำลังกายอยู่ในระดับสูง ด้านการเงินอุดหนุนการกีฬาและการออกกำลังกาย พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางทุกจังหวัด ด้านสถานที่สำหรับเล่นกีฬาและการออกกำลังกายพบว่า จังหวัดชลบุรีและเชียงใหม่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ด้านด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการกีฬาและการออกกำลังกาย พบว่า ชลบุรี เชียงใหม่ และสุราษฎร์ธานีมีศักยภาพในระดับสูง 2) แนวคิดและความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกาย พบว่าประชาชนมีความต้องการให้พัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก สำหรับการกีฬาเพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว นั้นประชาชนต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมกีฬามวยไทยเป็นอันดับแรก ส่วนการจัดกิจกรรมกีฬาและการออกกำลังกาย ประชาชนต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการคิดกิจกรรมด้านกีฬาและการออกกำลังกายในท้องถิ่น 3) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น ได้แก่ การกีฬาและการออกกำลังกายที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกาย ทุกจังหวัดต้องการให้ภาครัฐจัดการแข่งขันกีฬาในระดับประเทศหรือนานาชาติ เพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมการกีฬาและการท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กัน และต้องการให้

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติให้คงสภาพเดิมอย่างยั่งยืน รวมทั้งจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวด้านกีฬาและการออกกำลังกายเพิ่มประเภทการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เหมือนกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการทั้งด้าน ข้อมูล การคมนาคม ที่พัก ร้านอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง (2557) ที่ศึกษาความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามหลักองค์ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเข้าชมการแข่งขัน 1-5 ครั้งต่อฤดูกาล มีผู้ร่วมเดินทางมาชมการแข่งขันเป็นเพื่อน เดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ เลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพทั้งก่อนและหลังการแข่งขันรวมถึงท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เลือกช่วงเวลาในเดินทางไปท่องเที่ยวภายในวันที่แข่งขัน เลือกใช้บริการโรงแรม รีสอร์ท บังกะโลเป็นที่พัก เพราะความสะดวกสบายโดยการจองผ่านโทรศัพท์ รวมทั้งมีการซื้อสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกระหว่างการเดินทาง นอกจากนี้ กรรณิกา วรพันธ์ และ จินณพัช ปทุมพร (2558) ทำการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อำเภอบุหลอรรัตน์ จังหวัดขอนแก่น พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของอำเภอบุหลอรรัตน์ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและอยู่ในระดับที่ดี นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและแรงจูงใจดังนี้ 1) ความสนุกสนานบันเทิงใจ 2) สร้างมิตรภาพ และ 3) หลีกหนีความวุ่นวาย ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ควรพัฒนาระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจุดหมายปลายทางและยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่

สำหรับประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น Stephen D. Ross (2001) ได้สรุปภาพรวมไว้ดังนี้ คือ 1) กีฬาคือการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2) สร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่าน โรงแรม ร้านอาหาร สถานประกอบการ ร้านค้าต่างๆ 3) เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชน 4) สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแบบใหม่ 5) เพิ่มโอกาสในการใช้สถานที่ในชุมชนได้อย่างเต็มศักยภาพ 6) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายองค์กรผู้สนับสนุน 7) สร้างโอกาสและความบันเทิงให้แก่กลุ่มเยาวชน 8) ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ 9) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทาง 10) เป็นโอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน 11) สร้างอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น 12) ปรับปรุงขีดความสามารถขององค์กรหรือชุมชนที่ร่วมจัดกิจกรรมในด้านการตลาด 13) สามารถนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกิจกรรมกีฬาเพิ่มขึ้น 14) เพิ่มพลังการสนับสนุนจากชุมชนในด้านการกิจกรรมกีฬา

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ คมสัน สุริยะ และกุสุมาลย์ วรงค์สุรัตน์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าอุตสาหกรรมสนามกอล์ฟของจังหวัด เชียงใหม่มียอดขายในปี พ.ศ. 2545 เป็นมูลค่า 195 ล้านบาท แยกเป็นยอดขายจากลูกค้าต่างประเทศ ร้อยละ 43.40 ลูกค้าที่เป็นคนท้องถิ่นร้อยละ 39.78 และลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 16.82 ก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ 1,213 คน โดยเป็นการจ้างแคตตี้มากที่สุดถึง ร้อยละ 49.46 คิดเป็น จำนวน 600 คน มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากอุตสาหกรรมสนามกอล์ฟของจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่าประมาณ 115 ล้านบาท และเป็นมูลค่าเพิ่มในประเทศ 110.49 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 96.08 ของมูลค่าเพิ่มทั้งหมด ในส่วนของประสิทธิภาพของแรงงานในอุตสาหกรรมสนาม กอล์ฟของจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวัดด้วยดัชนีมูลค่าเพิ่มต่อจำนวนแรงงาน พบว่า มีค่าเท่ากับ 94,806 บาทต่อคนต่อปี หรือประมาณ 7,900 บาทต่อเดือน ผลประโยชน์ที่อุตสาหกรรมสนามกอล์ฟได้รับการ ท่องเที่ยวที่มาจากกรุ๊ปทัวร์ของชาวต่างชาติที่มาเล่นกอล์ฟ อาทิเช่น กรุ๊ปทัวร์ของเกาหลี ซึ่งเมื่อ เข้ามาเล่นในสนามใดแล้วจะทำให้มีผู้เล่นเต็มความจุของสนาม และทำให้แคตตี้มีงานทำมากขึ้น ซึ่งผลประโยชน์นี้จะยิ่งทวีมากขึ้นหากสามารถจัดการให้ทางกรุ๊ปทัวร์พานักกอล์ฟต่างชาติเหล่านี้ มาเล่นกอล์ฟกระจายไปแต่ละเดือนได้อย่างสม่ำเสมอ เพราะทางสนามกอล์ฟมักจะประสบปัญหา มีผู้มาใช้สนามอย่างคับคั่งในช่วงวันหยุดเทศกาลยาวหลาย ๆ วัน จึงทำให้เกิดภาพของความไม่ เพียงพอของความสามารถในการรองรับนักกอล์ฟทั้งที่ยังเหลือความสามารถในการรองรับอีกเกือบ หนึ่งเท่าตัว

Gibson, Willming and Holdnak (2003) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ขนาดเล็ก โดยทำการศึกษากับกลุ่มแฟนฟุตบอลบอลทีม Gator ของมหาวิทยาลัยฟลอริดา ในช่วงฤดู ใบไม้ร่วงปี 1999 กลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนฟุตบอลทีม Gator จำนวน 181 คน พบว่าแรงจูงใจหลักของ กลุ่มแฟนฟุตบอลทีม Gator คือ เกมการแข่งขัน แต่ก็ได้ใช้จ่ายเงินส่วนใหญ่เป็นค่าอาหารและการซื้อ สินค้าระหว่างการเข้าชมด้วย ในฤดูใบไม้ร่วงปี 2000 ได้การสัมภาษณ์แฟนฟุตบอล Gator แบบ เชิงลึก จำนวน 20 คน พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการเข้าร่วมชมการแข่งขันฟุตบอลมีดังนี้ 1) การเป็นแฟนฟุตบอล 2) การเดินทางไปยังสถานที่สำคัญของทีม Gator 3) การเดินทางไปพร้อม กับทีม นอกจากนี้แฟนฟุตบอล ยังมีโอกาสในการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการจัดการแข่งขันด้วย ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากใช้จ่ายใช้สอยเงินในระหว่าง การท่องเที่ยวของแฟนกีฬาดังกล่าว

Heather J. Gibson , Kyriaki Kaplanidou, Sung Jin Kang (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในสนามแข่งขันขนาดเล็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสังเกต การทำงานของคณะกรรมการกีฬาในชุมชน ภายใต้บริบทหลักของความยั่งยืน 3 ประการ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สนามกีฬาขนาดเล็กที่ทำการศึกษ จำนวน 6 สนาม ได้แก่ สนาม

วิ่งมาราธอน, การแข่งขันกีฬาผู้สูงอายุ, สนามยิงธนู, สนามฟุตบอล, สนามซอฟท์บอล และว่ายน้ำ ผลการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมกีฬาประเภทนี้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก ทั้งที่เป็นนักกีฬาและผู้ติดตาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมเป็นประจำทุกปี สนใจติดตามข่าวสารจากสื่อจำนวนเล็กน้อย มีการวางแผนเตรียมการล่วงหน้าสำหรับการเข้าร่วมแข่งขันช่วง 18 เดือนก่อนหน้าการแข่งขัน ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อออนไลน์และผู้จัดกิจกรรม และผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจัดแข่งขันกีฬานานาชาติมีความสอดคล้องกับโครงสร้างพื้นฐาน ทูททางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสำหรับชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

กีฬาและกิจกรรมเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวสู่สาธารณะ แม้ว่ากีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport event) ก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่และเป็นส่วนที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวตามกระแสของการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกายและการเป็นอยู่ที่ดี (สัจจา ไกรศรีรัตน์, 2560)

ตารางที่ 4 ประเภทและคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประเภทของการท่องเที่ยว เชิงกีฬา	คุณลักษณะ
กีฬาในระหว่างการท่องเที่ยว (Tourism with Sport content)	สำหรับกลุ่มนี้ กีฬาไม่ใช่เป้าหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาด้วยความบังเอิญอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว หรือเป็นส่วนหนึ่งของแผนการท่องเที่ยวที่อาจเปลี่ยนแปลงได้
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport participation Tourism)	ในกลุ่มนี้กีฬาคือเป้าหมายหลักของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่จัดกิจกรรมกีฬาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม ไม่ว่าจะในฐานะผู้เล่นหรือผู้ชม หรือไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมก็ตาม
การฝึกกีฬา (Sport training)	ในกลุ่มนี้กีฬาคือเป้าหมายหลักของการเดินทาง แต่เป็นการเดินทางเพื่อฝึกฝน เรียนรู้เพิ่มเติมประสบการณ์ด้านกีฬาจากผู้เชี่ยวชาญ อาจอยู่ในรูปของหลักสูตรระยะสั้น ระยะกลาง หรือจะเป็นแบบฝึกหัดอาชีพ สำหรับการเล่นให้กับทีมชาติหรือสโมสร

ประเภทของการท่องเที่ยว เชิงกีฬา	คุณลักษณะ
กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event)	เป็นกิจกรรมการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับกีฬา มีการวางแผนจัด ขึ้นในช่วงเวลาใดหนึ่ง เป็นรูปแบบที่พบเห็นโดยทั่วไปของการ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถ เป็นได้ทั้งสิ่งดึงดูดใจหลักให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่ง ท่องเที่ยว หรือเป็นกิจกรรมหนึ่งในแผนการเดินทาง

ที่มา : ปรับปรุงจาก Weed & Bull (2004 : 124 - 131)

กิจกรรมเชิงกีฬา (Sport Event) เป็นรูปแบบหนึ่งของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเจ้าภาพ ด้วยเหตุที่กิจกรรมเชิงกีฬาสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ชมกีฬา และสื่อมวลชน ให้เข้ามาในพื้นที่กิจกรรมที่จัดหากได้รับความสนใจและเผยแพร่ออกไปก็จะช่วยสร้างชื่อเสียง สร้างการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้กับเมืองหรือชุมชนที่เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน (Bull & Weed, 1999 : 144) นอกจากนี้ หากเมืองหรือชุมชนท้องถิ่นที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ วัฒนธรรมที่ไม่โดดเด่นเพียงพอที่จะใช้ในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวก็สามารถใช้การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้

สำหรับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม พบว่ารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟที่เหมาะสม ประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และได้นำรูปแบบการจัดการดังกล่าวไปใช้ พบว่า ชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนในภาพรวมว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวกหรือมีสภาพดีขึ้น นอกจากนี้ Stephen D. Ross (2001) ได้อธิบายประเด็นที่ต้องพิจารณาเตรียมการในกรณีที่ชุมชนหรือหน่วยงานใดได้สิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน หรือจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาร่วมกิจกรรม ดังนี้ 1) การสร้างความเชื่อมั่นว่าองค์การสามารถทำงานให้บรรลุผลสำเร็จได้ 2) การขอรับการสนับสนุนจากชุมชน 3) กำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ 4) ทำงานร่วมกับชุมชนในฐานะเจ้าภาพ 4) ประเมินศักยภาพการสนับสนุนทางการเงิน 5) รวบรวมข้อมูลและประสานงานกับเจ้าภาพร่วม 6) ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 7) กำหนดกิจกรรม

กีฬาและกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมการแข่งขัน 8) ส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มเป้าหมาย 9) กำหนดการแข่งขันหลัก 10) เตรียมการด้านสิทธิประโยชน์สำหรับผู้สนับสนุน 10) ยอมรับในความผิดพลาดที่ไม่สามารถควบคุมได้

จากความสำคัญของกิจกรรมเชิงกีฬาดังที่กล่าวมานำไปสู่การคาดการณ์ความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนกลยุทธ์ ทักษะด้านการสื่อสาร ทักษะด้านการทำงานเป็นทีม และสามารถทำงานภายใต้แรงกดดันที่สูงได้ Tassiopoulos (2005 : 32) ทั้งนี้ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬา ผู้รับผิดชอบควรมีความรู้ขั้นต้นในประเด็นดังต่อไปนี้ (Perry et al. 1996, : 85-93) 1) การตลาด 2) สื่อมวลชนสัมพันธ์ 3) การบริหารจัดการโครงการ 4) การจัดทำงบประมาณ 5) การติดต่อผู้สนับสนุน (สปอนเซอร์) 6) การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ 7) การวางแผนธุรกิจ 8) การวิจัยตลาด 9) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของท้องถิ่น และ 10) การวางแผนบริหารความเสี่ยงและกรณีฉุกเฉิน สำหรับ Embok (2007 : 1-4) กล่าวว่า ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 รายละเอียดกลุ่มงาน และกิจกรรมที่จำเป็นในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กลุ่มงาน	กิจกรรม
1) งานบริหารจัดการ	การจัดการด้านเวลา จัดการภาพรวมของกิจกรรม การจัดการเครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม จัดซื้อจัดจ้าง จัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล จัดการการเงิน
2) งานวางแผน	การวางแผนภาพรวมของงาน จัดทำกำหนดการภายในงาน ออกแบบและควบคุมการผลิตให้งานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ วางแผนด้านอาหารและเครื่องดื่ม วางแผนตกแต่งสถานที่ วางแผนกิจกรรมเสริมความสนุกสนานอื่นๆ วางแผนข้อมูลการสื่อสาร
3) การตลาด	การหาผู้สนับสนุน งานขาย รวมถึงการรับสมัครงานประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการขาย งานจัดแสดงสินค้า งานวางแผนการตลาด งานวางแผนเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
4) การปฏิบัติการ	งานเทคนิคต่างๆ งานสถานที่ การประสานงานกับผู้มีส่วนร่วมจัดการแข่งขัน การขนส่ง การเดินทางการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรม การติดต่อสื่อสาร การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมในส่วนของผู้ชม

กลุ่มงาน	กิจกรรม
5) ความเสี่ยง	รักษาความปลอดภัย การออกกฎระเบียบต่างๆ การประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ งานดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การเตรียมการเพื่อเหตุฉุกเฉิน การติดตามให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับ

ที่มา : ปรับปรุงจาก Embok (2007 : 1-4)

จากการทบทวนเอกสารพบว่า กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ องค์ความรู้ในเรื่องการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นำไปสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์ผู้จัดการแข่งขัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อนำไปสร้างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมได้

การจัดกิจกรรมเชิงกีฬาให้ประสบความสำเร็จอาศัยเพียงประสบการณ์อย่างเดียวอาจไม่เพียงพอเนื่องจากสภาพการแข่งขัน สภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำทลายความสามารถของผู้จัดกิจกรรม นอกจากนี้องค์ความรู้ในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาแล้ว ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนากิจกรรมให้มีความโดดเด่นก็เป็นเรื่องสำคัญ การมีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและนำองค์ความรู้เหล่านั้นมาผสมผสานกับการศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาจะสามารถนำไปกำหนดนโยบายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยวและท้องถิ่นได้ (สัจจา ไกรสรรัตน์, 2560)

Getz (1997 : 4-5) กล่าวถึง แนวทางการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาว่าอาจจะเป็นการจัดเพียงครั้งเดียว หรือหลายครั้งที่นอกเหนือจากการทำงานปกติของผู้ให้การสนับสนุนหรือหน่วยงานผู้จัด โดยมุ่งหวังเพื่อสร้างประสบการณ์บางอย่างนอกเหนือจากงานประจำ เช่น เพื่อการพักผ่อน เพื่อสังคม หรือเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผนและเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมีปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้องในการทำให้กิจกรรมนั้นมีความเป็นพิเศษนอกเหนือจากกิจกรรมธรรมดา ได้แก่

1) เป้าหมายหลากหลาย กิจกรรมที่วางแผนนั้นมีควรมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น วัตถุประสงค์ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสามารถบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ได้

2) ความสนุกสนาน กิจกรรมที่วางแผนสามารถสร้างความสนุกสนานสร้างบรรยากาศความมีอิสระเสรีจากความซ้ำซากจำเจของงานประจำ

3) ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน กิจกรรมพิเศษสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์และความต้องการในด้านการพักผ่อนหย่อนใจการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากความต้องการขั้นพื้นฐานได้ แรงจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นการสร้างความพึงพอใจและความพิเศษให้กับกิจกรรม

4) ความมีเอกลักษณ์ ผู้วางแผนจัดกิจกรรมควรทำให้กิจกรรมมีความสำคัญจนเกิดความรู้สึกห้ามพลาดในการเข้าร่วม ในการรับรู้ของผู้บริโภคการออกแบบงานที่น่าสนใจอาจเชื่อมโยงกิจกรรมที่จัดหากับสิ่งที่ชมด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์และส่งเสริมกิจกรรมด้วยการเชื่อมโยงสิ่งที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียวหรือสิ่งที่มันมาจากเกิดขึ้นที่

5) มีคุณภาพ คุณภาพของการจัดกิจกรรมก่อให้เกิดเอกลักษณ์และความพิเศษการจัดกิจกรรมที่มี คุณภาพสูงมาจากความสามารถของงานที่จัดขึ้น การมีคุณภาพสูงเกินกว่าที่ความคาดหวังของผู้เข้าร่วมจะนำไปสู่ความพึงพอใจ

6) ต้นตำรับของแท้ของเดิม การจัดกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของค่านิยมความเชื่อวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมนอกจากจะช่วยสร้างความเป็นต้นตำรับดั้งเดิมแล้วยังนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ให้กับกิจกรรมได้ชัดเจนขึ้น

7) ประเพณี กิจกรรมพิเศษจำนวนมากได้กลายเป็นประเพณีฝังรากลึกอยู่ในชุมชนและเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้เข้าชมเพราะความเก่าแก่และทำยังปฏิบัติของท้องถิ่น

8) มีความยืดหยุ่น กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นสามารถพัฒนาการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ไม่ตายตัวสามารถปรับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายได้ตามความเหมาะสม

9) การเป็นเจ้าของที่ดี การให้การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านเจ้าภาพที่ดีสร้างความรู้สึกเป็นเกียรติและความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

10) องค์ประกอบทางกายภาพที่ให้ความรู้สึกในถิ่นที่ คุณลักษณะของสภาพแวดล้อมทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถรับรู้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและบริบทของสถานที่จากภาพรวมของกิจกรรมที่เกิดขึ้น

11) สร้างแนวคิดในการจัดกิจกรรม ทุกองค์ประกอบของกิจกรรมควรส่งเสริมและเป็นไปในทิศทางเดียวกันภายใต้แนวคิดเดียวกันจะช่วยเสริมสร้างความสนุกสนานรื่นเริงความเป็นต้นตำรับวัฒนธรรมประเพณีและการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ การจัดการอย่างมีแนวคิดจะช่วยทำให้กิจกรรมนั้นมีความพิเศษ

12) สัญลักษณ์ มีการใช้พิธีกรรมร่วมกับสัญลักษณ์ในบรรยากาศของความสนุกสนานรื่นเริงสามารถทำให้กิจกรรมมีเอกลักษณ์และความพิเศษที่แตกต่างจากกิจกรรมทั่วไป

13) ตอบสนองเป้าหมายหลายกลุ่ม กิจกรรมที่จัดขึ้นหากสามารถตอบกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นเพื่อความสนุกสนาน เพื่อการศึกษา เพื่อสังคม วัฒนธรรมจะสามารถเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายยิ่งขึ้น

14) สะดวกสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่าย ความสะดวกจะดึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นนักวางแผนและกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ last minute ได้

จากแนวคิดด้านการจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาตั้งได้กล่าวมา ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นกระบวนการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ที่เหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ หรือการจัดการอีเวนต์

ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีขนาดเล็กหรือใหญ่ต่างพากันให้ความสำคัญกับการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยการทุ่มงบประมาณอย่างมหาศาลเพื่อแย่งกลุ่มเป้าหมายกัน โดยผ่านกิจกรรมพิเศษต่างๆ ที่เห็นได้ชัดอีกประการคือการจัดงานเพื่อทำการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพบปะรวมตัวกันของกลุ่มเป้าหมาย การจัดงานหรือที่เรียกว่า “อีเวนต์”(Event) จึงเติบโตพร้อมกับความก้าวหน้าของสินค้าประเภทต่างๆ เช่นกัน

นริศรา สนเอี่ยม (2552 : 35) ให้ความหมายของการจัดกิจกรรมพิเศษหรืออีเวนต์ว่า หมายถึง การจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงตราสินค้ากับกิจกรรมที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งโดยปกติมักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านกีฬา วัฒนธรรม และการกุศล โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการขาย และเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มปัจจุบันและลูกค้าที่คาดหวังเข้ามาร่วมกิจกรรมได้รับรู้รับทราบ ซึ่งปัจจุบันถือเป็นวิธีการทางการตลาดอย่างหนึ่งที่เรียกว่า “การตลาดเชิงกิจกรรม” (Event Marketing) โดยส่วนมากกิจกรรมพิเศษเหล่านี้มักจะมีผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsors) ที่มีการระบุชื่อในนามตราสินค้าหนึ่งอย่างหรือมากกว่านั้น เช่น การบินไทย Nike Coke ส่วนการเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรม (Sponsorship) มีความหมายถึงการให้การสนับสนุนทางการเงิน (Financial Support) ขององค์กร บุคคล หรือกิจกรรม เพื่อแลกกับการได้รับสิทธิ์ในการเผยแพร่ตราสินค้า โลโก้ (Logo) และการมีความสัมพันธ์ (Association) เป็นต้น การจัดกิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์มีส่วนช่วยให้ตราสินค้าและบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่กระชับระหว่างลูกค้าและบริษัท และสามารถนำมาใช้สร้างความสัมพันธ์ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญได้ เพราะกิจกรรมบางอย่างมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวนน้อย ไม่คุ้มค่าการลงทุน ตามที่เสริมยศ ธรรมรักษ์

และณัฐา ฉางชูโต (2549 : 119) ได้แบ่งกลุ่มการจัดกิจกรรมพิเศษกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 วิธี ดังนี้

1) กิจกรรมทางการตลาดที่จัดขึ้นเอง (Created Events) เป็นกิจกรรมที่บริษัทได้สร้างสรรค์ขึ้น รวมถึงการจัดงานเฉลิมฉลองต่างๆ เช่น การเปิดตัวสินค้า การจัดงานวันครบรอบบริษัทหรือตราสินค้า ทั้งนี้มุ่งไปที่ความคิดสร้างสรรค์ของกิจกรรม ความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจ

2) กิจกรรมทางการตลาดที่ผู้อื่นจัดขึ้น (Participating Event) เป็นการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยผู้อื่น เช่น การจัดแสดงสินค้า (Trade Shows or Expo)

โดยกิจกรรมพิเศษเหล่านั้นสามารถทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเป้าหมาย 3 ประเภท ได้แก่

1) กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวกับตัวสินค้า (Product Event) เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับสินค้า

2) กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวกับองค์กร (Corporate Event) เน้นการจัดกิจกรรมเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กรมากกว่าตัวสินค้า

3) กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวกับชุมชน (Community Event) โดยเฉพาะชุมชนที่อยู่รอบๆที่ตั้งของบริษัทที่ผลิตสินค้า

โดยในการจัดกิจกรรมพิเศษต้องพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่

- 1) กิจกรรมต้องมีความชัดเจน และมีความหมายมากพอกับสินค้าหรือองค์กร
- 2) กิจกรรมต้องไม่ทำให้ตราสินค้าสูญเสียเอกลักษณ์ (Brand Identity)
- 3) กิจกรรมต้องสามารถโน้มน้าว ดึงดูด และกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี
- 4) กิจกรรมต้องมีคุณค่า อยู่ในกระแสความสนใจของสื่อมวลชน ต้องมีความแปลก ใหม่ ยิ่งใหญ่ โดดดัง

5) กิจกรรมต้องสามารถทำหน้าที่ผสมผสานความสัมพันธ์ขององค์ประกอบการสื่อสารการตลาดเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนกิจกรรม เป้าหมายทางการตลาดของสินค้าหรือองค์กรอย่างกลมกลืน

สำหรับ O'Toole and Milolaitis (2002) ได้เสนอรูปแบบของกิจกรรมพิเศษไว้ดังนี้

1) กิจกรรมเกี่ยวกับองค์กร (Corporate Event) ไม่ว่าจะเป็นการแจกรางวัล งานเปิดตัวต่างๆ การร่วมงานแสดงสินค้า การเดินสายให้ข้อมูลองค์กร (Road Show) งานฉลองเปิดสาขาใหม่ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมวิชาการหรือวิชาชีพ เป็นต้น

2) การจัดสัมมนา

3) กิจกรรมพิเศษภายในองค์กร (Internal Corporate Event) เช่น งานสังสรรค์พนักงาน

4) กิจกรรมสรรหาพนักงานใหม่ (Recruitment Event)

5) กิจกรรมระดมทุน (Fund-raising Event)

- 6) นิทรรศการทางการค้า (Trade Exhibition)
- 7) การแข่งขันกีฬา (Sport Exhibition)
- 8) กิจกรรมเพื่อชุมชน (Community / Public Event)

สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ (2557 : 1-2) ให้ความหมายธุรกิจบริการจัดงาน หรือ Event Management ว่าครอบคลุมการจัดงานหลากหลายประเภท ได้แก่ จัดประชุมสัมมนา จัดประกวด การจัดงานแสดงสินค้า จัดกิจกรรมพิเศษ และจัดงานสังสรรค์ รวมไปถึงรับจ้างก่อสร้างตกแต่งสถานที่ และรับงานประชาสัมพันธ์ ให้บริการระบบแสงสีเสียง การแสดงบนเวที การจัดคอนเสิร์ต จัดฉายภาพยนตร์ เป็นต้น ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจมีทางเลือกในการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าและบริการในรูปแบบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดโปรโมชั่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการทำการตลาดในเชิงกิจกรรมหรือการจัดงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากการจัดงานสามารถสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง จึงกล่าวได้ว่า ปัจจุบันการจัดกิจกรรมทางการตลาดมีบทบาทอย่างมาก เนื่องจากเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่สามารถสร้างประสบการณ์ และความประทับใจ รวมทั้งพฤติกรรมให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายได้ ทำให้หลายองค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และเอกชนได้ทุ่มงบประมาณการตลาดมหาศาลให้กับการจัดกิจกรรมทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นอีเวนต์ขนาดปานกลาง (Medium Scale Events) เช่น การเปิดตัวสินค้าของบริษัท หรือแม้กระทั่งอีเวนต์ขนาดใหญ่ (MEGA Events) ซึ่งเป็นอีเวนต์ระดับประเทศ หรือระดับโลก

दन्य रेविसकुल (2559 : 1902) ได้ศึกษาขั้นตอนการสร้างงานอีเวนต์: กรณีศึกษา นิทรรศการอาภรณ์ 1 2 และ 3 เนื่องจากมีความเห็นว่าแม้จะยังไม่มีภาระของงานอีเวนต์อย่างชัดเจน แต่ผู้รับจ้างจัดงาน กลุ่มลูกค้า หรือผู้ที่สนใจศึกษาด้านนี้ต่างมีความเข้าใจถึงภาพรวมของงานอีเวนต์ ความสำคัญและขั้นตอนการทำงานที่มีหลากหลายต้องใช้การประสานงานกับคนจำนวนมาก ซึ่งแน่นอนว่าผู้ที่ขาดประสบการณ์ในการดำเนินงานมักจะต้องเรียนรู้และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยปัจจัยต่างๆ เพื่อให้งานราบรื่นมากที่สุด ผลการศึกษาจึงได้สรุปขั้นตอนการสร้างงานอีเวนต์ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่ประกอบอาชีพรับจัดงานและผู้มีประสบการณ์ นำมาวิเคราะห์ร่วมกับประสบการณ์การจัดงานอีเวนต์ของตนเอง เพื่อให้ได้ขั้นตอนการดำเนินงานและเทคนิคที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจงานด้านการจัดงานอีเวนต์และผู้ประกอบการต่างๆ ในการดำเนินงานให้ได้ผลตามเป้าหมายที่วางแผนไว้สูงสุด ผลการศึกษาขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ มีดังนี้ 1) โจทย์การจัดงาน เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญในการทำงานอีเวนต์ เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นที่ผู้จัดงานต้องเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมายและเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย การรับโจทย์จากลูกค้า กำหนดวัตถุประสงค์หรือแนวทาง สรุปหัวข้อการทำงาน 2) เตรียมงาน คือการลงมือปฏิบัติงานในส่วนก่อนเริ่มติดตั้งผลงาน เป็นขั้นตอนที่ใช้เวลาและ

ทักษะการปฏิบัติงานสูง ขั้นตอนการเตรียมงานได้แก่ วางแผนงาน ระดมความคิด ออกแบบงาน ผลิตชิ้นงาน เช่น ด้านการออกแบบงานกราฟฟิก งานสิ่งพิมพ์ รูปแบบของงาน งานมัลติมีเดีย เทคนิคพิเศษ ออกแบบกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นภายในงาน 3) ปฏิบัติงาน หมายถึง ช่วงการทำงานตั้งแต่การติดตั้งงาน จนกระทั่งรื้อถอนงาน เป็นขั้นตอนที่เจ้าของงานและผู้จัดงานเห็นงานอีเวนต์เป็นรูปร่างมากที่สุด ในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย การติดตั้งผลงาน ฝึกซ้อมคิว ดำเนินงานวันจริง และรื้อถอน โดยผู้จัดงานต้องวางแผนการดำเนินงาน จำนวนทีมงาน ระยะเวลาการเข้าออกสถานที่ เพราะส่วนมากการติดตั้งงานมักจะมีเวลาเพียง 1 คืนก่อนงานเลิก และ 1 คืน สำหรับการรื้อถอน 4) ประเมินผล ขั้นตอนการประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้าย แต่เป็นช่วงที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการลงทุนด้านงบประมาณ เวลา ทรัพยากรต่างๆ ต้องให้ได้งานอีเวนต์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานสูงสุด ซึ่งผู้จัดงานอาจจะประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้า จากแบบประเมิน หรือ สรุปเป็นมูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ Goldblatt (1997) ที่ได้เสนอกระบวนการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ คือ 1) การวิจัย (Research) 2) การออกแบบ (Design) 3) การวางแผน (Planning) 4) การประสานงาน (Coordination) และ 5) การประเมินผล (Evaluation) โดยผลจากการสัมภาษณ์นักวิชาชีพด้านการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษของ Goldblatt พบว่า การวิจัยและการประเมินผลการจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นขั้นตอนที่สำคัญและต้องใช้เวลามากที่สุด เพราะหากผู้บริหารจัดการกิจกรรมพิเศษให้เวลากับการวิจัยมากเท่าใด ก็จะใช้เวลาในการวางแผนและค่าใช้จ่ายในการทำงานน้อยตามเท่านั้น

นอกจากนี้ วราภรณ์ ฉัตรชาติ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษในมุมมองของนักวิชาชีพ รูปแบบและกระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษ ความจำเป็นของความคิดสร้างสรรค์ และทักษะที่จำเป็นของผู้ปฏิบัติงานการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ คือ 1) การสื่อสารแบบสองทางที่เน้นการสร้างประสบการณ์ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสัมผัสทั้งห้า คือรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส 2) กระบวนการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์จะเริ่มต้นจากการวิจัยหาข้อมูล การวางแผนอย่างละเอียด การปฏิบัติตามแผน และการประเมินผล 3) ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษและมีบทบาทสำคัญที่สุดในช่วงพัฒนาแผนงาน แต่ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีจะต้องสะท้อนกลยุทธ์การตลาดขององค์กรด้วย 4) ทักษะที่สำคัญของผู้ปฏิบัติงานการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ประกอบไปด้วย 7 ทักษะ ดังนี้ ทักษะด้านความรู้ ด้านการบริหารจัดการ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น การสื่อสาร ด้านคอมพิวเตอร์ และคุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น ขยัน ใฝ่รู้ เรียนรู้เร็ว ละเอียดรอบคอบ

จากข้อมูลดังกล่าวมา แนวคิดการจัดการอีเวนต์มีความสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากกีฬาและกิจกรรมเชิงกีฬาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวสู่สาธารณะ แม้ว่ากีฬาและการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่แยกส่วนกัน แต่กิจกรรมเชิงกีฬาก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้ ผู้วิจัยสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและขั้นตอนการจัดการกิจกรรมพิเศษเพื่อพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ด้วยการสร้างแนวคำถามในการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนี้เพื่อพัฒนาแนวทางให้ผู้จัดสามารถดำเนินกิจกรรมได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วยความคิดสร้างสรรค์ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีประสบการณ์ร่วมและเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะหากเป็นกิจกรรมที่แปลกใหม่ผู้ร่วมงานก็จะยิ่งตื่นเต้นและตอบรับงานได้อย่างเต็มที่ ทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประสบความสำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว

ชุมชนหรือเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination) เป็นแหล่งหรือสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือเจ้าบ้านที่ร่วมมือกันสร้างสรรค์มูลค่า (co-creation) เพื่อสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวและความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คำว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourist Destination) มีความหมายหลากหลายและขนาดแตกต่างกันอาจหมายถึง ทวีป ประเทศ ภูมิภาค เมือง หรือชุมชน เป็นต้น (สัจจา ไกรศรรัตน์ และวรลักษณ์ สุเมธ, 2560) การแข่งขันของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันสูงขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวจึงได้ประยุกต์และนำแนวคิดการสร้างแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวของประเทศเพื่อสื่อสารนำเสนอสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่นักท่องเที่ยวทั่วโลกให้สามารถแข่งขันได้ สถานที่ หรือที่หมายปลายทางจึงควรมีตราที่รวมเอา คุณลักษณะ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสถานที่นั้นๆ เพื่อใช้ในการสื่อสารสร้างพันธะกับผู้บริโภค การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องของการสร้างแบรนด์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ต่อสถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยว จังหวัด เมือง หรือ ประเทศ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก จดจำ สร้างอารมณ์ความรู้สึก ภาพลักษณ์ในผู้บริโภค โดยคำว่า Destination Branding ก็คือ Place Branding หมายถึงการสร้างแบรนด์สถานที่หนึ่งๆ นั้นเอง (สัจจา ไกรศรรัตน์ และทัศนีย์ นาคเสนีย์, 2560 : 24) อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงความคิดเห็นว่าแนวคิดในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดในการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากว่าสถานที่ท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ คำนิยามมีความหลากหลายและแปรเปลี่ยนไปจากอดีตซึ่งค่อนข้างจำกัดขอบเขต จนปัจจุบันมีขอบเขตกว้างขึ้นเพื่อให้

ครอบคลุมการดำเนินงานด้านการตลาดที่เปลี่ยนไปเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555 : 18) Anholt (2009 : 6) ได้ให้ความหมายของการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวว่า คือ กระบวนการในการสร้างจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน แบรินด์หรือตราสินค้า คือ อัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่เปรียบเทียบกับ คู่แข่งขัน แบรินด์คือสิ่งที่ทำให้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ ดังนั้น การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวคือการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว นั่นคือ ทำอย่างไรให้คนอยากมาเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ซึ่งอาจจะประเทศ เมือง จังหวัดก็ได้ อาจเรียกแบบ เห็นภาพชัดๆ ก็คือการสร้างแบรนด์ให้สถานที่ที่มีชื่อเสียง สำหรับประเทศไทยถ้าเป็นเรื่องการสร้าง แบรินด์การท่องเที่ยวจะเห็นภาพชัดเจนมากคือภาพอะเมซิงไทยแลนด์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อสารออกมาได้อย่างดี

Blain et al. (2005: 328-338) เสนอว่าการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวมีกระบวนการดังนี้

1. การหาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของสถานที่นั้น รวมถึงการสร้างชื่อ สัญลักษณ์ หรือ รูปภาพ
 2. การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่สัญญาไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดี ต่อสถานที่นั้น
 3. การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบและสามารถจดจำสถานที่นั้น
- สอดคล้องกับ Wanjiru (2006 : 84-95) ได้เสนอแนวทางว่าการสร้างแบรนด์ประเทศให้ แข็งแรงควรกระทำดังนี้ คือ

1. แบรินด์นั้นจะต้องนำเสนอในสิ่งที่สามารถทำได้ เพราะจะต้องปฏิบัติได้ตามสัญญา
2. แบรินด์นั้นจะต้องแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีหรือชื่อเสียงของประเทศ
3. แบรินด์นั้นจะต้องถูกสร้างเพื่อให้นักท่องเที่ยวคุ้นเคยและเกิดการยอมรับ

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของประเทศเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังพื้นที่ อนึ่งหากพิจารณาจากกรณีศึกษาการสร้าง แบรินด์การท่องเที่ยวจากกล่าวได้ว่ามีหลายประเทศ หลายจังหวัดที่ประสบความสำเร็จ เช่น จังหวัด น่าน มีการสร้างภาพลักษณ์โดยใช้วิถีความเป็นน่านภายใต้ “แบรินด์จังหวัดน่าน” ซึ่งมีแนวทางคล้าย กับโมเดลการสร้างแบรนด์เมืองต่างๆ ในต่างประเทศ โดยเป้าหมายคือ ต้องการให้คนข้างนอกมองเห็น ในคุณค่าของความเป็นน่านในมุมมองต่างๆ ที่อาจยังไม่เคยเห็น ทำให้เกิดความน่าสนใจและต้องการ เข้ามาค้นหาด้วยตัวเอง รวมทั้งความครบถ้วนที่น่านมี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตประเพณี อาหาร การเกษตร ทำให้มีรูปแบบในการท่องเที่ยวหลากหลายเช่นกัน ผลที่ ตามมาก็คือ น่านจะเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่นักท่องเที่ยวเริ่มนึกถึงมากขึ้น และเมื่อมีกิจกรรม ที่หลากหลายขึ้นก็ทำให้นักท่องเที่ยวอยู่นานขึ้น และจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวย่อมต้อง

สะพัดมากขึ้นเช่นเดียวกัน เมื่อน่านถือเป็นจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวได้เกือบทุกรูปแบบ แม้ภาพลักษณ์จะดูว่าเป็นเมืองที่ค่อนข้างเรียบง่าย แต่ก็ยังมีกิจกรรมที่สามารถตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเรื่องความตื่นเต้นและการผจญภัย รวมทั้งยังมีกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมองหาประสบการณ์เช่นไร ก็สามารถมาเที่ยวที่น่านได้ทั้งสิ้น โดยเฉพาะ 6 กลุ่มหลักๆ ต่อไปนี้ 1) Experience Explorer หรือ Unseen Seeker นักท่องเที่ยวที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ตัวเอง และมองหาที่เที่ยวแบบ Unseen เพื่อหาความตื่นเต้นจากสถานที่ใหม่ และเป็นผู้บุกเบิกสถานที่สวยงามก่อนคนอื่น 2) Story Consumer นักท่องเที่ยวที่นิยมเสพเรื่องราวจากการท่องเที่ยว หรือแสวงหาความรู้ทางประวัติศาสตร์และที่มาของสิ่งรอบตัว 3) Physical Challenger กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้แสวงหาความท้าทายให้ชีวิตและชอบทดสอบความแข็งแกร่งของร่างกาย 4) Chaos Escaper นักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความสงบ และต้องการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวาย ความตึงเครียดและภาระหน้าที่ในชีวิตประจำวัน 5) Cultural Exchanger กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ชื่นชอบในการเรียนรู้วัฒนธรรมในที่ต่างๆ ที่ตนไปเยือน และ 6) Better than Never นักท่องเที่ยวที่ชอบไปเยือนในที่ที่ไม่เคยไป และพยายามแสวงหาที่เที่ยวใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยแบรนด์น่านใช้กลยุทธ์การสร้างความผูกพันผ่าน 8 คุณค่า ได้แก่ 1) Handcraft เน้นทำกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดไอเดียสร้างสรรค์ เช่น ฝึกทอผ้าที่บ้านชาวหลวง 2) Agricultural สำหรับผู้ที่ชอบเที่ยวแบบเกษตร เพื่อหาความหมายของชีวิตและความสุขที่ยั่งยืนโดยการไปพักโฮมสเตย์กลางท้องนา 3) Adventure ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้น รักการผจญภัย ชอบพิชิตความท้าทายและเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ทั้งการเดินป่าล่ากามาแพ 4) Nature การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ สำหรับผู้ชอบความบริสุทธิ์และสวยงามแบบธรรมชาติ เพื่อหาความสงบและหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในเมือง 5) Slow life สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการปลดปล่อยเวลากับบรรยากาศรอบตัว ตื่นเต้นกับมนต์เสน่ห์วิถีน่าน และชาร์จพลังให้กับชีวิต 6) Foodies สำหรับนักท่องเที่ยวสายกิน ทั้งอาหารพื้นถิ่นที่อร่อยตามวิถีน่าน พร้อมได้ลองทำจริงด้วยตนเอง 7) Story สำหรับกลุ่มคนที่รักการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ รวมถึงการเที่ยวให้ซึ่งถึงรากของอารยธรรม ผ่านโองและวัดต่างๆ 8) Local life สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกิจกรรมความวุ่นวายในเมือง มาลองดำเนินและเรียนรู้วิถีชีวิตแบบชาวท้องถิ่น อาทิ ดูชีวิตของชาวบ้านสองฝั่งริมน้ำ และด้วยความครบของทรัพยากร “น่าน” สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ใดจากการท่องเที่ยวก็ตามจังหวัดน่านสามารถสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวตามคุณค่าที่จะส่งมอบให้กับนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นจากกรณีตัวอย่างเราจึงสามารถอธิบายได้ว่า จังหวัดน่านมีการนำเอารากเหง้าทางด้านวิถีชีวิต ประเพณี มาสานต่อเป็น Brand Destination ที่ผู้คนต่างถิ่นจับต้องได้

อีกหนึ่งตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว คือ จังหวัดบุรีรัมย์ ภายใต้การนำของอดีตนักการเมือง นายเนวิน ชิดชอบ ที่ใช้วิธีการทำตลาดและการแก้ปัญหาจน จังหวัดบุรีรัมย์กลายเป็น Sport Destination ที่ผู้คนต้องมาเยี่ยมชม โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ ปัญหาเชิงพื้นที่ คือ บุรีรัมย์เป็นเมืองแห้งแล้ง ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพนมรุ้งถึง แต่เมืองก็ไม่มีเสน่ห์มากพอที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวหยุดพักที่นี้กลับไปพักที่จังหวัดใกล้เคียงทำให้บุรีรัมย์มีรายได้จากการท่องเที่ยวราว 5% ของการท่องเที่ยวเท่านั้น จากนั้นคณะทำงานจึงใช้แนวคิดการแก้ปัญหาโดยการสร้างเมืองบุรีรัมย์ให้ กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่ในเมืองไม่มีทรัพยากรทางธรรมชาติจึงใช้การสร้างทีมฟุตบอลขึ้นมาเป็น แม่เหล็ก เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2009 ที่ประกาศว่าจะก่อตั้งทีม โดยเริ่มซื้อตัวนักฟุตบอลจาก ต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแอฟริกา สเปน ซึ่งการซื้อตัวนักฟุตบอลที่เป็นตัวทีมชาติระดับทีมเยาวชน ของชาติแต่ละครั้งก็จะปรากฏเป็นข่าวในท้องถิ่น วงการฟุตบอลก็ต้องค้นหาจากกูเกิ้ลว่า “ทีมบุรีรัมย์ ยูไนเต็ต” คือใคร ทำไมจึงกล้าซื้อตัวนักฟุตบอลเหล่านี้ หลังจากนั้นก็สร้างสนามฟุตบอลซึ่งสร้างเร็ว ที่สุดในโลกและใหญ่ที่สุดในโลกในเอเชีย รวมทั้งสร้างสนามแข่งรถที่เร็วที่สุดในโลกเช่นกัน สามารถรองรับ การแข่งขัน F1 กับ Motor GP ได้ กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ในวันธรรมดาที่แม้ไม่มีแมตช์แข่งขัน ก็ยังมีคนมาเยี่ยมชมถึงวันละเกือบ 5,000 คน ภายใต้หลักคิด 3 ข้อ คือ 1) แปลก 2) อลังการ 3) มาตรฐานระดับสากล และนอกจากนี้ต้องมีการคืนกำไรสู่สังคมเพราะเมื่อทำแบบนี้สังคมก็จะมี ส่วนร่วมกับธุรกิจเอง ดังนั้นโดยส่วนตัวนายเนวิน ชิดชอบจึงทำโรงแรมแค่ 60 ห้องพัก ทั่วๆ ที่ทำ โรงแรมจำนวนมากกว่านั้นได้ แต่เพราะอยากให้นักธุรกิจคนอื่นในท้องถิ่นได้โอกาสด้วยจึงกลายเป็นว่า ชาวบุรีรัมย์ทั้งหมดมีความรู้สึกส่วนตัวเป็นเจ้าของทีมบุรีรัมย์ด้วย จึงกล่าวได้ว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีการ นำกีฬามาพัฒนาควบคู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจนเรียกว่าเป็นเมือง 2 ปราสาท คือ ปราสาท สายฟ้ากับปราสาทพนมรุ้ง โดยใช้หลักการขับเคลื่อนบุรีรัมย์ 4.0 คือ 1) บริหารจัดการนวัตกรรมและ เทคโนโลยีในทุกพื้นที่ 2) ใช้กลไกประชารัฐ ซึ่งในพื้นที่ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งมากขณะที่ภาค ราชการจะเร่งพัฒนาให้ก้าวทันด้วย รวมทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขัน และนวัตกรรมที่ต่อยอดแนวคิดการเปลี่ยนผ่านสู่อุตสาหกรรมแห่งอนาคต การพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากชนบทสู่เมืองอย่างเข้มแข็ง บุรีรัมย์จึงเป็นเมืองที่ ประสบ ความสำเร็จในการสร้างแบรนด์สถานที่ เพราะนอกเหนือจากธุรกิจการท่องเที่ยวจะไปได้ดีแล้ว ชุมชน ยังสามารถสร้างรายได้จากที่พัก ที่กิน ของที่ระลึก ถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเข้มแข็ง สามารถสร้างเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้แนวคิดการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของ การตลาด เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (ประเทศ จังหวัด ชุมชน) เพื่อนำไปสู่การกำหนด แนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยววันนั้นๆ เป็นการ

นำเอาหลักการตลาดมาใช้ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมองว่า ประเทศ จังหวัด ชุมชน คือผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีการตลาดต้องบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงต้องสามารถสร้างผลตอบแทนแก่ชุมชนเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วย ในมุมมองของความยั่งยืนจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากชุมชนในพื้นที่ในการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านภูมิสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ วิถีชีวิตที่เป็นจุดแข็งทางการท่องเที่ยวให้คงอยู่จนถึงรุ่นลูกหลาน

เมื่อพิจารณาถึงจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์การท่องเที่ยวในฐานะผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ในมุมมองของเจ้าบ้านผู้ทำหน้าที่ในการสื่อสารแบรนด์ท่องเที่ยวพบว่า การกำหนดจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมา และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นบริบทเชิงพื้นที่ Kavartxis (2004) กล่าวว่า ทุกสิ่งในชุมชนในพื้นที่สามารถเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์ของสถานที่แหล่งนั้นได้ โดยพบว่าเครื่องมือในการสื่อสารแบรนด์การท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ 1) การสื่อสารเบื้องต้น หมายถึงกิจกรรมหรือการดำเนินวิถีชีวิตภายในชุมชนตามปกติ 2) การสื่อสารภาพลักษณ์ผ่านสื่อหรือกิจกรรมที่เกิดจากการวางแผน เช่น ป้ายโฆษณา สารคดีนำเที่ยว แผ่นพับ 3) การสื่อสารผ่านสื่อที่ควบคุมไม่ได้ เช่น การพูดแบบปากต่อปาก ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของเมืองหรือการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับสถานที่ ดังนั้นทิศทางการสื่อสารจากแหล่งต่างๆ ควรมีความสอดคล้อง สนับสนุนกันในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว ผู้สร้างแบรนด์ต้องหยิบจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏและมีอยู่จริงในพื้นที่มาใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับ ศลิษา ธีรานนท์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2559) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อม 2) ภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว 3) ภาพลักษณ์ด้านปัจจัยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 4) ภาพลักษณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติและ 5) ภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากแนวคิดการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาสภาพการณ์ด้านการตลาดและการสื่อสารภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนำมาใช้สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เนื่องจากการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวที่ดีควรมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายและสร้างการรับรู้ได้ทันทีโดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่

แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 64 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมาย โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดท่ายุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดท่ายุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2560 โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้ง กำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) จากปัจจัยแนวโน้ม และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งภายในประเทศและทั่วโลก เช่น ด้านโครงสร้างประชากร ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การเพิ่มบทบาทของประเทศมหาอำนาจต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและความเสื่อมโทรมสิ่งแวดล้อม สภาวะการณ์เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อความท้าทายในการพัฒนาประเทศในทุกมิติ การพัฒนาประเทศจึงจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์การพัฒนาที่ครอบคลุมทุกมิติและทุกด้าน ต้องมีความร่วมมือในลักษณะประชารัฐจากภาคส่วนต่าง ๆ ในรูปแบบของหุ้นส่วนการพัฒนาที่เป็นการดำเนินงานอย่างบูรณาการ

ดังนั้น ภายใต้เงื่อนไขโครงสร้างประชากร โครงสร้างเศรษฐกิจ สภาพสังคม สภาพภูมิอากาศ และสิ่งแวดล้อม และปัจจัยการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการวางแผนการพัฒนาที่รอบคอบและครอบคลุมภายใต้ วิสัยทัศน์ประเทศไทย “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ” ทั้งนี้ คณะทำงานร่างยุทธศาสตร์ได้ให้คำนิยามไว้ว่า

ความมั่นคง หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง

ความมั่งคั่ง หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืนจนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน

ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้ การรักษา

และการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยมีรายละเอียดสรุปดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสถานะแวดล้อมของประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย และมีความสงบเรียบร้อยในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อมสามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ทุกรูปแบบ

2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเคยทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงจูน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคม และขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจูน

3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้านและมีสุขภาพที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง

5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ และความเป็นหุ้นส่วน ความร่วมมือระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาทภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการในระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขัน มีขีดสมรรถนะสูง ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการวิจัย เรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกกับยุทธศาสตร์ชาติข้อที่ 2 คือ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รายละเอียดดังนี้

ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น การผันผวนของเศรษฐกิจโลก กฎระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ทักษะของแรงงาน โครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัย และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถของประเทศจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบที่จะส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้และต่อยอดภาคการผลิตและบริการในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในปัจจุบันไปสู่ภาคการผลิตและบริการใหม่ที่มีศักยภาพ สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนา

บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโลกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ และการท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญข้อหนึ่งที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ข้อนี้ คือ การเป็นแม่เหล็กการท่องเที่ยวระดับโลก โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน ทั้งนี้ได้ใช้แนวคิดท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว การทำการตลาด และการบริหารจัดการสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ ครอบคลุมถึงแนวคิดท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ที่ใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาคไปพร้อมกัน ผ่านการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์จากเมืองหลักสู่เมืองรอง โดยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศ เช่น เส้นทางจุดร่วมทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงและส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมการทำการตลาดร่วมกันในเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในประเทศอีกด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวมาจึงอธิบายได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีแนวคิดที่สอดคล้องเชื่อมโยงกับประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีศักยภาพ สามารถสร้างผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมได้ในวงกว้าง จากข้อมูลของ ททท. พบว่า ในปี 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไม่ต่ำกว่า 21,003 ล้านบาท

2) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเป็นนำเอาศักยภาพเชิงพื้นที่ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ มาใช้สร้างมูลค่า และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองหรือชุมชนที่เป็นเจ้าภาพจัดกิจกรรม เพื่อใช้ในการสร้างชื่อเสียงและประชาสัมพันธ์เมืองให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น เช่น จอมบึงมาราธอน ริเวอร์แควอินเตอร์เนชั่นแนลโทรฟี่ ชะอำบิกินีปีซรัน ตะนาวศรีเทรล เกษตรกำแพงแสนมินิมาราธอน นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีประสบการณ์และศักยภาพ สามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติหลายรายการ

3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเป็นการผสมผสานอัตลักษณ์ความโดดเด่น มรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม ความเป็นท้องถิ่น ชนบท เมือง และกีฬา สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่และเชื่อมโยงสู่เส้นทางการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ขยายโอกาสด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคและของประเทศ เช่น กิจกรรมการบินสามสัมพันธ์ไทย - เมียนมา ครั้งที่ 4 "ครอสคันทรี่ 2 แผ่นดิน" ณ จุดผ่านแดนบ้านพุน้ำร้อน จ.กาญจนบุรี เมื่อวันที่ 28 มกราคม 2561

4) ภูมิภาคตะวันตกมีการนำนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว เช่น การใช้เทคโนโลยีสื่อสารภาพลักษณ์การจัดกิจกรรมผ่านช่องทางต่างๆ ด้วยคอนเท้นท์ที่แปลกใหม่และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การใช้เทคโนโลยีให้บริการด้านการรับสมัครและการชำระเงิน การตัดสินใจผลการแข่งขันด้วยระบบชีพ การใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาสร้างแคมป์ความรู้แก่นักกีฬา เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ให้ความสำคัญในประเด็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการประกอบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น มีการรณรงค์ให้ใช้แก้วน้ำใบเดียวตลอดงาน ส่งเสริมการลดใช้พลังงานและการปลูกจิตสำนึกด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการผสมผสานสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเอาไว้กับการเล่นกีฬาเพื่อสร้างความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปั่นไปปลูกป่า การวิ่งข้างคลื่น การวิ่งตามเส้นทางผ่านภูเขาแม่น้ำ เป็นต้น

6) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงาน เช่น การสื่อสารภาพลักษณ์กิจกรรม เส้นทางการแข่งขัน กิจกรรมเสริมความสนุกอื่นๆ เช่น กองเชียร์

เอ็กซ์โป รวมทั้งการสร้างกิจกรรมในชุมชนบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและกระจายรายได้สู่ชุมชน

จากที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแนวทางของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เกิดการกระจายรายได้ และยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0

ประเทศไทย 4.0

แนวคิด“ประเทศไทย 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2559) รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ผู้มีหน้าที่ดำเนินการตามนโยบายของนายกรัฐมนตรี กล่าวถึง แนวคิดประเทศไทย 4.0 ว่า สำหรับประเทศไทยเอง ณ ขณะนี้ยังติดอยู่ใน “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” จะเห็นได้จากในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ในช่วงระยะแรก (พ.ศ.2500-2536) เศรษฐกิจไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องอยู่ที่ 7-8% ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะถัดมา (พ.ศ.2537-ปัจจุบัน) เศรษฐกิจไทยเริ่มมีการเติบโตในระดับเพียง 3-4% ต่อปีเท่านั้น ประเทศไทยจึงมีอยู่แค่ 2 ทางเลือก หากปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจได้สำเร็จประเทศไทยจะกลายเป็น “ประเทศที่มีรายได้ที่สูง” แต่หากทำไม่สำเร็จก้าวข้ามกับดักนี้ไปไม่ได้ ประเทศไทยก็จะตกอยู่ในภาวะที่เรียกกันว่า “ทศวรรษแห่งความว่างเปล่า” ไปอีกยาวนาน ย้อนหลังไปในอดีต ประเทศไทยมีการปรับโมเดลเศรษฐกิจอยู่หลายครั้ง เริ่มจาก “โมเดลประเทศไทย 1.0” ที่เน้นภาคการเกษตร ไปสู่ “โมเดลประเทศไทย 2.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมเบา และก้าวสู่ “โมเดลประเทศไทย 3.0” ในปัจจุบันที่เน้นอุตสาหกรรมหนัก อย่างไรก็ตาม ภายใต้ “โมเดลประเทศไทย 3.0” นั้น นอกจากต้องเผชิญกับกับดักประเทศรายได้ปานกลางแล้ว เรายังต้องเผชิญกับ “กับดักความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง” และ “กับดักความไม่สมดุลในการพัฒนา” กับดักเหล่านี้เป็นประเด็นที่ท้าทายรัฐบาลในการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ เพื่อก้าวข้าม “ประเทศไทย 3.0” ไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรีที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กล่าวคือ ในปัจจุบัน เรายังติดอยู่ในโมเดล

เศรษฐกิจแบบ “ทำมาก ได้น้อย” เราต้องการปรับเปลี่ยนเป็น “ทำน้อย ได้มาก” นั้นหมายถึงการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติสำคัญ คือ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

2) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่ ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง

3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services

4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

“ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการพัฒนาเครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ด้วยการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมให้เป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเป็น 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech) 2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness&Bio-Med) 3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics) 4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology) 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) ทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายจะเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups” ต่างๆ ได้มากมาย เช่น เทคโนโลยีการเกษตร (Agritech) และเทคโนโลยีอาหาร (Foodtech)

“ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการชักจูงเชื่อมโยงเทคโนโลยีหลักที่ต้นน้ำ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายที่อยู่กลางน้ำ และ Startups ต่างๆ ที่อยู่ปลายน้ำ โดยใช้พลัง “ประชารัฐ” ในการขับเคลื่อน ผู้มีส่วนร่วมหลักจะประกอบด้วยภาคเอกชน ภาคการเงิน การธนาคาร

มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่างๆ โดยเน้นตามความถนัดและจุดเด่นของแต่ละองค์กรและมีภาครัฐเป็นตัวสนับสนุน

บทสรุปกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาประเทศ ภายใต้ “ประเทศไทย 4.0” มี 3 ประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1) เป็นจุดเริ่มต้นของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน อย่างเป็นรูปธรรม

2) เป็น “Reform in Action” ที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กัน

3) เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด “ประชารัฐ” โดยเป็นประชารัฐที่ผนึกกำลังกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยพัฒนา และบุคลากรระดับโลก ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของการ “รู้จักเต็ม รู้จักพอ และรู้จักปัน”

การท่องเที่ยว 4.0

จากแนวคิดประเทศไทย 4.0 เชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว 4.0 ตามที่รัฐบาลได้วางแผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่รายได้สูง ส่งผลให้เครื่องจักรสำคัญคือท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้สัดส่วนราว 20.6% (สภากาชาดเดินทางและท่องเที่ยวโลก) ต้องเร่งวางกลยุทธ์เพื่อรับการเปลี่ยนแปลง ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวว่าการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ตอบโจทย์ 4.0 ที่สุดในแง่การสร้างรายได้สูงและสามารถกระจายตัวได้ แต่ในมิติที่สำคัญกว่าคือ แม้จะช่วยเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติไว้ได้หากมีการเตรียมวางแผนเชิงโครงสร้างรับมือการเติบโตไว้ตั้งแต่วันนี้

ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมุ่งเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ นำระบบดิจิทัลและเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อบริหารจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างมีศักยภาพก้าวไปสู่การเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวของทั้งระดับภูมิภาคและระดับโลก ทั้งนี้ การดำเนินการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว 4.0 นั้นได้เร่งปรับเปลี่ยนการดำเนินงานใน 5 ด้านประกอบด้วย

1) เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานด้วยระบบเทคโนโลยี ด้วยการพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศหรือระบบ Tourism Intelligence Center (TIC) เน้นเชื่อมโยงบูรณาการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการใช้ข้อมูลจากระบบในการบริหารจัดการข้อมูลการวางแผนและการจัดทำนโยบายพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้มีประสิทธิภาพก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของ

สถานการณ์ สนับสนุนการวางแผนเชิงรุกรวมทั้งระบบ TIC ยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประเภทงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่ประชาชนผู้สนใจทั่วไปอีกด้วย

2) สร้างการบูรณาการกับทุกภาคส่วน ด้วยระบบดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวหรือ Digital Tourism เพื่อช่วยยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้บริการข้อมูลด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือและช่องทางการเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ เพื่อย้ำความมั่นใจตลอดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้แก่นักท่องเที่ยวระบบ Digital Tourism ยังสามารถเป็นช่องทางช่วยให้นักท่องเที่ยวได้ติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรงเพื่ออำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยได้อีกด้วย

3) ปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานภายในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาด้วยการลดความซ้ำซ้อนของกระบวนการงาน (Improve Process) ด้วยระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document) เพิ่มความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรดิจิทัลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

4) ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงานเพื่อมุ่งสู่การบริการที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

5) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ พัฒนาทุนมนุษย์สู่ยุคการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ที่กล่าวมานี้คือแผนดำเนินการที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเตรียมขับเคลื่อนการดำเนินงาน บูรณาการการทำงานเข้ากับระบบดิจิทัล เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการข้อมูลและงานบริการ เพิ่มประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจ นำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

โดยสรุป แนวคิดการพัฒนาประเทศไทยภายใต้ประเทศไทย 4.0 เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาล เป็นรูปแบบที่มีการผลักดันให้มีการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กัน เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิดประชารัฐที่เป็นการรวมพลังของพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยพัฒนา และบุคลากรทุกระดับ จากแนวคิดประเทศไทย 4.0 เชื่อมโยงสู่แนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 ที่เล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่น ผนวกกับการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลให้มีความสะดวกรวดเร็วเพื่อตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทั้งสองแนวคิดที่กล่าวมาจึงสอดคล้องเชื่อมโยงกับแนวทางของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาถือเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจให้กับชุมชนและประชาชน สามารถพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมของชาวบ้านในชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืนด้วยอัตลักษณ์และความร่วมมือของคนในชุมชน เป็นการผสมผสานระหว่างการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่นกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การประสานงาน การให้บริการด้วยระบบออนไลน์ ระบบปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการแข่งขันต่างๆ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานเพื่อออกแบบให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สร้างสรรค์ตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ และสามารถสร้างความมั่นคงทางสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้ จึงสรุปได้ว่าแนวคิดประเทศไทย 4.0 การท่องเที่ยว 4.0 และการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงและมีเป้าหมายร่วมกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่พยายามปรับตัวทุกวิถีทางในการได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่วนภาครัฐก็พยายามปรับปรุงวิธีการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อผู้รับบริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้บริหารองค์กรในปัจจุบันจึงต้องทบทวนถึงกลยุทธ์หรือวิธีการดำเนินงานว่ามีประสิทธิภาพและความเหมาะสมต่อสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงใด นอกจากนี้ผู้บริหารจำเป็นต้องเพิ่มพูนทักษะและความสามารถในการวิเคราะห์และตัดสินใจทางด้านกลยุทธ์อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ปัจจุบันแนวคิดทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการรวบรวมเอาความรู้และทักษะต่างๆ ที่ได้ศึกษามาหลอมรวมเข้าด้วยกันเพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ ตัดสินใจ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทั้งในระดับวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ต่างๆ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2554) คำว่ากลยุทธ์เดิมใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับการรบใช้ครั้งแรกในวงการทหารและการทำสงคราม หมายถึง การวางแผนเพื่อเอาชนะศัตรู Wheelen และ Hunger (2006) ให้ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ว่า หมายถึงการตัดสินใจในการปฏิบัติการเพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานระยะยาว ส่วน Pearce และ Robison (2009) กล่าวว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ ชุดของการตัดสินใจ และการกระทำที่ส่งผลให้เกิดการจัดทำแผน และการปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการบริหารที่ต้องอาศัยผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน รู้จักการประเมินหาวิธีที่เหมาะสมสำหรับองค์กร สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอันจะนำไปสู่ความสำเร็จได้

สุพานี สฤกษ์วานิช (2552: 1) ให้ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง หลักของงานบริหารที่มีการกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ที่ชาญฉลาด มีความแตกต่างในเชิงสร้างสรรค์

ไปจากองค์การอื่น เพื่อเป็นแนวทางให้องค์การปฏิบัติงานได้เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้

จากความหมายดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำและอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน ผ่านการตัดสินใจและประเมินแล้วว่าเหมาะสมกับองค์การ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และนำพาองค์การไปสู่เป้าหมายได้ ส่วนกลยุทธ์ขององค์การประกอบด้วย ส่วนประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เป็นเรื่องของเป้าหมายขององค์การ 2) ผู้บริหารควรเลือกกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย 3) ผู้บริหารควรเน้นการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติอย่างมีเป้าหมาย 4) กลยุทธ์ควรคำนึงถึงจุดแข็ง หรือทรัพยากรภายในองค์การและความสามารถหลักขององค์การ (Robbins and Coulter, 2008)

กลยุทธ์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากในการบริหารองค์การในปัจจุบันเนื่องจากการดำเนินธุรกิจมีภาวะการแข่งขันสูง แนวคิดหรือวิธีการในการบริหารแบบเดิมๆ ไม่สามารถนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้เหมือนในอดีต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องอาศัยชั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง มีความไวในการปรับตัวให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารสามารถกำหนดทิศทางขององค์การด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การ นำไปสู่การกำหนดวิธีการปฏิบัติที่เหมาะสมแก่องค์การ รวมถึงการควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์การได้ กลยุทธ์การจัดการที่มีประสิทธิภาพจะต้องพร้อมสมบูรณ์ตามความหมายของการบริหารทั้งสองอย่าง คือ การมีประสิทธิภาพ (effectiveness) สามารถกำหนดเป้าหมายที่ดี และสามารถบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายนั้น ๆ ได้ และการมีประสิทธิภาพ (efficiency) สามารถทำสำเร็จในเป้าหมายเหล่านั้น โดยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ต่ำที่สุด จึงอาจสรุปได้ว่ากลยุทธ์การบริหารที่ทรงประสิทธิภาพนั้นจะต้องสร้างประสิทธิผลและประสิทธิภาพได้ทุกแง่มุม คือ ทั้งในแง่ของรายบุคคล กลุ่ม (ทีมงาน) และตลอดทั้งองค์การด้วย การจัดการกลยุทธ์สามารถนำไปใช้ได้กับทุกหน่วยงานไม่จำกัดเฉพาะแต่องค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนเพราะกลยุทธ์ขององค์การจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาองค์การที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์เพื่อการจัดการจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงความสำคัญของกลยุทธ์ วราภรณ์ ผลประเสริฐ (2554) ได้อธิบายความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ดังนี้

1. ช่วยให้องค์การมีกรอบและทิศทางดำเนินงานที่ชัดเจน ด้วยกำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างเป็นระบบ การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางในการกำกับการใช้ทรัพยากรขององค์การได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ

2. ช่วยให้ผู้บริหารคิดอย่างเป็นระบบ โดยการพิจารณาปัจจัยสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้ผู้บริหารตระหนักและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้สามารถกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. ช่วยสร้างความพร้อมให้องค์กร ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ องค์กรจะต้องทำการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเพื่อคิดค้นหาแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมที่สุดในสภาพการณ์ต่างๆ การจัดการกลยุทธ์ทำให้องค์กรมีการเตรียมความพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ รวมทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร เนื่องจากการจัดการเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจถึงเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานและถ่ายทอดแก่บุคลากรทุกส่วนในองค์กรเพื่อสร้างความตระหนักในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง

4. ช่วยสร้างประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดขึ้นจากการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าเหมาะสมกับราคา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นความพยายามในการแข่งขันกับศักยภาพของตนเอง หรือในเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นๆ เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายตามความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร

5. ช่วยให้มีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากมีการกำหนดกลยุทธ์การนำไปปฏิบัติ และการตรวจสอบควบคุมไว้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเกิดความร่วมมือ โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรนำไปสู่การจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนของปัญหาต่างๆได้ รวมทั้งช่วยให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการบริหารองค์กร

6. ช่วยให้องค์การมีมุมมองที่ครอบคลุมค่านึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการบริหารที่ค่านึงถึงปัจจัยภายในและภายนอก ซึ่งหมายความรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เช่น เจ้าหน้าที่ ประชาชน ผู้รับบริการ และคู่แข่ง บุคคลเหล่านี้ล้วนมีความคาดหวังต่อองค์กรแตกต่างกัน หากองค์กรสามารถตอบสนองความคาดหวังดังกล่าวได้ก็จะได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือในทางกลับกันหากองค์กรละเลยความคาดหวังดังกล่าวอาจเกิดความเคลื่อนไหวที่ส่งผลลบต่อองค์กร เช่น การฟ้องร้อง หรือการหยุดงาน เป็นต้น

ตามหลักของการจัดการทั่วไปผู้บริหารมีหน้าที่วางแผน (Planning) จัดการองค์กร (Organizing) ชี้นำ (Leading) และควบคุมประเมินผล (Evaluating and Controlling) หน้าที่ดังกล่าวจะคล้ายคลึงกับหน้าที่การบริหารตามแนวคิดของการจัดการเชิงกลยุทธ์ แต่ความแตกต่างจะอยู่ที่การจัดการเชิงกลยุทธ์ จะพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอก สภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย คู่แข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นต้น การบริหารโดยทั่วไปจะเน้นหนักที่การบริหารภายในองค์กรมากกว่า ในขณะที่การ

จัดการเชิงกลยุทธ์จะเน้นหนักที่การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบในระยะยาว ส่วนการบริหารงาน โดยทั่วไปจะมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในระยะสั้น ให้ความสำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและการจัดการองค์การภายในเป็นหลัก ดังนั้นการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญของนักบริหารรุ่นใหม่ นำไปสู่การเพิ่มโอกาสของความสำเร็จขององค์การได้ เสน่ห์และความท้าทายของการจัดการเชิงกลยุทธ์อยู่ที่การศึกษา วิเคราะห์และประเมินสภาพการณ์ เพื่อการวางแผนและผลักดันกลยุทธ์ไปสู่เป้าหมาย ซึ่งลักษณะสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 6 ลักษณะสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์

ประเด็นหลัก	ลักษณะ
1. เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นถึงอนาคต (Future - Oriented)	การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นอนาคต โดยการสร้างหรือกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างเป็นระบบ โดยการคาดการณ์แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคต และนำมาปรับทิศทางการดำเนินงาน เพื่อให้องค์การมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งจะแตกต่างจากการบริหารวันต่อวันซึ่งเป็นการมุ่งแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นสำคัญ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้นั้น ไม่จำเป็นต้องมีลักษณะคงที่เสมอไป สามารถปรับเปลี่ยนได้ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง
2. เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์การ (Change - Oriented)	การจัดการเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นความสำคัญต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงขององค์การทั้งระบบ ซึ่งครอบคลุมโครงสร้างขององค์การ เทคโนโลยี บุคลากรและทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อให้สอดคล้องและเกื้อหนุนต่อยุทธศาสตร์ขององค์การและสามารถผลักดันให้องค์การบรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้
3. เป็นการบริหารองค์การแบบองค์รวม (Holistic Approach)	การจัดการเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นที่ภาพรวมทั้งหมดขององค์การ มากกว่าการพิจารณาองค์การแบบแยกส่วน มุ่งเน้นการบรรลุถึงเป้าหมายโดยรวมขององค์การ ดังนั้นการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกลยุทธ์จากระดับบนลงสู่ระดับล่างจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก
4. เป็นการบริหารองค์การที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการดำเนินงาน (Result -	การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์การดำเนินงาน โดยมีการระบุเป้าหมาย วัตถุประสงค์ รวมทั้งตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน มีการประสานและจัดสรรทรัพยากรในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประเด็นหลัก	ลักษณะ
Based Focus)	
5. เป็นการบริหารที่ให้ความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Stakeholder - Oriented)	การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารที่มุ่งเน้นและคำนึงถึงความต้องการขององค์กรและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้า ชุมชน หน่วยงานของรัฐ ที่ควบคุม ผู้บริหารจำเป็นต้องวิเคราะห์ความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันต้องสามารถจัดลำดับความสำคัญในการสนองตอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดอีกด้วย
6. เป็นการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการวางแผนระยะยาว (Long - Range Planning)	การจัดการเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจทางด้านกลยุทธ์ มักจะมีความเกี่ยวข้องหรือมีผลต่อทิศทางการดำเนินงานในระยะยาวขององค์กร

ที่มา : ปรับปรุงจาก วราจคณา ผลประเสริฐ (2554)

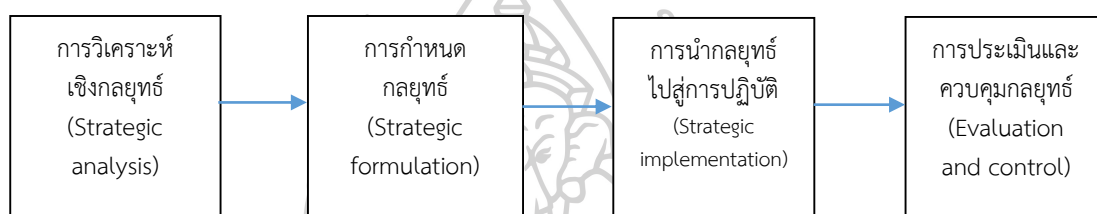
Wheelen and Hunger (2012) ได้นำเสนอองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 องค์ประกอบ คือ

1) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Environmental scanning) หรือการวิเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร โดยเริ่มจากการตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง (Strengths = S) จุดอ่อน (Weaknesses = W) โอกาส (Opportunities = O) และอุปสรรค (Threats = T)

2) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) คือ การจัดทำแผนระยะยาว เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ประกอบด้วย การกำหนดพันธกิจขององค์กร และการกำหนดวัตถุประสงค์อย่างเจาะจงเพื่อบรรลุผลสำเร็จ

3) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy implementation) เกี่ยวข้องกับการวางแผนปฏิบัติการ เพราะเป็นการตัดสินใจประจำวันเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรเพื่อใช้ในการดำเนินการขององค์กร

4) การควบคุมและการประเมินผล (Evaluation and control) กลยุทธ์สามารถชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนของการดำเนินงานในองค์การ ผู้บริหารอาจต้องทำการปรับกลยุทธ์ใหม่หรือเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานตามกลยุทธ์หรือต้องทำทั้งสองอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ตามที่ต้องการโดยองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กันเป็นกระบวนการและต่อเนื่องสอดคล้องกับ Coulter (2010 :6) และ Abbass F. (2003) ที่จำแนกกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์กลยุทธ์ (strategic analysis) 2) การกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation) 3) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (strategy implementation) และ 4) การประเมินผลกลยุทธ์ (strategy evaluation) (วารจกนา ผลประเสริฐ : 2554) มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 6 กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์
ที่มา : Abbass F. (2003)

1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic analysis) เป็นกระบวนการเริ่มแรกที่สำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสมกับองค์การ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์คือการวิเคราะห์ถึงปัจจัยและสถานะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ รวมทั้งสถานะของตัวองค์กรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะบอกให้ทราบว่าปัจจัยหรือสถานะแวดล้อมภายนอกมีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด และก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดต่อองค์การอย่างไรบ้าง นอกจากนี้การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์จะช่วยให้้องค์การทราบถึงทรัพยากร (Resources) และความสามารถ (Capabilities) ต่างๆ ที่มีอยู่ภายในองค์การว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนและมีความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขันอย่างไร

2) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) เป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และเป็นรากฐานสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ขององค์การ การกำหนด กลยุทธ์จะนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายขององค์การตลอดจนทิศทางในอนาคต โดยวิธีการการนำข้อมูลและความรู้ที่ได้รับจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์มาจัดทำเป็นกลยุทธ์ในระดับและรูปแบบต่างๆ รวมทั้งประเมินและคัดเลือกกว่ากลยุทธ์ใดมีความเหมาะสมกับองค์การมากที่สุด ผลจากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) โดยการกำหนดกลยุทธ์จะเริ่มต้นจากการกำหนดจุดมุ่งหมายขององค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์

พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ โดยบรรทัดฐานที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ มีดังนี้คือ

- 1) กลยุทธ์ต้องตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก
- 2) กลยุทธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงการรักษาสถานภาพ และความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 3) กลยุทธ์แต่ละด้านต้องมีความสอดคล้องกัน
- 4) กลยุทธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงความยืดหยุ่น
- 5) กลยุทธ์ต้องสอดคล้องกับพันธกิจและเป้าประสงค์
- 6) กลยุทธ์ที่ดีต้องมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงาน

3) การนำกลยุทธ์ ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic implementation) กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นจากขั้นตอนที่สองเป็นเพียงแนวความคิดที่ต้องนำไปทดสอบหรือใช้งานจริง การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนและดำเนินงาน เพื่อให้กลยุทธ์เกิดประโยชน์แก่องค์กรอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ (ณัฐพันธ์ เขจรนันท์, 2552) การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด และเป็นขั้นตอนที่มีโอกาสประสบความสำเร็จล้มเหลวมากที่สุดในกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ และยังเป็นขั้นตอนที่มีจุดมุ่งเน้นแตกต่างจากสองขั้นตอนแรก โดยในสองขั้นตอนแรกเป็นขั้นตอนของการวิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสามารถทางการแข่งขันและการตลาดเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ขั้นตอนของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจะมุ่งเน้นการดำเนินงานภายในหรือระบบการปฏิบัติงานในองค์กร (Operation management) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในด้านการบริหารงานบุคคล การเงิน และกระบวนการอื่น ๆ ในการควบคุมระบบปฏิบัติงานภายในเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความสามารถของผู้นาองค์กรในการกระตุ้นและอำนวยความสะดวกให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร สามารถสร้างแรงจูงใจผู้ปฏิบัติงานในการพัฒนาศักยภาพของตน มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนกลยุทธ์ เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนในองค์กรโดยมีผู้บริหารแต่ละหน่วยงานเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ (เกริกยศ ชลาชนเดชะ และ ชูชัย ศรธานี, 2549)

4) การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (Evaluation and control) มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์กับหน้าที่หลักในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยทั่วไปองค์กรจะมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลแผนกลยุทธ์โดยเฉพาะ ซึ่งจะต้องมีบุคลากรที่มีความรับผิดชอบเต็มเวลาที่สามารถทุ่มเทให้การติดตามและประเมินผลได้อย่างเต็มที่ หน่วยงานนี้ควรอยู่กับฝ่ายวางแผน อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินกลยุทธ์นั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่ายตลอดเวลา จึงอาจมีความจำเป็นในการแต่งตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินผลแผนกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยผู้แทนระดับบริหารจากฝ่ายต่าง ๆ ขึ้นร่วมด้วย

และเนื่องจากกลยุทธ์เป็นกลวิธีในการดำเนินงานเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ไปสู่สิ่งที่พึงประสงค์ ดังนั้น กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นจะสำเร็จได้ต้องอาศัยปัจจัยในการขับเคลื่อน สนับสนุนหลาย

ประการ เช่น การคิดเชิงกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ความชัดเจนของข้อความกลยุทธ์ ความสามารถในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ของผู้บริหารหรือภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น

สัจจา ไกรศรรัตน์ (2560) ได้จัดทำชุดโครงการการศึกษาเพื่อเพิ่มคุณค่าและศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก โครงการย่อยที่ 1 การศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งปริมาณและคุณภาพ เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการชมมวยของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาจัดทำเป็นกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม เช่น การเรียนมวยไทยเพื่อผ่อนคลาย เพื่อนันทนาการ เพื่อเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อออกกำลังกายเพื่อประกอบอาชีพ และเพื่อเป็นนักกีฬา และได้นำเสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยว 7 ด้านตามแนวคิด 7Ps ได้แก่ 1) กลยุทธ์ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ด้านยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 3) กลยุทธ์ด้านโครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา 4) กลยุทธ์ด้านสถานที่และช่องทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 5) กลยุทธ์ด้านราคามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 6) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และ 7) กลยุทธ์ด้านกระบวนการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยในแต่ละกลยุทธ์จะมีโครงการ/กิจกรรมและผู้รับผิดชอบเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง

จากการศึกษาของ อุทัยรัตน์ ณ นคร และคณะ (2558) เรื่อง การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดตราด บนพื้นฐานของ 1) ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมและความต้องการด้านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยว และ 3) การประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราด โดยนักวิจัยได้ออกแบบขั้นตอนของการวิจัยว่า ผลลัพธ์สุดท้าย คือ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราด โดยอาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราดเพื่อให้สามารถกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ผลการวิจัยมี ดังนี้ วิสัยทัศน์ : “ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เรียนรู้วัฒนธรรม แบ่งปันประสบการณ์ ท่องเที่ยวตราดอย่างยั่งยืน”

ตารางที่ 7 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราด

ประเด็นยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	<ol style="list-style-type: none"> 1) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของชุมชน 2) การจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราดและพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมาย 3) การพัฒนาสินค้าพื้นถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและการ บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1) การพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว 2) การพัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เน้นด้านสุขภาพหรือกลุ่มผู้สูงอายุ 3) การพัฒนาสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว 5) การปรับปรุงระบบการรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว 6) การพัฒนาระบบป้ายบอกทางและระบบสื่อความหมาย 7) การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงเมืองกับแหล่งท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศให้สำหรับมัคคุเทศก์และผู้ประกอบการท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	<ol style="list-style-type: none"> 1) การให้ความรู้กับชุมชนและเจ้าบ้านในการร่วมดูแลรักษาสภาพแวดล้อม 2) การส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อร่วมในการดูแลและบริหารการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว 4) การติดตามและประเมินผลการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 5 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์	<ol style="list-style-type: none"> 1) การให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่นักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาฐานข้อมูลและเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราด 3) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ที่มา : ปรับปรุงจาก อุทัยรัตน์ ฌ นคร และคณะ (2558)

จากข้อมูลดังกล่าวมา การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญ เพราะจะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้รวดเร็ว ลดความซับซ้อนของงาน และควรเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างบรรยากาศของความร่วมมือลดการต่อต้าน การเปลี่ยนแปลง จากหลักการตามทีกล่าวมา ผู้วิจัยสามารถประยุกต์ใช้องค์ประกอบและกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์มาพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยอนาคต

จุมพล พูลภัทรชีวิน (2559) กล่าวว่า การวิจัยอนาคต มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Futures Research” เป็นศัพท์เฉพาะ (Technical Term) ที่สื่อถึงแนวคิด วิธีการ กระบวนการ และระเบียบวิธีที่ใช้ในการสำรวจ ศึกษาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้ในอนาคตเกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาทั้งแนวโน้มที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ เพื่อสะท้อนแนวคิดว่าเรื่องของอนาคคนั้นมีความเป็นไปได้ในหลายทิศทาง จึงต้องสำรวจและศึกษาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้เหล่านั้นให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ผู้ที่ทำการศึกษอนาคตอย่างเป็นระบบโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยอนาคต แบบต่างๆ เรียกว่านักวิจัยอนาคต ส่วนนักคิดและนักทฤษฎีเกี่ยวกับอนาคตเรียกว่า นักอนาคตนิยม นอกจากนี้ ฉนิชชา เบลูจพร วัฒนา (2558) ได้กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาอนาคตในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเริ่มมองเห็นว่าอนาคตเป็นเรื่องที่สามารถศึกษาและควบคุมผลักดันให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ จึงเริ่มมีการศึกษาเรื่องอนาคตอย่างจริงจัง จนกลายเป็นสาขาวิชาการแนวใหม่ที่เรียกว่า อนาคตวิทยา (Futurology) หรืออนาคตนิยม (Futurism) และนักอนาคตนิยมได้พัฒนาระเบียบวิธีวิจัยที่เรียกว่า การวิจัยอนาคต (Future Research) ขึ้นมาใช้เพื่อพัฒนาหลักทฤษฎีของอนาคตศาสตร์ให้เป็นไปอย่างมีระบบและเชื่อถือได้ ทั้งนี้เพื่อให้คนทั่วไปได้ตระหนักถึงความสำคัญของการวิจัยอนาคตเพื่อป้องกันปัญหา และสามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังเพื่อเป็นการประเมินและพัฒนาสถาบันต่างๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของอนาคต

สำหรับประโยชน์ของการวิจัยเชิงอนาคต จุมพล พูลภัทรชีวิน (2530) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวิจัยเชิงอนาคต ดังต่อไปนี้

- 1) ช่วยให้ได้ข้อมูลสำคัญและจำเป็นเกี่ยวกับอนาคตที่นำไปใช้ในการตัดสินใจ การกำหนดนโยบายและการวางแผน
- 2) ช่วยเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและต่อเนื่อง
- 3) ช่วยให้มนุษย์เห็นความสำคัญ และความสัมพันธ์ของระบบต่างๆ นำไปสู่ความร่วมมือมากขึ้น

ขึ้น

- 4) ช่วยชี้แนะและเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และความคิด
- 5) ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ไม่ติดอยู่กับปัญหาในอดีตและปัจจุบัน
- 6) ช่วยกระตุ้นให้มนุษย์เฝ้าหาความรู้โดยการเป็นผู้สร้างความรู้มากกว่าเรียนจากสิ่งที่ผู้อื่นบอกหรือทำมาแล้วเพียงอย่างเดียว
- 7) ให้แนวคิดในการพัฒนาปรัชญาชีวิตที่ผสมกลมกลืน
- 8) ให้สันติภาพและความสนุกเพลิดเพลิน

นักวิจัยเชิงอนาคตได้แบ่งวิธีการทำนายอนาคตโดยใช้เกณฑ์ของ Jerome C. Glenn (1994 : 1) ดังต่อไปนี้

1) ใช้เทคนิควิธีการเป็นเกณฑ์ จะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เชิงปริมาณ และ เชิงคุณภาพ เทคนิคเชิงปริมาณ เช่น การวิเคราะห์การตัดสินใจ เมตริกซ์เชิงเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น และเชิงคุณภาพ เช่น เดลฟาย การพยากรณ์โดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

2) ใช้จุดมุ่งหมายของการศึกษา แบ่งได้ 2 ประเภท คือ การอาศัยบรรทัดฐานของสังคม (Normative Forecasting) จะยึดบรรทัดฐานและค่านิยมของสังคม คือ เปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วม และใช้ในการตอบคำถามว่า อะไรคืออนาคตที่ต้องการ และความต้องการเป็นอย่างไร ทำนายโดยใช้วิธีการสำรวจ (Exploratory Forecasting) ใช้ในการตอบคำถามว่า อนาคตที่จะเกิดขึ้นมีอะไรบ้าง ไม่ว่าจะเป็อนาคตที่พึงประสงค์หรือไม่ก็ตาม

ดังนั้น การเลือกวิธีการทำนายอนาคตจึงควรคำนึงถึงคำถามของการวิจัยหรือสิ่งที่ต้องการค้นหาคำตอบแล้วจึงเลือกวิธีการศึกษา สำหรับวิธีการศึกษาอนาคตเป็นเทคนิคการวิจัยที่นิยมใช้ในการศึกษาเพื่อหาแนวโน้มที่เป็นไปได้ในอนาคต โดยใช้ขั้นตอนติของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่ศึกษาเป็นหลัก ได้แก่ เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย (Delphi) และเทคนิคการวิจัยแบบ EDFR (จุมพล พูลภัทรชีวิน, 2530) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ จะขอกกล่าวถึงเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้ในขั้นตอนที่ 3 การจัดทำร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สำหรับเทคนิคการวิจัยแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ผู้พัฒนาเทคนิคนี้ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุมพล พูลภัทรชีวิน ในปี พ.ศ. 2522 ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลักมิใช่การทำนายที่ถูกต้องแม่นยำ แต่ต้องการสำรวจเพื่อศึกษาแนวโน้มที่เป็นไปได้ที่พึงประสงค์ให้มากที่สุด และเพื่อป้องกันแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์ให้หมดไป จึงได้พยายามหาวิธีการเผชิญหน้ากับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพหากเกิดแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์ขึ้นจริงๆ เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR เป็นการนำเอาจุดเด่นของเทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย และเทคนิคการวิจัยแบบ EFR มาประกอบกัน โดยใช้การสัมภาษณ์ตามแบบวิธีของเทคนิคการวิจัยแบบ EFR ในรอบแรก แล้วใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามตามเทคนิควิธีวิจัยแบบเดลฟาย โดยการผสมผสานทั้งสองเทคนิคและปรับวิธีการให้มี

ความยืดหยุ่นในระเบียบวิธีวิจัย เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่หลากหลายรูปแบบ

ขั้นตอนการวิจัยด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ EDFR มีดังนี้

1) การกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เชื่อว่าหากผู้วิจัยได้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจริงๆ จะส่งผลให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ในการเตรียมผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยจำเป็นต้องติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญเป็นการส่วนตัว เพื่ออธิบายถึงจุดมุ่งหมาย ขั้นตอนต่างๆ ของการวิจัย เวลาที่ต้องใช้ และประโยชน์จากการวิจัย ผู้วิจัยต้องแสดงให้เห็นคุณค่าและความสำคัญของการให้ข้อมูล จากนั้นจึงขอความร่วมมือ หากไม่ได้รับความร่วมมือ จึงติดต่อท่านอื่นต่อไป

2) ขั้นตอนการสัมภาษณ์ EDFR รอบที่ 1 การสัมภาษณ์มุ่งค้นหาภาพอนาคตที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยไม่มีการปิดกั้นหรือจำกัดขอบเขตความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ต้องทบทวนคำถาม ทบทวนมุมมอง แนวคิดกับผู้ให้สัมภาษณ์เป็นระยะเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันในภาพอนาคตแต่ละภาพแต่ละมุมมอง สิ่งที่คุณสัมภาษณ์ต้องคำนึงถึงตลอดเวลาคือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ คือ การเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ เพิ่มเติมประเด็นแนวโน้มที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญคนแรกๆ ผนวกเข้ากับการสัมภาษณ์คนต่อไป

3) ขั้นตอนการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญตามเทคนิค EDFR รอบที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อจะนำไปสร้างประเด็นแนวโน้มในรูปแบบสอบถาม

4) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale)

5) ขั้นตอนการทำ EDFR รอบที่ 2 ในขั้นนี้จะนำแบบสอบถามไปถามผู้เชี่ยวชาญและนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเพื่อจำแนกข้อมูลและหาฉันทามติ

6) การเขียนภาพอนาคต โดยการนำผลการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่กำหนด หากข้อความใดมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก และการคำนวณหาค่าแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับ ควอไทล์ที่ 1 หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อข้อความนั้นเห็นสอดคล้องกัน

จากการศึกษาของ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2558) เรื่อง การพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสำเร็จ อุบัติภัย และมรณภัยในภูมิภาคตะวันตกประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยว วิเคราะห์สภาพของแหล่งท่องเที่ยว จัดทำกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และสังเคราะห์นโยบายแนวทางในการ

วางกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัยในภูมิภาคตะวันตก การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการจัดประชุมเชิงนโยบาย โดยการผสมผสานการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR จากนั้นจึงนำข้อมูลมาสังเคราะห์เป็นนโยบาย และแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการท่องเที่ยวคือ สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง และภัยธรรมชาติ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นนอกเหนือจากการได้มาพักผ่อนแล้ว ยังให้คุณค่าทางด้านจิตใจ ช่วยให้มีระลึกถึงความสูญเสีย และเตือนสติกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก การทำการตลาดเชิงรุกนั้นควรมุ่งไปที่ลูกค้าคุณภาพ โดยไม่เน้นในการลดราคา แต่ให้ความสำคัญด้านคุณภาพเป็นอันดับแรก ควรส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดงานเทศกาลต่างๆ หลังจากนั้นได้สังเคราะห์นโยบายและจัดทำแผนกลยุทธ์ได้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่มีบทเรียนจากความสูญเสีย อุบัติภัย และมรณภัย 2) การส่งเสริมและควบคุมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว 3) การส่งเสริมและการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยเน้นการถ่ายทอดเรื่องราว 4) การส่งเสริมและพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและจัดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเอื้ออำนวยแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และคนพิการ 5) การส่งเสริมให้มีการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกอย่างยั่งยืน

จากแนวคิดการวิจัยอนาคตและเทคนิคการวิจัยแบบ EDFR ที่กล่าวมาจึงเห็นว่า ผู้วิจัยสามารถนำเทคนิคดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยหัวข้อ รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทสังคมไทย 4.0 ได้ เนื่องจากการวิจัยอนาคตมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็น สำรวจปัญหา เพื่อหารูปแบบ กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และมาตรฐาน รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ คือ การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ทั้งนี้เพื่อให้ได้ภาพอนาคตโดยใช้ฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและต่อเนื่องในอนาคตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ในยุคโลกาภิวัตน์ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจรวมถึงสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ที่ซับซ้อนมีทิศทางไม่แน่นอน การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมดังกล่าวเกิดจากปัจจัยสำคัญ เช่น การรวมกลุ่มประเทศเพื่อการค้า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องมีข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจต่อพลวัตที่เกิดขึ้น

สามารถประเมินผลกระทบและคิดหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อกำหนดทิศทางนำพาองค์กรไปสู่จุดหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการจัดการกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน ได้แก่ SWOT Analysis, 7's Model, PESTLE analysis, TOWS Martrix มีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิด SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือ สิ่งนี้อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต การวิเคราะห์สภาพการณ์ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จากสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจนยิ่งขึ้น และวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคเพื่อประโยชน์ในการกำหนดวิสัยทัศน์หรือกลยุทธ์ระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ หรือวิธีการดำเนินงานที่สำคัญที่เป็นหลักในการปฏิบัติไปสู่สภาพที่ต้องการในอนาคตขององค์กร เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์หรือภาพในอนาคตตามที่ได้กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงจุดที่ต้องการโดยรู้สถานการณ์ เห็นถึงโอกาสและรู้สีกติ จุดเด่น ตลอดจนจุดอ่อนในการดำเนินงานไปสู่จุดหมายที่ต้องการขององค์กรในอนาคต เป็นการค้นหากลยุทธ์โดยหลักการมองกว้าง เห็นไกล รอบคอบ การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม (ดำรง วัฒนา, 2545.)

ขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กรทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นบนจุดแข็งขององค์กรและแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อมและสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มึนน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอน ดังนี้ (โกมล วงศ์อนันต์ และอภิชา ประกอบแสง, 2555).

1) การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรแหล่งที่มา

เบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลของกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย

จุดแข็งขององค์กร (Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กร ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

จุดอ่อนขององค์กร (Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ ว่าปัจจัยใดที่เป็นจุดด้อย เป็นข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไป

2) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

ภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินงานที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น การกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชนลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น รัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง การสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้บริการ

โอกาสทางสภาพแวดล้อม (Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบที่เป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าวได้

3) ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกแล้ว ให้นำ จุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร

ชัยวัฒน์ สุวิชัย (2559) ได้เสนอการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในสถานการณ์ 4 รูปแบบ ดังนี้

3.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุดเนื่องจากองค์กรจะมีจุดเด่นหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive -Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้าง ปรับใช้ และฉกฉวยโอกาสต่างๆ อย่างเต็มที่

3.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือ กลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรค ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

3.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์ที่องค์กรมีโอกาและข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างด้วยเช่นกัน ดังนั้นทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

3.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

พัคตร์พจ วัฒนสินธุ์ และพสุ เตชะรินทร์ (2542) กล่าวถึงการวิเคราะห์ SWOT ว่าเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการวิเคราะห์องค์กร เพราะกลยุทธ์จะต้องมีความเหมาะสมระหว่างความสามารถภายใน (จุดแข็งกับจุดอ่อน) และสถานการณ์ภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายในองค์กรทำให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรใช้ประโยชน์จากโอกาส และหลบหลีกข้อจำกัดซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมได้

จากแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT ที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำเทคนิคดังกล่าวมาใช้ออกแบบกระบวนการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายใน นำไปสู่การจัดทำร่างรูปแบบและกลยุทธ์ภายใต้ทรัพยากรในพื้นที่เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

7s Model ของ McKinsey

สภาพแวดล้อมภายใน คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุผลสำเร็จของงาน โดยองค์กรสามารถควบคุมและพัฒนาให้ดีขึ้นได้ การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายในจึงสามารถดำเนินการ

ได้ง่ายกว่าการจัดการสภาพแวดล้อมภายนอก (รังสรรค์ อินทน์จันทน์, 2552: 40) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะทำให้องค์กรทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนนำไปสู่การวางแผนแก้ไขปรับปรุงอย่างมีประสิทธิภาพ Peter and Waterman (1982) ได้ร่วมกันศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพขององค์กรเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ รวม 7 ประการ (McKinsey 7 s Framework) ได้แก่ Strategy, Structure, System, Style, Staff, Skill และ Shared Values มีรายละเอียด ดังนี้

1. กลยุทธ์องค์กร (Strategy) หมายถึง แนวทางการดำเนินงานขององค์กรในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะสถานการณ์ปัจจุบันที่กลยุทธ์จะมีความสำคัญต่อการดำเนินงานและความอยู่รอดอย่างเข้าใจ และมีเป้าหมายที่ชัดเจน

2. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง ตำแหน่งงาน อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ ขอบเขตการควบคุม และการรวมหรือการกระจายอำนาจในการตัดสินใจภายในองค์กร

3. ระบบ (System) หมายถึง ระเบียบวิธี กระบวนการ และขั้นตอนการดำเนินงานทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการขององค์กร โดยที่ระบบจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การประสานงานภายในองค์กร ความเกี่ยวข้องเกี่ยวพันระหว่างกลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กร

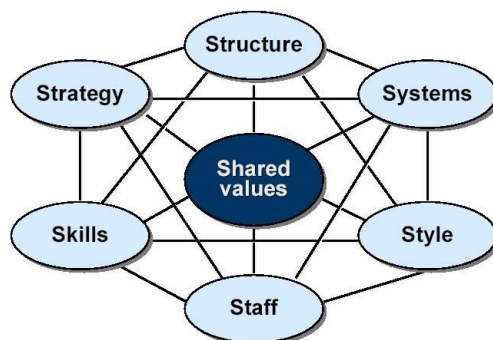
4. รูปแบบ (Style) หมายถึง ลักษณะของการจัดการและการบริหารงานของผู้บริหาร เช่น การติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจ และการเป็นผู้นำ

5. บุคลากร (Staff) หมายถึง การดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการจัดบุคคลให้เหมาะสมกับงาน และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน การให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะทรัพยากรสำคัญจะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพและความเต็มใจในการทำงาน และมีโอกาสทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

6. ทักษะ (Skill) หมายถึง ความสามารถหรือความชำนาญเฉพาะขององค์กร เช่น การบริหารงาน การจัดการ และการควบคุมทางการเงิน หรือการสร้างนวัตกรรม เป็นต้น

7. ค่านิยม (Shared Value) หมายถึง เป้าหมายสูงสุดที่เป็นปรัชญาหรือความเชื่อพื้นฐานของทุกคน ใช้เป็นหลักพื้นฐานหรือจุดเริ่มต้นของแต่ละระบบโครงการ การถูกถ่ายทอด และปลูกฝังอยู่ในตัวตน

โดยองค์ประกอบทั้ง 7 ด้านตามแบบจำลองนั้น มีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกันและส่งผลกระทบต่อกันตามภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แบบจำลองของ McKinsey 7-S Framework

ที่มา: Tomas J. Peter, and Robert Jr. H. Waterman (1982)

จากแนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของ McKinsey ทั้ง 7 ประการ เห็นได้ว่าเทคนิคดังกล่าวเป็นการวิเคราะห์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายประการ ทั้งในด้านการทบทวนปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานภายใน ทั้งในส่วนของโครงสร้างและบุคลากร การตรวจสอบภายใน อาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอนาคตได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดพื้นฐาน โดยทำการวิเคราะห์ตัวแปรทั้ง 7 ประการ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรและกิจกรรม จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มากำหนดกลยุทธ์เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวคิด PESTLE Analysis

PESTLE Analysis คือเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบด้วย P (Political) การเมือง E (Economic) เศรษฐกิจ S (Sociological) สังคม T (Technical) เทคโนโลยี L (Legal) กฎหมาย และ E (Environmental) สิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้ (กุลชลี จงเจริญ, 2554)

P (Political) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมืองที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น ทุนสนับสนุนจากรัฐบาล กลุ่มคนในระดับท้องถิ่น ชาติ และนานาชาติที่อาจมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาล สงคราม ความขัดแย้ง หรือการก่อการร้าย การเปลี่ยนแปลงภายในรัฐบาล นโยบายการเมืองภายในประเทศ ความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ หรือในระดับของนโยบายซึ่งในระดับประเทศมีการกำหนดนโยบายการบริหารที่แตกต่างกัน

E (Economic) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันภายในประเทศที่ตั้งขององค์กร แนวโน้มเศรษฐกิจภายในและต่างประเทศ ประเด็นทั่วไป เกี่ยวกับการจัดเก็บภาษี อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และ ภาวะเงินเฟ้อ ประเด็นที่

เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ เช่น รายได้และอัตราการว่างงาน การค้าระหว่างประเทศ เช่น อัตราส่วนการนำเข้า ส่งออก เป็นต้น

S (Sociological) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร เช่น สื่อ โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลข่าวที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เชื้อชาติ ขนาดครอบครัว และชาติพันธุ์ รูปแบบในการดำเนินชีวิต ทักษะคติทางสังคม ที่มีผลต่อรูปแบบของกิจกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรดำเนินการ สุขภาพประชากร อายุขัยเฉลี่ย และมาตรฐานการครองชีพ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในกิจกรรมสันตนาการที่เป็นที่นิยมในสังคม เป็นต้น

T (Technical) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร อาทิ เทคโนโลยีที่องค์กรใช้ในการผลิตและบริการจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงหรือไม่ และผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ต่อกระบวนการผลิต กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี สัญญาอนุญาต สิทธิบัตร ทรัพย์สินทางปัญญา นวัตกรรมทางเทคโนโลยี การประดิษฐ์ และการค้นพบใหม่ ๆ แหล่งพลังงานและเชื้อเพลิงใหม่ที่สามารถใช้ในการผลิตและบริการ ความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายการสื่อสาร เป็นต้น

L (Legal) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย เช่น กฎหมายการจ้างงาน กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม และกฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค

E (Environmental) ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กร อาทิ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนิเวศวิทยา เช่น ที่ตั้งขององค์กร ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เช่น ปรากฏการณ์เอลนีโญ สึนามิ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น รูปแบบของการบริหารจัดการองค์กร ความสัมพันธ์ของพนักงาน วัฒนธรรมองค์กร ทักษะคติของพนักงาน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้วยเทคนิควิธีการต่างๆ ช่วยให้เข้าใจได้ว่าปัจจัยแต่ละด้านมีอิทธิพลต่อองค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นศักยภาพภายในที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจทำลายประสิทธิภาพการทำงาน โอกาสภายนอกจะเป็นสถานการณ์ที่สนับสนุนโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย และในทางกลับกัน อุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT นิยมใช้อย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์สภาพการณ์ต่างๆ และเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากเป็นเทคนิคที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกในการประยุกต์ใช้เป็นอย่างมาก ผู้นำองค์กรสามารถนำเทคนิค SWOT มาใช้ในสถานการณ์ด้านต่างๆ ได้มากมาย เช่น การตัดสินใจเลือกเมื่อมีทางเลือกหลายๆทาง การกำหนดลำดับความสำคัญก่อนหลังของเหตุการณ์ การบริหารความเปลี่ยนแปลง การวางแผน วิเคราะห์และแก้ปัญหา เป็นต้น อย่างไรก็ตามข้อพึงระวังในการนำ SWOT มาใช้ก็คือ คุณภาพของ

ข้อมูลที่น่านำมาใช้ในการวิเคราะห์ต้องทันสมัยและถูกต้อง รวมถึงทักษะ ประสบการณ์ของผู้วิเคราะห์ ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการทบทวน SWOT เป็นระยะ เพื่อตรวจสอบว่าสภาพการณ์และปัจจัยต่างๆ ที่นำมาใช้เป็นข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์เป็นแนวทางหรือวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าประสงค์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ การกำหนดกลยุทธ์จึงมีความสำคัญมากต่อจุดหมายปลายทางในอนาคต การประมวลผลข้อมูลทั้งหมดจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ SWOT นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรโดยรวม (Corporate-Level Strategy) ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์หลัก (Grand Strategy) ที่ผู้บริหารระดับสูงจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าควรนำกลยุทธ์ใดไปดำเนินการ ทั้งนี้การกำหนดกลยุทธ์สามารถแบ่งได้ ดังนี้ (กุลธิดา ภูมิ่ง, 2558)

1. การกำหนดกลยุทธ์หลัก (Grand Strategies) กลยุทธ์หลักเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กรโดยรวม ที่จะแสดงให้เห็นถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กรและการสร้างสมรรถนะในการแข่งขัน ซึ่งกลยุทธ์หลักมี 4 ประเภท ดังนี้

1.1 กลยุทธ์พลิกฟื้น (Turn Around Strategy) เป็นการเลือกดำเนินงานในลักษณะการปรับปรุง การพัฒนา การสร้างเครือข่าย ฯลฯ เพื่อลดจุดอ่อนภายในองค์กร

1.2 กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) เป็นการเลือกดำเนินงานในแบบเดิมๆ โดยเลือกขยายงานเฉพาะส่วนที่ยังพอมีจุดแข็งมาช่วยต้านอุปสรรคจากภายนอก

1.3 กลยุทธ์เชิงรุก (Aggressive Strategies) เป็นการเลือกกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มุ่งสร้างความเจริญเติบโตให้องค์กร

1.4 กลยุทธ์การตัดทอน (Retrenchment Strategies) เป็นการเลือกกลยุทธ์ที่พยายามจะรักษาองค์กรเอาไว้โดยการลดต้นทุนด้านต่างๆ ลง เช่น ด้านบุคลากร ด้านพัสดุครุภัณฑ์ ด้านการผลิต ด้านการบริหาร ตลอดจนการลดขนาดขององค์กร (Downsizing)

2. การกำหนดกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน (Business-level Strategies) กลยุทธ์ระดับหน่วยงานจะต้องกำหนดตามกลยุทธ์หลักขององค์กร ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ระดับหน่วยงานจึงจำเป็นต้องแปลงกลยุทธ์หลักในระดับนโยบายให้เป็นกลวิธีในการบริหาร

3. การกำหนดกลยุทธ์ในระดับของกิจกรรม (Functional-level Strategies) เป็นการดำเนินการโดยพิจารณาจากหน้าที่ของหน่วยงานย่อยภายในองค์กรประกอบมีองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ 1) การวิจัยและพัฒนา (Research and Development Strategy) 2) การปฏิบัติการ (Operations Strategy) 3) ด้านการเงิน (Financial Strategy) 4) ด้านการตลาด (Marketing Strategy) และ 5) ด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Strategy)

4. การสังเคราะห์กลยุทธ์ (Synthesis Strategies)

การวิเคราะห์ SWOT ทำให้ผู้บริหารได้ทราบสภาพขององค์การว่าเป็นอย่างไร มีสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส (Opportunity) ในการพัฒนาอย่างไรและมีปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat) ต่อการพัฒนาการดำเนินงานขององค์การ รวมทั้งได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) เพื่อนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ขององค์การนี้ไปวางแผนกลยุทธ์ที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นสามารถรับมือกับอุปสรรคต่างๆรวมถึงสามารถสร้างความเข้มแข็งและขจัดจุดอ่อน สำหรับเทคนิคและวิธีการในการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์การจะต้องพิจารณาเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสมกับข้อมูลต่างๆ ที่มีอยู่ขององค์การ หลังจากที่ได้วิเคราะห์สภาพการณ์โดยทั่วไปและได้ผ่านกระบวนการในการแยกสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในในรูปแบบของ SWOT Analysis แล้วผู้วิเคราะห์อาจนำเทคนิคต่างๆ มาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ TOWS MATRIX เพราะสามารถนำมาใช้ในการสร้างทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ที่กว้างและง่ายต่อการเข้าใจมากที่สุด (สุธีรา อะทะวงษา, 2551) เป็นการพิจารณาจากการนำเอาผลจากการวิเคราะห์ SWOT ที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้แล้วมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิค TOWS MATRIX เป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์การ โอกาส และอุปสรรคของสิ่งแวดล้อมภายนอกแสดงรายละเอียดได้ดังนี้ (Wehrich and Koontz, 1993 : 93-94)

ตารางที่ 8 TOWS MATRIX สำหรับการกำหนดกลยุทธ์

ปัจจัยภายใน (Internal factors)	จุดแข็งภายใน	จุดอ่อนภายใน
	[Internal strengths (S)]	[Internal weaknesses (W)]
ปัจจัยภายนอก (External factors)	กลยุทธ์ SO : มาก – มาก (SO strategy : maxi-maxi) รุกไปข้างหน้า	กลยุทธ์ WO : น้อย – มาก (WO strategy : mini-maxi) พัฒนาภายใน
โอกาสจากภายนอก [External Opportunities (O)]	กลยุทธ์ ST : มาก – น้อย (ST strategy : maxi-mini) สร้างพันธมิตร	กลยุทธ์ WT : น้อย – น้อย (WT strategy : mini-mini) ปรับเปลี่ยนภายใน
อุปสรรค/ข้อจำกัดจากภายนอก [External threats (T)]		

ที่มา : Heinz Wehrich and Harold Koontz. (1993)

เทคนิค TOWS Matrix สามารถนำไปสร้างกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประเภทคือ SO (Strengths - Opportunities) WO (Weakness-Opportunities) ST (Strengths-Threats) และ WT (Weakness - Threats) การจับคู่ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในเป็นสิ่งที่ยากที่สุดของการทำ TOWS MATRIX เพราะต้องใช้การตัดสินใจที่ดี รายละเอียดมีดังนี้ (Wehrich and Harold Koontz, 1993)

1) กลยุทธ์ SO (SO Strategy) รุกไปข้างหน้า เป็นสถานการณ์ที่องค์การต้องการสูงสุด คือ องค์การมีขีดสมรรถนะที่เป็นจุดแข็งเป็นส่วนใหญ่ และสภาพแวดล้อมภายนอกมีโอกาที่จะส่งผลในเชิงบวกเป็นอย่างมาก ดังนั้น องค์การที่อยู่ในตำแหน่งนี้ควรวาง “กลยุทธ์เชิงรุก” โดยใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาสเช่น การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงาน

2) กลยุทธ์ WO (WO Strategy) พัฒนากายในโดยองค์การต้องพยายามปรับปรุงจุดอ่อนภายในและใช้โอกาสภายนอกเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากสภาพแวดล้อม ในบางกรณีองค์การอาจต้องการความสามารถเฉพาะอย่าง เทคโนโลยีเฉพาะทาง หรือบุคคลที่มีทักษะจากภายนอก ซึ่งในกลยุทธ์นี้ก็มีทางเลือกที่เป็นไปได้

3) กลยุทธ์ ST (ST Strategy) การสร้างพันธมิตร องค์การมีจุดแข็งขณะเดียวกันองค์การก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์การควบคุมไม่ได้ แต่องค์การสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้ ดังนั้นองค์การอาจใช้จุดแข็งด้านเทคโนโลยีการเงิน การจัดการ เพื่อจัดการอุปสรรค

4) กลยุทธ์ WT (WT Strategy) ปรับเปลี่ยนภายใน องค์การควรทบทวนบทบาทโดยการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์การเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นอาจใช้กลยุทธ์รูปแบบการร่วมลงทุน (Joint Venture)

หลังจากที่องค์การมีการกำหนดกลยุทธ์แล้วขั้นต่อไปคือการปฏิบัติการโดยการกำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดแผนประจำปี กำหนดนโยบาย จัดสรรทรัพยากรในการดำเนินการรวมถึงการพัฒนาและการใช้ระบบการจัดการข้อมูล หลังจากการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่กำหนดภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจำเป็นจะต้องมีการทบทวนกลยุทธ์ที่ถูกนำไปใช้การประเมินระดับความสำเร็จของกลยุทธ์และแผนรวมถึงการปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ให้เหมาะสมเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ โดยการกำหนดกลยุทธ์ต้องอาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อกำหนดทิศทางกลยุทธ์และกำหนดกลยุทธ์องค์การ

ประพิณวดี ศิริสุภลักษณ์ กัมปนาท วิจิตรศรีกมล และ อภิวัฒน์ กำลังเอก (2557) ได้ศึกษา กลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสีเขียวเชิงพื้นที่ของเกาะสมุยภายใต้พลวัตของโลก โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเกาะสมุยในเชิงอนุรักษ์ และรับผิดชอบต่อ สภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมชุมชน และเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และเพื่อให้เห็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะสมุยสู่ Green Island ด้วยการประเมิน สภาวะแวดล้อม หาดูจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค นำประเด็นดังกล่าวมาวิเคราะห์ สภาวะแวดล้อมในรูปตารางโครงสร้างขององค์กรปัจจัยภายใน (ORGANIZATION SW Matrix) และ ตารางโครงสร้างขององค์กรปัจจัยภายนอก (PESTEL OT Matrix) และการวิเคราะห์ประเด็นกลยุทธ์ จาก Balance Score Card (BSC) SWOT Matrix เพื่อวิเคราะห์ประเด็นที่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่สิ่งที่ต้องการในอนาคต และเป็นจุดเริ่มต้นนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix ซึ่งเป็นผลจากการวิเคราะห์สังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัดซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ ดังกล่าว ทำให้เกิดกลยุทธ์ 4 ประเภท คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) : พัฒนาศักยภาพของ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์แหล่งท่องเที่ยวและการสร้างมูลค่าเพิ่ม 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) : ปฏิรูประบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) : สร้างความเข้มแข็งในทุกภาคส่วน 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) : เพิ่มขีด ความสามารถในการจัดการสิ่งแวดล้อมและปัจจัยพื้นฐาน

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ โดยใช้เทคนิคการ วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมเพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) หรือที่เรียกว่า SWOT Analysis โดยวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม ภายในตามกรอบทฤษฎี 7-S ของ McKinsey สภาวะแวดล้อมภายนอกตามกรอบทฤษฎี PESTLE Analysis และจับคู่รายการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4 รูปแบบ หรือ ที่เรียกว่า TOWS Matrix เพื่อจัดทำร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และนำเสนอในการประชุมเสวนาสร้างสรรค์ร่วมกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบ

รูปแบบ (Model) เป็นลักษณะของโครงสร้างที่อธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ในปรากฏการณ์อาจแสดงออกมาในลักษณะของแผนผัง แผนภาพ รูปภาพ หรือไดอะแกรม รูปแบบ นำมาใช้อธิบายถ่ายทอดความคิด นำเสนอเรื่องราวประเด็นต่างๆ ได้อย่างกระชับ ชัดเจน เป็นขั้นตอน ภายใต้หลักการอย่างมีระบบ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ให้ความหมายของ

รูปแบบว่า หมายถึง รูปที่กำหนดขึ้นเป็นหลักหรือเป็นแนวซึ่งเป็นที่ยอมรับ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) สอดคล้องกับ วาโร เฟ็งสวัสต์ (2553) ที่ให้ความหมายของ รูปแบบ ว่าหมายถึง กรอบความคิด ทางด้านหลักการ วิธีการดำเนินงาน และเกณฑ์ต่างๆ ของระบบ ที่สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการ ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้ ส่วน รัตนะ บัวสนธ์ (2552 : 124) ให้คำจำกัดความของ รูปแบบว่าเป็นแผนภาพ หรือภาพร่างที่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนของจริง เป็นแบบแผนความสัมพันธ์ของ ตัวแปรที่แสดงถึงองค์ประกอบการทำงานของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเรียกว่าเป็นภาพย่อของทฤษฎีหรือ แนวคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น รูปแบบการสอน รูปแบบการบริหาร

นักวิชาการด้านต่างๆ ได้จัดแบ่งประเภทของรูปแบบแตกต่างกันออกไป สำหรับรูปแบบทาง การศึกษาและสังคมศาสตร์นั้น Keeves (1988 : 561-565) จำแนกรูปแบบออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) รูปแบบเชิงเปรียบเทียบ (Analogue Model) เป็นรูปแบบที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ปραกฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม โดยรูปแบบที่สร้าง ขึ้นต้องมีองค์ประกอบชัดเจนสามารถนำไปทดสอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ และสามารถนำไปใช้ในการ หาข้อสรุปของปรากฏการณ์ได้อย่างกว้างขวางส่วนใหญ่ใช้ในด้านวิทยาศาสตร์

2) รูปแบบเชิงข้อความ (Semantic Model) เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยาย หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้น และใช้ข้อความในการอธิบาย เพื่อให้เกิดความกระจ่างมากขึ้น

3) รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) เป็นรูปแบบที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ของ องค์ประกอบหรือตัวแปร โดยใช้สัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ ปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะนำไปใช้ในด้าน พฤติกรรมศาสตร์มากขึ้น โดยเฉพาะในการวัดและประเมินผลทางการศึกษา รูปแบบลักษณะนี้ ส่วนมากพัฒนามาจากรูปแบบเชิงข้อความ

4) รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Model) เป็นรูปแบบที่เริ่มจากการนำเทคนิคการวิเคราะห์ เส้นทาง (Path Analysis) และหลักการสร้างรูปแบบเชิงข้อความ โดยการนำเอาตัวแปรต่าง ๆ มา สัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น แนวคิดสำคัญคือต้องสร้างขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรืองานวิจัยที่ มีมาแล้ว นอกจากนี้ Keeves (1988 : 560) ยังกล่าวถึงลักษณะของรูปแบบที่ดี 4 ประการ คือ

1) รูปแบบ ควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง (structural relationship) มากกว่า ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องแบบรวม ๆ (associative relationship) 2) ควรใช้รูปแบบเป็นแนวทางการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น โดยรูปแบบจะถูกตรวจสอบได้ด้วยการสังเกต เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ 3) รูปแบบควรระบุให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้นนอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือ

ในการพยากรณ์ได้แล้ว ควรใช้อธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย 4) รูปแบบเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ เป็นการขยายในเรื่องที่กำลังศึกษา

ในส่วนองค์ประกอบของรูปแบบ Brown and Moberg (1980) ได้กำหนดองค์ประกอบของรูปแบบไว้ดังนี้ คือ 1) สภาพแวดล้อม (Environment) 2) เทคโนโลยี (Technology) 3) โครงสร้าง (Structure) 4) กระบวนการบริหารจัดการ (Management Process) และ 5) การตัดสินใจสั่งการ (Decision-Making) อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของลพบุรี โดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของลพบุรีที่เหมาะสม มีองค์ประกอบการจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ปิรันธ ชินโชติ และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า มีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ 3) ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 4) กิจกรรมหรือสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ แต่อย่างไรก็ตาม การกำหนดว่ารูปแบบควรจะมีองค์ประกอบใดบ้าง จำนวนเท่าใด มีโครงสร้างและความสัมพันธ์อย่างไรล้วนขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ ปัจจัยและตัวแปรต่างๆ ในหัวข้อที่ศึกษา ซึ่งจะออกแบบตามทฤษฎี แนวคิด งานวิจัย และข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้นำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบนั้นๆ เป็นหลัก (วาโร เฟิงส์สวัสดิ์, 2553)

สำหรับแนวคิดการพัฒนารูปแบบ จากการศึกษาเอกสารพบว่ามีขั้นตอนที่แตกต่างกันออกไป แต่โดยทั่วไปสามารถสรุปเป็น 2 ขั้นตอน คือ 1) การสร้างรูปแบบ (construct) 2) การหาความตรงของรูปแบบ (validity) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (วาโร เฟิงส์สวัสดิ์, 2553)

ขั้นตอนที่ 1 การสร้าง หรือพัฒนารูปแบบ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะสร้างรูปแบบขึ้นมาก่อนตามสมมติฐาน โดยการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษบริบท สภาพการณ์ ปัญหา ความต้องการจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้วนำมาสังเคราะห์กำหนดเป็นองค์ประกอบและตัวแปรต่างๆ ในรูปแบบ รวมทั้งลักษณะของความสัมพันธ์ หรือจัดลำดับก่อนหลังของแต่ละองค์ประกอบในรูปแบบนั้น ดังนั้น การพัฒนารูปแบบต้องอาศัยหลักการของเหตุผลเป็นฐานสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบ เป็นขั้นตอนการตรวจสอบว่ารูปแบบมีความเหมาะสม เที่ยงตรง และมีประสิทธิภาพตามความมุ่งหวังหรือไม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลในสถานการณ์จริง หรือการทดลองใช้รูปแบบในสถานการณ์จริงจะช่วยให้ทราบอิทธิพลหรือความสำคัญขององค์ประกอบย่อยต่างๆ โดยผู้วิจัยอาจตัดองค์ประกอบหรือตัวแปรที่พบว่าไม่มีความสำคัญหรือสำคัญน้อยออกจากรูปแบบ ซึ่งจะทำให้รูปแบบมีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ในการทดสอบรูปแบบนั้นสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี ได้แก่ การทดสอบรูปแบบด้วยการประเมินตามมาตรฐานที่

กำหนด การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ การสำรวจความคิดเห็นจากบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และการทดลองใช้รูปแบบจริง

จากการศึกษาของ สัจจา ไกรสรรัตน์ (2560) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม กลุ่มผู้ชม ผู้ติดตาม จำนวน 400 ราย ส่วนเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย กลุ่มผู้จัดและภาคีเครือข่ายจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่พัก ขนส่ง ร้านอาหาร และภาคบริการต่างๆ หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หัวหน้าส่วนราชการ ผู้นำท้องถิ่น ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย 3 Cs + 13 Ps ดังนี้ กระบวนการ 3Cs มาจากการดำเนินกิจกรรมหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์บริบทเชิงพื้นที่และทรัพยากรท้องถิ่น (Community Context Analysis) 2) ค้นหาจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Community Identity) 3) กระบวนการจัดการแบบสร้างสรรค์มูลค่าร่วม (Customer and Stakeholder Co - Creation) เมื่อค้นพบจุดเด่นของชุมชนและความเป็นเอกลักษณ์แล้วจึงควรจัดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการเที่ยวชมในพื้นที่ กระบวนการ 13 Ps ประกอบด้วย 1) Power leader 2) People 3) Participation 4) Partnership 5) Positioning 6) Product 7) Price 8) Place 9) Physical Evidence 10) Process 11) Promotion 12) Public Relation 13) Public Forum and social media และเสนอว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ควรเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรที่เป็นต้นทุนของท้องถิ่นจากการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

อุทัยรัตน์ ณ นคร และคณะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สำหรับจังหวัดตราด บนพื้นฐานของ 1) ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมและความต้องการด้านท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดตราด และ 3) การประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดตราด โดยประยุกต์โมเดลการประเมินแบบชิป กำหนดพื้นที่วิจัยจำนวน 5 อำเภอ ผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดตราดมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยมีจุดเด่นตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ทัศนียภาพ ประวัติศาสตร์อันโดดเด่น และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชุมชน และได้นำเสนอรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “เล่าเรื่องเมืองตราด เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม” เน้นการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจของจังหวัดตราด 2) เส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “ชุมชนสร้างสรรค์ เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมชาว

ตราด” ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรม เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนที่มีความหลากหลายของจังหวัดตราด และ

3) กิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ “อาหารการกิน เยือนถิ่นผลไม้รสเลิศ” นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชาวสวนผลไม้ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดตราด รวมทั้งลองชิมและเรียนรู้อาหารพื้นบ้านตำรับเมืองตราด รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยในแต่ละเส้นทางจะมี theme ที่เป็นการประยุกต์แนวคิด community-based tourism กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism) โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทั้ง 4 ระดับ ได้แก่ การเรียนรู้ (learning) การลิ้มลอง (testing) การเยี่ยมชม (seeing) และการซื้อของ/จับจ่ายใช้สอย (buying) และเมื่อสิ้นสุดกระบวนการวิจัย ทางคณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จังหวัดตราดให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำเสนอจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดตราด และหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยว/กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดตราด สามารถสร้างโอกาสจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดตราด บนพื้นฐานของศักยภาพของทรัพยากร พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว บริบทของสังคม ชุมชน และสถานะเศรษฐกิจของจังหวัดตราด ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า การสร้างและพัฒนา รูปแบบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพจะต้องได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่ออธิบายถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษาได้ครอบคลุมและชัดเจน ซึ่งรูปแบบที่ดีจะต้องผ่านการทดลองหรือตรวจสอบก่อนนำไปใช้จริง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมินเพื่อรับรองคุณภาพ เนื่องจากจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการสร้างรูปแบบ คือ การทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบที่สร้างขึ้นมาว่ามีความถูกต้อง เหมาะสมและสอดคล้องกับการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ต่อไปหรือไม่ จากหลักการที่กล่าวมา ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดองค์ประกอบและขั้นตอนของการพัฒนารูปแบบมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมแสดงถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ได้อย่างชัดเจน และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพได้

ข้อมูลทั่วไปและบริบทเชิงพื้นที่

ภาคตะวันตก เป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทยในระบบการแบ่งแบบ 6 ภูมิภาคตามคณะกรรมการภูมิศาสตร์แห่งชาติ มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศพม่าทางทิศตะวันตก ติดต่อกับภาคเหนือทางทิศเหนือ ติดต่อกับภาคกลางทางทิศตะวันออก และติดต่อกับภาคใต้ทางทิศใต้ ภาคตะวันตก การจัดแบ่งภูมิภาคตามคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แบ่งภาคตะวันตกประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครปฐม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดราชบุรี จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดสุพรรณบุรี โดยในภูมิภาคนี้มีความหลากหลายตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก

ลักษณะทางกายภาพของภูมิภาคตะวันตก

1) ภูมิประเทศและภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิประเทศของภาคตะวันตก แบ่งออกได้เป็น 2 เขตใหญ่ คือ

เขตเทือกเขา ได้แก่บริเวณเทือกเขา และที่สูงซึ่งอยู่ทางภาคตะวันตกของภาค เทือกเขาที่เป็นพรมแดนกันระหว่างไทยกับพม่า ได้แก่ เทือกเขาถนนธงชัย เทือกเขาที่อยู่ระหว่างแม่น้ำแควใหญ่ และแม่น้ำแควน้อย เทือกเขาตะนาวศรี

เขตที่ราบลูกฟูกตอนกลาง ถัดจากเขตภูเขาและที่สูงมาทางด้านตะวันออกเป็นที่ราบเชิงเขา และที่ราบลูกฟูก สลับกับแม่น้ำสายสั้นๆ ดินค่อนข้างสมบูรณ์เป็นแหล่งผลิตพืชไร่ที่สำคัญ เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง ละหุ่ง เขตที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง ด้านตะวันออกเฉียงใต้ของจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดราชบุรี มีดินอุดมสมบูรณ์และมีระบบชลประทานที่ค่อนข้างสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญ โดยมีข้าวและอ้อยเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก และเขตที่ราบชายฝั่งทะเลทางจังหวัดเพชรบุรี

ลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปคล้ายคลึงกับภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางด้านตะวันตก แต่มีความแห้งแล้งมากกว่าในภาคอื่นๆ เพราะมีเทือกเขาสูงเป็นแนวกำบังลมทำให้ลักษณะภูมิอากาศในฤดูร้อนและฤดูหนาวแตกต่างกันอย่างเด่นชัด เนื่องจากแนวเทือกเขาขวางกั้นทิศทางลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ก่อให้เกิดบริเวณเงาฝนหรือพื้นที่อับลม ฝนจะตกด้านตะวันตกของเทือกเขามากกว่าด้านภาคตะวันออก

2) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรดิน ภาคตะวันตกพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตภูเขาสูงและมีความลาดชัน ดินจึงมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำไม่เหมาะในการเพาะปลูก หรือมีสภาพเป็นดินทราย หรือดินที่เกิดจากการสลายตัวของหินที่เป็นกรด

ทรัพยากรน้ำ ภาคตะวันตกมีน้ำน้อย เพราะอยู่ในเขตอับฝน แม่น้ำเป็นสายสั้น ๆ และมีเขื่อนเก็บกักน้ำขนาดใหญ่ เช่น เขื่อนแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี, เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี, เขื่อนเขาแหลม จังหวัดกาญจนบุรี, เขื่อนวชิราลงกรณ์ จังหวัดกาญจนบุรี

ทรัพยากรป่าไม้ ภาคตะวันตกมีพื้นที่ป่าไม้มากเป็นอันดับ 2 รองจากภาคเหนือ พื้นที่ป่าไม้ส่วนใหญ่เป็นป่าดงดิบ และป่าเบญจพรรณ จังหวัดที่มีป่าไม้มากที่สุดคือ กาญจนบุรี

ทรัพยากรแร่ธาตุ ภาคตะวันตกมีแร่ธาตุหลายชนิด ที่สำคัญได้แก่ ดีบุก ทังสแตน เหล็ก ฟลูออไรด์ ฟอสเฟต หินอ่อน แร่รัตนชาติมีพลอย ไพลินที่กาญจนบุรี

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ภูมิภาคตะวันตก มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและหลากหลาย มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นภูมิภาคที่มีแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของกลุ่มจังหวัด มีการปรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดให้สอดคล้องกลมกลืนต่อลักษณะและรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548)

ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยจุดเด่น 3 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีความสมบูรณ์หลากหลาย ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ถ้ำ น้ำตก ทะเลน้ำพุร้อน ซึ่งนับว่ามีศักยภาพการท่องเที่ยวสูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ 2) มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้จำนวนมาก มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกเชื่อมโยงถึงกัน ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ยังมีโครงการท่าเรือน้ำลึก Dawei ที่เปิดประตูไทยสู่ New Global Maritime Route เป็นโอกาสให้นักธุรกิจไทย ขยายตลาดการค้าสู่ประเทศพม่า มีโอกาสย้ายฐานการลงทุนเพื่อลดต้นทุนประกอบการ และมีโอกาสเชื่อมโยงรถไฟสาย Dawei-Yunnan ตามแผนของรัฐบาลจีน 3) ด้านตลาดการท่องเที่ยว ภูมิภาคตะวันตกมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของตลาดหลายกลุ่ม หลายระดับ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่น สอดคล้องกลมกลืนกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และหากพิจารณาบริบทเชิงพื้นที่เป็นรายจังหวัดจะพบว่าแต่ละจังหวัดที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นและเอกลักษณ์สำคัญ ดังนี้

1) จังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร นับว่าเป็นเมืองที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของไทย เจริญรุ่งเรืองมากในสมัยทวารวดี เป็นศูนย์กลางของความเจริญในด้านต่าง สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรมหาวิหาร เป็นที่ประดิษฐานองค์พระปฐมเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดของไทย นอกจากความโดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาแล้วจังหวัดนครปฐมยังมีสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์สำหรับการทำเกษตร มีผลไม้ที่ขึ้นชื่อและนิยมปลูก ได้แก่ ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม ฝรั่ง ถั่วลิสง และสวนกล้วยไม้ ที่สามารถเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้า สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอื่นๆ ในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ พระราชวังสนามจันทร์ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานหุ่นขี้ผึ้ง วัดไร่ขิง ตลาดน้ำดอนหวาย และลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้ สามพราน เป็นต้น

2) จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองจากจังหวัด นครราชสีมาและจังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าและเทือกเขาสูง โดยมีแม่น้ำสายหลัก 2 สาย คือ แม่น้ำแควใหญ่และแม่น้ำแควน้อย ที่ไหลขนานลงมาบรรจบกันเป็นแม่น้ำแม่กลองที่ตัวเมือง กาญจนบุรี และด้วยความที่เป็นจังหวัดใหญ่ กาญจนบุรีจึงมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย สำหรับสถานที่ ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของกาญจนบุรี ได้แก่ สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารพันธมิตร เชื้อนครี นครินทร์ เชื้อนคราลงกรณ์ สะพานมอญที่เป็นสะพานไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย วัดไถ้ น้ำ เมือง บาดาล ด่านเจดีย์สามองค์ เขาช้างเผือก น้ำตกไทรโยค น้ำตกห้วยขมิ้น น้ำตกเอราวัณ วัดถ้ำเสือ ดันจามจूरियักษ์ ฯลฯ

3) จังหวัดราชบุรี เป็นเมืองเก่าในแคว้นสุวรรณภูมิ โดยตัวเมืองราชบุรีนั้น มีการย้ายที่ตั้งเมือง มาหลายสมัย กระทั่งในปี พ.ศ. 2440 ได้ย้ายมาตั้งยังที่เป็นศาลากลางจังหวัดในปัจจุบัน พระบรม ราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจใน อำเภอมือง ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาแก่นจันทร์ ถนนเพชรเกษม ซึ่งนอกจากจะเป็นสถานที่เคารพสักการะ ของประชาชนทั่วไปแล้วทางจังหวัดยังได้มีการปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอีกด้วย นอกจากนี้ในอำเภอมือง ราชบุรียังมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์อีกมากมาย ได้แก่ ศาลเจ้าพ่อ หล็กเมือง วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวราวิหาร พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ราชบุรี ที่มีความสวยงามและมี ประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่นักท่องเที่ยวรู้จักดีอีกแห่งคือ คือ ตลาดน้ำ ดำเนินสะดวก มีมานานกว่า 100 ปี มีเรือขายสินค้าเป็นจำนวนมาก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ เขาระโจม น้ำตกเก้าโจน น้ำตกห้วยผาก ธารน้ำร้อนบ่อคลึง ค้างควาวัดเขาช่องพราน แหล่ง ท่องเที่ยวประเภทถ้ำ เช่น ถ้ำเขาบิน ถ้ำจอมพล ถ้ำจัน ถ้ำจาม ถ้ำฟาโล เป็นต้น

4) จังหวัดเพชรบุรี เป็นเมืองด่านสำคัญระหว่างภาคกลางและภาคใต้ มีชื่อเสียงในฐานะเป็น แหล่งผลิตน้ำตาลเนื่องจากมีต้นตาลหนาแน่น และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ จังหวัดเพชรบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมายและหลากหลายรูปแบบ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเนื่องจาก มีทำเลที่ตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 123 กิโลเมตร และเป็นจังหวัดที่ผู้คนรู้จักในฐานะเมืองแห่ง แดนฝัน ทะเล ว่าง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายทั้งวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และธรรมชาติที่งดงาม สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พระนคร ศิริ วัดมหาธาตุวราวิหาร วัดใหญ่สุวรรณาราม พระรามราชนิเวศน์ และ พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และนครปฐม เนื่องจากเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ ติดต่อกัน มีการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกัน ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดที่มี อาณาเขตติดต่อกับประเทศสหภาพเมียนมาร์ ทอดยาวตั้งแต่จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี และเพชรบุรี ตามระเบียงแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) ที่เชื่อมโยงกับ

โครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย อยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของประเทศกลุ่มอาเซียน จากท่าเรือทวาย ท่าเรือแหลม ท่าเรือสทูลวิสัย ประเทศกัมพูชา ไปสู่ท่าเรือหวังเต่าประเทศเวียดนาม จึงนับว่าเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน และเป็นโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มตามกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวที่ห่วงใยสุขภาพและสนใจการออกกำลังกาย

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือและนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการวิจัยดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สรุปประเด็นที่นำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัย	
องค์ประกอบการท่องเที่ยว	Buhalis (2000) Dickman (1996)
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	Kurtzman and Zauhar (1997) Maier and Weber (1993) Weed and Bull (2004) Perry et al. (1996) Embok (2007) Getz (1997) David J Shonk. (2006). อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) สังจา ไกรสรรัตน์ (2560)
การจัดการกิจกรรมพิเศษ	วรภรณ์ ฉัตรชาติ (2556)
การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว	Kavartxis (2004) et al. (2005) Wanjiru (2006)
การจัดการเชิงกลยุทธ์	Wheelen and Hunger (2012) Coulter (2010)
การวิจัยอนาคต	จุมพล พูลภัทรชีวิน (2530)
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	Peter and Waterman (1982)

แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัย	
	Wehrich and Koontz (1993) Heinz Wehrich and Harold Koontz (1993)
การพัฒนาารูปแบบ	Keeves (1988) Brown and Moberg (1980) วาโร เฟ็งส์วีสต์ (2553)

ที่มา : จากการสรุปประเด็นการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

จากตารางที่ 9 ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว Model 6A 's ของ Buhalis (2000) ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 6) การบริการเสริม (Ancillary service) มาพิจารณาร่วมกับลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยว 6 ประการ ของ Dickman (1996) ได้แก่ 1) ความดึงดูดใจ (Attractions) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 3) การให้บริการอำนวยความสะดวก (Ancillary Service) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) 6) ที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ซึ่งทั้ง 2 แนวคิดมีลักษณะใกล้เคียงกัน นำมาประยุกต์ใช้สร้างรูปแบบและองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความดึงดูดใจจากนักท่องเที่ยว ส่วนแนวคิดหลักด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิจัยอนาคต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การพัฒนาารูปแบบ และการถอดบทเรียน ของ Wheelen and Hunger (2012); Coulter (2010); จุมพล พูลภัทรชีวิน (2530); Peter and Waterman (1982); Wehrich and Koontz (1993); Heinz Wehrich and Harold Koontz (1993) Keeves (1988); Brown and Moberg (1980); วาโร เฟ็งส์วีสต์ (2553) กุลประภัสสร โกละกะ (2550) ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการพัฒนากรอบแนวคิด สังเคราะห์รูปแบบและร่างกลยุทธ์ เพื่อให้ดำเนินการกระบวนการขั้นตอนดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือถูกต้องตามหลักวิชาการสำหรับในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดองค์ประกอบคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ David J Shonk. (2006) และองค์ประกอบเชิงพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มซึ่งมีผลต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ Kurtzman and Zauhar (1997); Maier and Weber (1993); Sean Gammon and Tom Robinson (2003); Weed and Bull (2004) และประเด็นหลักในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ Perry et al. (1996)

; Embok (2007) Getz (1997) รวมถึงผลการวิจัยของ อานนท์ สีดาทัง (2559) และสัจจา ไกรศรรัตน์ (2560) มาพัฒนาเครื่องมือวิจัยนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ได้ต่อไป

ตารางที่ 10 สรุปแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

	แนวทางการศึกษาและการใช้ประโยชน์				
	สนับสนุน ความสำคัญ และปัญหา ของการวิจัย	พัฒนา กรอบแนวคิด การวิจัย	นำมาสร้าง เครื่องมือ ในการวิจัย	เป็นแบบแผน ในการ วิเคราะห์ ข้อมูล	สนับสนุน การอภิปราย ผลการวิจัย
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	✓	✓	✓	✓	✓
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ	✓	✓	✓	✓	✓
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
5. แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	✓	✓	✓	✓	
6. แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0	✓	✓	✓	✓	✓
7. แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์	✓	✓	✓	✓	
8. แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงอนาคต	✓	✓	✓	✓	
9. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	
10. แนวคิดการพัฒนา รูปแบบ	✓	✓	✓	✓	

ที่มา : จากการสรุปประเด็นการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

จากตารางที่ 10 ผู้วิจัยสามารถนำแนวทางการศึกษาและใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษาวิจัย โดยแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพิเศษ. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 และการท่องเที่ยว 4.0 สามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนทุกด้าน คือ ความสำคัญและปัญหาของการวิจัย พัฒนารอบแนวคิดการวิจัย การสร้างเครื่องมือการวิจัย ใช้เป็นแบบแผนในการวิเคราะห์ข้อมูล และสนับสนุนการอภิปรายผลการวิจัยได้ ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยเชิงอนาคต แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และแนวคิดการพัฒนารูปแบบ สามารถนำมาสนับสนุนความสำคัญและปัญหาของการวิจัย พัฒนารอบแนวคิดการวิจัย นำมาสร้างเครื่องมือ และเป็นแบบแผนในการวิเคราะห์ข้อมูลได้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R and D) ร่วมกับการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยา การวิจัยและพัฒนา และการวิจัยเชิงนโยบาย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลได้แล้วจึงนำมาวิเคราะห์สรุปและนำเสนอในการประชุมเพื่อยืนยันผลการศึกษา

การเลือกพื้นที่ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มจังหวัดในเขตภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และนครปฐม เนื่องจากเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกัน มีการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกัน ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสหภาพเมียนมาร์ ทอดยาวตั้งแต่จังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี และเพชรบุรี ตามระเบียงแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) ที่เชื่อมโยงกับโครงการท่าเรือน้ำลึกทวาย อยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของประเทศกลุ่มอาเซียน จากท่าเรือทวาย ท่าเรือแหลม ท่าเรือสทูลุวิสต์ ประเทศกัมพูชา ไปสู่ท่าเรือหวังเต่าประเทศเวียดนาม จึงนับว่าเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพสามารถเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน และเป็นโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงกีฬาให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือก ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มตามกระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวที่ห่วงใยสุขภาพและสนใจการออกกำลังกาย

ขั้นตอนในการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปตามระเบียบและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

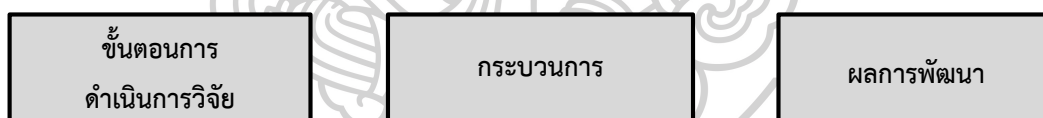
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

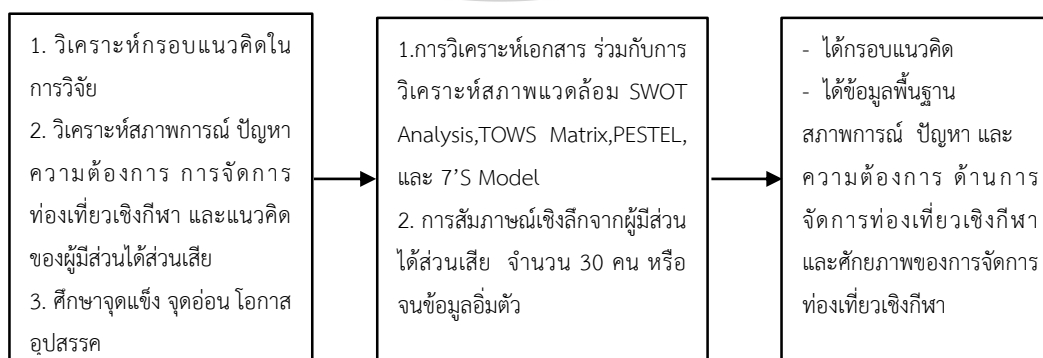
ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

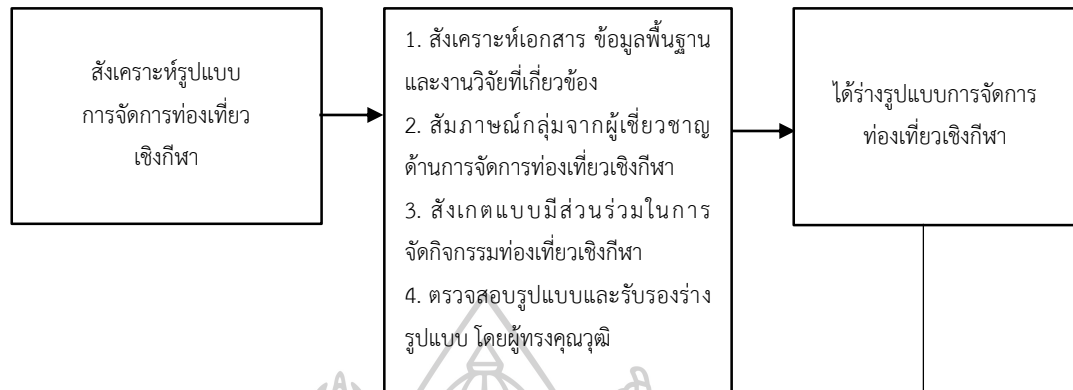
สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้



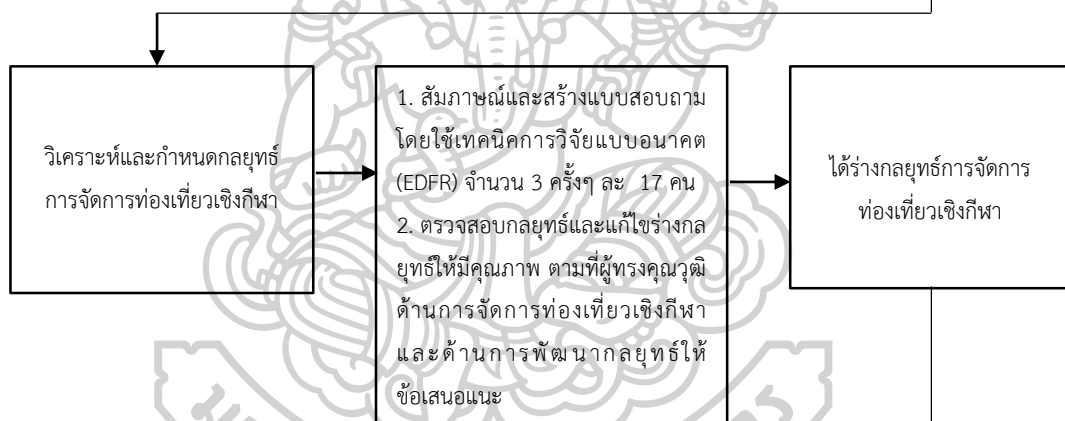
ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



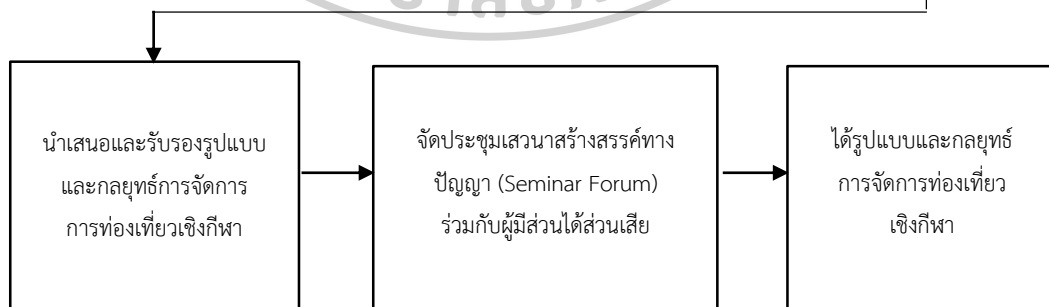
ขั้นตอนที่ 2 สัเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองกลยุทธ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ภาพที่ 8 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

2.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ วิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากเอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ เพื่อให้เข้าใจแนวคิดทฤษฎี และนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

2.2 ศึกษาสภาพการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและรอบด้าน ประกอบด้วย ผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ชม และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.3 ศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis และวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยโดยเทคนิค TOWS Matrix, PESTEL Analysis, 7's Model

3. แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้จัดและภาคีเครือข่ายที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคตะวันตกประกอบด้วยจังหวัด เพชรบุรี ราชบุรี นครปฐม และกาญจนบุรี ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ และได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยเน้นผู้ที่มีประสบการณ์ และมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความเที่ยงตรง โดยการเลือกแบบเจาะจง และวิธีการเลือกแบบลูกบอลหิมะ (Snowball Technique) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data) ประกอบด้วยผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยว

เชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว
เชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ชม และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่

3.2.1 ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 5 คน

3.2.2 ภาคีเครือข่ายผู้สนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน
จำนวน 5 ราย

3.2.3 นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 15 คน

3.2.4 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 5 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อ
สอบถามสภาพการณ์ ปัญหา ความต้องการ และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิง
กีฬา ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation)

4.1 การวิเคราะห์เอกสาร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่
เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์

4.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview-Form) สำหรับการสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จะเน้น
การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ทำการวิจัยมากที่สุด
ซึ่งเป็นแนวคำถามที่ผ่านการถกเถียงและพิจารณาแล้วว่า จะสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย
ได้ชัดเจนและครอบคลุมมากที่สุด โดยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured
Interview) สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การ
วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเนื้อหา
(Descriptive Analysis)

4.3 แบบสังเกต และจดบันทึก โดยผู้วิจัยเข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้วย เช่น การ
ประชุมภาคีเครือข่ายผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การจัดการกิจกรรมกีฬาประเภทต่างๆ
เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบการจัดการกิจกรรมกีฬา
พฤติกรรมปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร ความสัมพันธ์ระหว่างภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่ร่วมจัดกิจกรรม

5. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

5.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งการ
สัมภาษณ์ การสังเกต และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

5.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างและขอบเขตของเครื่องมือ โดยให้ครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่ศึกษาโดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

5.3 สร้างหรือกำหนดประเด็นของเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพแต่ละประเภททั้งการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หลังจากนั้นนำประเด็นที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ ให้ข้อเสนอแนะ และปรับปรุงแก้ไข

5.4 นำประเด็นเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นลักษณะของการลงภาคสนาม ใช้วิธีการที่ยืดหยุ่นและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ใน ระหว่างการสัมภาษณ์มีการบันทึกเสียงสนทนาเพื่อให้ได้รายละเอียดครบถ้วน เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Multi Methods) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แนวคำถามเป็นการห้วงข้อสนทนาแบบกว้างๆ เป็นคำถามปลายเปิดใช้เป็นแนวทางการพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูล จากนั้นผู้วิจัยนำมาสรุปประเด็นตามแนวคำถามเป็นระยะ เพื่อประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการจดบันทึก ผู้วิจัยได้เข้าไปร่วมกิจกรรมต่างๆ กับผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การประชุมภาคีเครือข่าย การจัดการกิจกรรมกีฬา เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบการจัดการกิจกรรมกีฬา พฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร ความสัมพันธ์ระหว่างภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สำหรับการวิเคราะห์เอกสาร ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์เอกสารรายงานการประชุม รายงานผลการดำเนินโครงการกิจกรรมกีฬา แผนปฏิบัติการเพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงาน ความต้องการ ปัญหา อุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ผลการดำเนินการวิจัยทั้ง 3 วิธี จะได้ข้อมูลสารสนเทศที่ผู้วิจัยนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการจัดทำร่างรูปแบบและร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ก็เพื่อใช้ศึกษาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) โดยการใช้ตารางประเมิน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยใช้ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของ Wheelen and Hunger (2006) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

(External Factors Analysis Summary: EFAS) และ 2) การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (Internal Factors Analysis Summary: IFAS)

7.2 การใช้ประเมินสถานการณ์ภายในองค์กร The McKinsey's 7'S Model ของ Tom Peter และ Robert Waterman เป็นกรอบปัจจัยการบริหาร 7 ด้าน เพื่อสร้างความสมดุลของปัจจัยต่างๆ ทั้ง 7 ด้าน

7.3 การจับคู่หาความสัมพันธ์ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกิดจากการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) และการประเมินจากสภาพแวดล้อมภายนอก โอกาส (O) อุปสรรค (T) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์พิจารณาร่วมกันเพื่อนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยใช้รูปแบบของ Stanley C. Abraham (2006)

7.4 การวิเคราะห์ภาพรวมในอนาคตของธุรกิจ โดยใช้ PESTLE Analysis วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่มีผลแนวโน้มที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงและภาพรวมของธุรกิจ

ตารางที่ 11 สรุปขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพการณ์และความต้องการ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ ปัญหา/อุปสรรค และ ความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก			
1.1 การวิเคราะห์เอกสาร	วิเคราะห์เอกสาร	เอกสารแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานผลการดำเนินงาน กิจกรรมในพื้นที่เป้าหมาย	แบบวิเคราะห์เอกสาร
1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก	สัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน	ภาคร่วมจัดกิจกรรมเชิงกีฬา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	แบบบันทึกข้อมูล แนวทางการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เนื้อหา
1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis, 7'S Model, PESTEL Analysis,	เอกสารนโยบาย แผนปฏิบัติการ และโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ	แบบวิเคราะห์ SWOT Analysis, 7'S Model, PESTEL Analysis,

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
	TOWS Matrix	ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	TOWS Matrix และการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1. วัตถุประสงค์

เพื่อนำข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

2.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

2.2 ตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ในการตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

3. แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3.1 แหล่งข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ในขั้นตอนที่ 1

3.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก จำนวน 5 คน ทำการประเมินตรวจสอบร่างรูปแบบโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยเน้นการพิจารณาตัดสินคุณค่า หรือให้เห็นและอภิปรายเกี่ยวกับร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการสร้างข้อสรุปจากการวิเคราะห์เนื้อหา และรับรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน จากนั้นนำไปจัดทำร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ตามลักษณะของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมได้เพื่อนำเสนอแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 12 สรุปขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
1. เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0			
1.1 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	สังเคราะห์จากเอกสาร	ข้อมูลสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	แบบสังเคราะห์เอกสาร
1.2 ตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	วิเคราะห์เนื้อหา และรับรอง โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน	ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	แบบวิเคราะห์และรับรองรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1. วัตถุประสงค์

1.1 เพื่อนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มากำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1.2 เพื่อตรวจสอบร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) โดยผู้วิจัยจัดทำร่างกลยุทธ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ในรอบที่ 1 และนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำเอกสารแบบวิเคราะห์ไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน เกี่ยวกับเนื้อหาภาษา และการวัดประเมินผล นำมาหาค่า IOC โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

เห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
เห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสมสอดคล้องของแบบวิเคราะห์เอกสารที่ใช้ในการศึกษา ความต้องการโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) คำนวณตามสูตร (Hemphill and Westie, 1950)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

นำข้อมูลที่รวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ได้ค่าระหว่าง 0.60 - 1.00 และปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับรายละเอียดของคำถามให้มีความชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ง่าย จากนั้นผู้วิจัยได้นำร่างกลยุทธ์มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ถามจากผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิม จำนวน 17 คน จำนวน 3 รอบ

3. แหล่งข้อมูลและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากสภาพการณ์และความต้องการของจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 17 คน สร้างเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิม มีรายละเอียดดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง จำนวน 17 คน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคคุณสมบัติในข้อใดข้อหนึ่งหรือหลายข้อตามเกณฑ์ดังนี้ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

3.1 ภาครัฐ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านการจัดทำกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก หรือ ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ หรือ ผู้ดำรงตำแหน่งที่ส่งผลต่อการผลักดันกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ

3.2 ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยวต่างๆ

3.3 ภาคประชาชน หมายถึง ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชน ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เป้าหมาย

3.4 ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ผู้รับจ้างจัดกิจกรรม (organizer) หรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบจัดกิจกรรมเองโดยตรง

3.5 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ตามเทคนิคการวิจัยแบบ EDRF ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 รอบที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ได้จากขั้นตอน 1 มาจัดทำเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีข้อความเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 แล้วนำไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview)

4.2 การวิเคราะห์จัดทำแบบสอบถาม เพื่อให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นความเห็นพ้องต้องกัน ผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมจำนวน 17 คน ลงความเห็น จำนวน 2 รอบ

4.3 การยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับคืนจากผู้เชี่ยวชาญสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยเพิ่มตำแหน่ง ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนตอบส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชุดที่ส่งกลับคืนพิจารณาคำตอบใหม่ แล้วตอบกลับมาอีกครั้ง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ทั้งนี้ เมื่อดำเนินการวิจัยตามเทคนิคการวิจัยครบทั้ง 2 รอบแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาวิเคราะห์ผลข้อมูลทางสถิติ แล้วนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา (ร่าง) กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ตามกระบวนการวิจัย EDRF ในรอบที่ 2 และ 3 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ แล้วนำมาแปลผลดังนี้

5.1 ค่ามัธยฐาน จากแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ โดยให้ความหมาย ดังนี้ (Best and Kahn, 2014)

5.1.1 ค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้น มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด

5.1.2 ค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้น มีความเหมาะสมและเป็นไปได้มาก

5.1.3 ค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้น มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ปานกลาง

5.1.4 ค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้น มีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อย

5.1.5 ค่ามัธยฐานระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้น มีความเหมาะสมและเป็นไปได้น้อยที่สุด

5.2 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ผู้วิจัยคำนวณหาค่าแตกต่างระหว่าง ควอไทล์ที่ 3 กับ ควอไทล์ที่ 1 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อข้อความนั้นเห็นสอดคล้องกัน แต่ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ข้อความนั้นมีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อข้อความนั้น ไม่สอดคล้องกัน

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้เพื่อพิจารณาว่าข้อความใดเหมาะสมสำหรับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 จะเลือกข้อความที่มีค่ามัธยฐานมากกว่า 3.50 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์น้อยกว่า 1.50

ตารางที่ 13 สรุปขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
1. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	นำแบบสอบถาม (ร่างกลยุทธ์) ไป ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน	การวิเคราะห์ข้อมูล ความเหมาะสม สอดคล้องของแบบวิเคราะห์เอกสารที่ใช้ในการศึกษาความต้องการ โดย ใช้ ดี ซี นี ค ว ม สอดคล้อง (IOC)
2. เพื่อตรวจสอบ และ ยืนยันร่างกลยุทธ์การ	เทคนิคการวิจัยแบบ EDRF	3.1 ภาครัฐ 3.2 ภาคเอกชน	1. แบบสอบถามปลายปิด 2. ค่ามัธยฐาน, ค่าพิสัย

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ		3.3 ภาคประชาชน 3.4 ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3.5 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างควอไทล์
2.1 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาจัดทำแบบสัมภาษณ์ (EDFR รอบที่ 1)	3.1 ภาครัฐ 3.2 ภาคเอกชน 3.3 ภาคประชาชน 3.4 ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3.5 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง
2.2 วิเคราะห์จัดทำแบบสอบถามรอบที่ 1	นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิด (EDFR รอบที่ 2)	3.1 ภาครัฐ 3.2 ภาคเอกชน 3.3 ภาคประชาชน 3.4 ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3.5 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	แบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง
2.3 การยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	นำข้อมูลที่ได้รับคืนจากแบบสอบถามรอบที่ 2 มาวิเคราะห์ (EDFR รอบที่ 3)	3.1 ภาครัฐ 3.2 ภาคเอกชน 3.3 ภาคประชาชน 3.4 ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3.5 นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	1. แบบสอบถามจากรอบที่ 2 2. ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1. วัตถุประสงค์

เพื่อนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญหาเพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบาย

2. วิธีการดำเนินการวิจัย

เมื่อดำเนินการตามการวิจัยอนาคตแบบ EDFR ครบทั้ง 3 รอบ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 3 มาตรวจสอบและประเมินความเหมาะสมและสำคัญของข้อเสนอร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมพิจารณาความตรงตามเนื้อหา ความครบถ้วน และความสมบูรณ์ของร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุง ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาให้มีเนื้อหาครบถ้วน

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสมและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการจัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีส่วนบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการ เพื่อร่วมกันคิด วิพากษ์วิจารณ์ร่วมให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผลการวิจัยที่ดำเนินการแล้วในขั้นตอนที่ผ่านมา

3. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้เข้าร่วมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ใช้การเลือกแบบเจาะจง โดยไม่กำหนดสัดส่วน กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้แทน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ประเด็นการสัมมนาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากองค์ประกอบของรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

4.2 ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

4.3 ร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

4.4 อุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป สมุดบันทึก

5. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

5.1 ผู้วิจัยนำร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ได้จากการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนที่ 2 และ 3 จัดทำเป็นเอกสารประกอบการจัดเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา

5.2 จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมสัมมนา

5.3 ผู้วิจัยนำร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 นำเสนอต่อผู้เข้าร่วมเสวนาเพื่อให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้เข้าร่วมเสวนาจะได้อภิปราย ชักถาม และแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการอภิปรายในครั้งนี้ผู้เข้าร่วมเสวนาได้พิจารณาข้อเสนอรูปแบบ และกลยุทธ์ และตรวจสอบทิศทางดำเนินการ ร่วมกับความเชื่อมโยงของผลการศึกษาในตอนต้นที่ 3จากการเก็บข้อมูลด้วยเทคนิค EDFR จากผู้เชี่ยวชาญ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญามาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัย

ตารางที่ 14 สรุปขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/เอกสาร	เครื่องมือ/สถิติ
1. เพื่อนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	จัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานักท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว	เครื่องมือในการจัดประชุมเสวนา และการวิเคราะห์เนื้อหา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 นี้ เป็นผลจากการวิจัย 4 ขั้นตอน คือขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อจัดทำร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการตรวจสอบรูปแบบและรับรองร่างรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR จำนวน 3 รอบ ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อตรวจสอบร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ด้วยการจัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา (Seminar Forum) ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 20 คน ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ส่วนที่ 2 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ส่วนที่ 4 ผลการนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ในการประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา (Seminar Forum) ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุน ภาครัฐเครือข่าย เจ้าหน้าที่องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ชม และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในประเด็นบริบทด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตก การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผู้วิจัยนำเสนอสภาพการณ์และความต้องการในประเด็นต่างๆ โดยการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อให้เห็นปรากฏการณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยนำเสนอผลของการศึกษาแยกตามประเด็นดังนี้

1.1 ผลการศึกษาสภาพการณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 จากการวิเคราะห์เอกสาร

จากการวิเคราะห์เอกสารพบว่า ภาพรวมของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตก พบว่า มีศักยภาพด้านทุน และทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่นทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่สอดรับและส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งแต่ละจังหวัดได้ให้ความสำคัญจึงจัดทำแผนยุทธศาสตร์รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าในภูมิภาคตะวันตกยังขาดการประสานงาน บูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลด้านกิจกรรมและการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สำหรับภาพรวมด้านการท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์เป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกขึ้นอยู่กับภาคการผลิตสินค้าเกษตร อุตสาหกรรมและบริการที่สำคัญได้แก่ มีแหล่งเกษตรกรรมแบบครบวงจรและอุตสาหกรรม

ห้องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากมีตลาดกลางรวบรวมและกระจายสินค้าผักผลไม้ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคตะวันตก (ประมาณ 3,000 ตัน/วัน มูลค่า 40 ล้านบาท/วัน) และมีส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าเกษตรสูง (ร้อยละ 28 ของผลิตภัณฑ์เกษตรในกลุ่มจังหวัด และร้อยละ 1.9 ของผลิตภัณฑ์เกษตรทั้งประเทศ) ในจังหวัดราชบุรี มีโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีกำลังการผลิตสูง และมีแนวท่อก๊าซธรรมชาติผ่านทำให้มีศักยภาพในการก่อสร้างสถานีแรงดันต่ำเพื่อนำมาใช้เป็นพลังงานราคาถูกในภาคอุตสาหกรรม รวมทั้งมีท่าเรือขนส่งพาณิชย์ที่อำเภอชะอำเชื่อมต่อกับท่าเรือสัตหีบส่งผลให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

2) ด้านการท่องเที่ยว

ภูมิภาคตะวันตกมีต้นทุนและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เช่น มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานทหารสัมพันธมิตร พระรามราชนิเวศน์ พระราชวังสนามจันทร์และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทั้งภูเขา น้ำตก ทะเล แม่น้ำ ถ้ำ น้ำพุร้อน และผืนป่าธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ กระจายอยู่ทุกพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงสู่การสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ จากสถิติการท่องเที่ยวพบว่าอัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนของเขตภูมิภาคตะวันตกระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2560 มีดังนี้

ตารางที่ 15 อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนของเขตภูมิภาคตะวันตก ระหว่างเดือน ม.ค.- ธ.ค. 59

จังหวัด	อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	จำนวน ผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	รายได้จากผู้มาเยี่ยมเยือน (ล้านบาท)
นครปฐม	66.41	3,469,281	4,565.40
ราชบุรี	53.08	1,594,809	2,636.89
กาญจนบุรี	63.72	7,463,077	20,972.93
เพชรบุรี	70.52	5,804,724	20,774.17

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560

ตารางที่ 16 อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน ของเขตภูมิภาค ตะวันตก ระหว่างเดือน ม.ค.- ธ.ค. 60

จังหวัด	อัตราการเข้าพัก (ร้อยละ)	จำนวน ผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	รายได้จากผู้มาเยี่ยมเยือน (ล้านบาท)
นครปฐม	68.39	3,691,955	5,435.96
ราชบุรี	55.46	1,801,605	3,107.65
กาญจนบุรี	66.60	8,650,405	22,814.19
เพชรบุรี	71.84	6,296,450	23,592.06

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560

จากตารางที่ 15 และ 16 สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนทั้ง 4 จังหวัดในปี พ.ศ.2559-2560 สามารถสรุปได้ว่า อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน และรายได้จากการท่องเที่ยว มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นทั้งหมด โดยเฉพาะในปี 2560 จังหวัดกาญจนบุรีมีจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็น 23,592.06 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ.2559 คิดเป็น 20,774.17 ล้านบาท แสดงถึงอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 11.94.% จากตารางจะเห็นได้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงควรมีการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

3) ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพและทรัพยากรท้องถิ่นที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การจัดงานวิ่งในท้องถิ่น งานปั่นจักรยาน งานวิ่งเทรล และไตรกีฬา กิจกรรมเชิงกีฬาเหล่านี้ได้เติบโตและพัฒนาควบคู่กับชุมชนท้องถิ่นจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต และเป็นประเพณีสำคัญที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายในการร่วมจัดงาน นอกจากนี้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีความหลากหลายยังเอื้อประโยชน์และสนับสนุนให้ผู้จัดกิจกรรมสามารถออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ เช่น กิจกรรมการวิ่งเทรล หมายถึง การวิ่งแบบผจญภัยบนพื้นที่ธรรมชาติ เช่น ป่า ภูเขา ฟungหญ้า ตามสภาพภูมิประเทศของสถานที่จัดงาน หรือ ไตรกีฬาที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมทั้งที่เป็นรูปแบบของเส้นทางบนถนนและทางน้ำเพื่อใช้ในการแข่งขันวิ่ง ปั่นจักรยาน และว่ายน้ำ เป็นต้น ดังนั้น ลักษณะภูมิประเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความน่าสนใจ

จากการรวบรวมข้อมูลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก (ประเภท การวิ่งและการปั่น) ระหว่างปี พ.ศ. 2559-2560 พบว่า อัตราความถี่ในการจัดกิจกรรมมีสูงมากเกือบ ทุกเดือนตลอดทั้งปี และในบางเดือนมีการจัดกิจกรรมเกือบทุกสัปดาห์ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีแนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นผลจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกเช่น กระแสความห่วงใยสุขภาพ การจัดการแข่งขันกีฬารายการใหญ่ทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ ความสนใจในตัวนักกีฬาที่มีชื่อเสียง และแฟนคลับทีมกีฬาที่กระจายอยู่ทั่วโลกผนวกกับความสนใจในการเล่นกีฬาของประชาชน การเติบโตของกิจกรรมกีฬาจึงส่งผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในลักษณะของการเดินทาง เพื่อร่วมแข่งขัน การร่วมชม ร่วมเชียร์ หรือการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ตัดสินและผู้จัดกิจกรรม

ตารางที่ 17 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการวิ่ง ตลอดปี พ.ศ. 2559 ในเขต ภูมิภาคตะวันตก

วันที่จัด กิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะ แข่งขัน (กม.)	สถานที่
มกราคม			
17 ม.ค. 59	สสส.จอมบึงมาราธอน 2559	3/10.5/21.1/4 2.195	ราชบุรี
24 ม.ค. 59	Sports Science Mahidol Mini Marathon	3/5/10.5	นครปฐม
24 ม.ค. 59	เดิน วิ่ง เกษตรศาสตร์ กำแพงแสน มินิ ฮาฟ มาราธอน ครั้งที่ 4	2.4/10/20.85	นครปฐม
กุมภาพันธ์			
21 ก.พ. 59	เดิน - วิ่ง พิชิตสันเขื่อน ครั้งที่ 14	5/10.5/22	กาญจนบุรี
มีนาคม			
5 มี.ค. 59	เดิน - วิ่ง ท่องเที่ยวราชบุรีของดีเมืองโอ่งปี 2559	3/10	ราชบุรี
13 มี.ค. 59	โรงพยาบาลพระจอมเกล้า-พระนครคีรี-พระราช นิเวศน์ มินิมาราธอน	4.4/10.5	เพชรบุรี
13 มี.ค. 59	มหาวิทยาลัยคริสเตียนมินิมาราธอน ครั้งที่ 20	3/10.5	นครปฐม
19 มี.ค. 59	The Amarin outdoor unlimited ไตรกีฬา นานาชาติ 2559	ไตรกีฬา	เพชรบุรี

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะแข่งขัน (กม.)	สถานที่
เมษายน			
24 เม.ย.59	สิงห์ เก่ง แกร่ง กล้า สนามที่ 6	ผจญภัย 7.5/15	เพชรบุรี
พฤษภาคม			
20 พ.ค. 59	เดิน วิ่งสมาธิ วิสาขบูชา ลดอบายมุข		ราชบุรี
20 พ.ค. 59	เดิน วิ่งสมาธิ วิสาขบูชา ลดอบายมุข		เพชรบุรี
20 พ.ค.59	เดิน วิ่งสมาธิ วิสาขบูชา ลดอบายมุข		กาญจนบุรี
22 พ.ค.59	วิ่งสมาธิ	3/10	นครปฐม
28 พ.ค. 59	สิงห์ ริเวอร์แคว International Trophy 2559	ผจญภัย	กาญจนบุรี
29 พ.ค.59	แก่งกระจานมินิมาราธอน ครั้งที่ 8	4.4/10.5	เพชรบุรี
มิถุนายน			
19 มิ.ย.59	เขาประทับช้างคอมเพรสสปอร์ต เทล 2016	2/3/10/21/32	ราชบุรี
26 มิ.ย.59	Active run 2016, Chong Khao Khad Trail@Kanchanaburi	4/11/21	กาญจนบุรี
กรกฎาคม			
3 ก.ค. 59	เดิน-วิ่ง เทิดพระเกียรติ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ครั้งที่ 2	3/5/10	นครปฐม
10 ก.ค.59	Robinson Suzuki Green Run	5/10	ราชบุรี
10 ก.ค. 59	Robinson Suzuki Green Run	2/10	กาญจนบุรี
17 ก.ค.59	Run for Baby Thaifa Mini Marathon	3/5/11.5	นครปฐม
สิงหาคม			
6 ส.ค.59	One ride One Asian presented by CIMB THAI	39/74	ราชบุรี
6 ส.ค. 59	Bogie 99 sk. Running Challenge by NS Mahidol	5	นครปฐม
21 ส.ค. 59	วังขนายซูเปอร์มินิ ฮาร์ฟ มาราธอน ครั้งที่ 6	5/14/24	กาญจนบุรี
กันยายน			
4 ก.ย.59	Rockman Huay Mai Teng Ratchaburi	ไตรกีฬา/ทวิกีฬา	ราชบุรี

วันที่จัด กิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะ แข่งขัน (กม.)	สถานที่
11 ก.ย.59	ริเวอร์แคว International Half Marathon 2016	10/21/35	กาญจนบุรี
18 ก.ย.59	เดิน วิ่ง รำลึก 103 ปี สโมสรเสือป่าราชบุรี	5/10	ราชบุรี
ตุลาคม			
9 ต.ค. 59	วิ่งเมตตาธรรมมินิ ฮาล์ฟ มาราธอน ครั้งที่ 4	3/10.5/21	กาญจนบุรี
23 ต.ค. 59	ไตรกีฬา ซาเลนจ์ กาญจนบุรี	3/10.5/21	กาญจนบุรี
พฤศจิกายน			
27 พ.ย.59	9 ทศวรรษ ราชภัฏเพชรบุรี มินิมาราธอน	4.5/10.5	เพชรบุรี
27 พ.ย. 59	วิ่งและเดิน มหิดล รวมพลคนรักพ่อ ครั้งที่ 2	4/9.5	นครปฐม
ธันวาคม			
11 ธ.ค.59	ตะนาวศรีเทรล	3/10/25/50	ราชบุรี
11 ธ.ค. 59	FB Battery River Kwai Half Marathon Thailand Championship 2016	6.5/10.5/21.1	กาญจนบุรี
17 ธ.ค. 59	วิ่งเฉลิมพระเกียรติมินิ ฮาล์ฟ มาราธอน ครอสคันทรี	3/10/21	กาญจนบุรี
18 ธ.ค. 59	ทองผาภูมิ มินิ ฮาล์ฟ มาราธอน 2016	5/10/21	กาญจนบุรี

ที่มา : สังเคราะห์จากฟอร์รันเนอร์, 2560

ตารางที่ 18 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการวิ่ง ตลอดปี พ.ศ. 2560 ในเขต
ภูมิภาคตะวันตก

วันที่จัด กิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะ แข่งขัน (กม.)	สถานที่
มกราคม			
15 ม.ค. 60	สสส.จอมบึงมาราธอน 2017	3/10.5/21.1/4 2.195	ราชบุรี
22 ม.ค. 60	เกษตรศาสตร์ กำแพงแสน มินิ ฮาฟ มาราธอน ครั้งที่ 5	2.4/9.8/19.6	นครปฐม
29 ม.ค.60	เดิน-วิ่ง วัดพุทธ มินิเทรล ครั้งที่ 1	เทรล	เพชรบุรี
กุมภาพันธ์			
18 ก.พ. 60	เดิน - วิ่ง ท่องเที่ยวราชบุรีของดีเมืองโอ่งปี 2560	3/10	ราชบุรี

มีนาคม			
4 มี.ค. 60	วิ่งเพื่อสุขภาพพราซบุรี 2560	3/10	ราชบุรี
5 มี.ค. 60	พริบพรี เพชรบุรี รันนิ่ง ซีรี่ส์ ตอน วิ่งริมเล	3/10/20	เพชรบุรี
12 มี.ค. 60	รพ.พระจอมเกล้า พระนครคีรี พระราชวังรามราช นิเวศน์ มินิมาราธอน ครั้งที่ 17	4.4/10.5	เพชรบุรี
19 มี.ค. 60	Royal Coast Half Marathon ครั้งที่1	21.1	เพชรบุรี
19 มี.ค. 60	มหาวิทยาลัยคริสเตียนมินิมาราธอน ครั้งที่ 21	3/10.5	นครปฐม
พฤษภาคม			
7 พ.ค. 60	วิ่งสมาธิ	3/10	นครปฐม
27 พ.ค. 60	River Kwai Trophy Adventure Race 2017	ผจญภัย	กาญจนบุรี
มิถุนายน			
11 มิ.ย.60	เดิน-วิ่ง เพื่อสุขภาพ บึงกระจับปี่มาราธอน ครั้งที่ 1	5.4/10.8/21.6/ 43.2	ราชบุรี
18 มิ.ย.60	เขาประทับช้างเทรล 2017	เทรล	ราชบุรี
18 มิ.ย. 60	KRU RUN for Kids	6/11/21	กาญจนบุรี
18 มิ.ย. 60	เดิน วิ่ง สุขกาย เสริมใจ ใส่ธรรม ครั้งที่ 1	4/10.5	นครปฐม
25 มิ.ย. 60	Chong Khao Khad Trail@ Kanchanaburi 2017	ผจญภัย	กาญจนบุรี
กรกฎาคม			
2 ก.ค. 60	เดิน-วิ่ง เทิดพระเกียรติ สมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ครั้งที่ 3	3/5/10.5/21.1	นครปฐม
9 ก.ค. 60	แก่งกระจานมินิมาราธอน – ฟันรัน 2560	4.4/10.5	เพชรบุรี
17 ก.ค. 60	วิ่งรำลึก 104 ปี สโมสรเสือป่าราชบุรี	5/10	ราชบุรี
23 ก.ค. 60	วิ่งเพื่อผู้พิทักษ์ป่า มินิมาราธอน ครั้งที่ 1	5/11	กาญจนบุรี
30 ก.ค. 60	Green Earth River Kwai Duatlon 2017	Duatlon	กาญจนบุรี
สิงหาคม			
20 ส.ค. 60	เดิน-วิ่ง วิ่งขนาย ซุปเปอร์ฮาร์ฟ มาราธอน การ กุศล 2017	5/14/24	กาญจนบุรี
27 ส.ค. 60	CPF Ratchaburi Run For Charity 2017	6.5/10.5	ราชบุรี
กันยายน			
3 ก.ย. 60	ลูกแก ท่าเสา มินิ ฮาร์ฟ มาราธอน ครั้งที่ 1	5/10/21	กาญจนบุรี
10 ก.ย. 60	ริเวอร์แคว International Half Marathon 2017	10.5/21	กาญจนบุรี
ตุลาคม			
1 ต.ค. 60	Sea side Running วิ่งข้างคลื่น	9.2	เพชรบุรี
22 ต.ค. 60	ชาเลนจ์ กาญจนบุรี 2017	ไตรกีฬา	กาญจนบุรี

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะแข่งขัน (กม.)	สถานที่
พฤศจิกายน			
12 พ.ย. 60	สวนผึ้งมินิมาราธอน 2017	5/10	ราชบุรี
ธันวาคม			
10 ธ.ค. 60	FB Battery River Kwai Half Marathon Thailand Championship 2017	6.5/10.5/21.1	กาญจนบุรี
10 ธ.ค. 60	วิ่งการกุศล สมทบทุนจัดซื้อเครื่องมือแพทย์	5/10	นครปฐม
16 ธ.ค. 60	ตะนาวศรีเทรล 2017	10/30/60	ราชบุรี

ที่มา : สังกะระห์จากฟอร์รันเนอร์, 2560

ตารางที่ 19 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการปั่น ตลอดปี พ.ศ. 2559 ในเขตภูมิภาคตะวันตก

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะแข่งขัน (กม.)	สถานที่
กุมภาพันธ์			
27 ก.พ. 59	นักปั่นอาสาตรวจไฟฟ้า วนอุทยานชะอำ	59	เพชรบุรี
พฤษภาคม			
5-8 พ.ค. 59	ปั่นสู่มีน ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ปั่นท่องเที่ยววิถีชุมชน ระดมทุนเพื่อการศึกษา	400	ราชบุรี
28 พ.ค. 59	สิงห์ รีเวอร์ แคว อินเทอร์เน็ตชั้นเนล โทรพี 2559		กาญจนบุรี
29 พ.ค. 59	BKK Bike Thailand Challenge in Cha-am 2016	33.4/91.2	เพชรบุรี
มิถุนายน			
12 มิ.ย. 59	ปั่นสองล้อท่องเที่ยวสองแผ่นดิน ไทย เมียนมาร์	60	กาญจนบุรี
กรกฎาคม			
9 -10 ก.ค. 59	Tour de PRATAN	45	ราชบุรี
ตุลาคม			
23 ต.ค. 59	ไตรกีฬา ซาเลนจ์		กาญจนบุรี
พฤศจิกายน			
6 พ.ย. 59	Run and Bike for kids	40	นครปฐม

วันที่จัด กิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะ แข่งขัน (กม.)	สถานที่
ธันวาคม			
4 ธ.ค. 59	100 TCHA เขาโจด	100	กาญจนบุรี

ที่มา : สังเคราะห์จากไทยเมี๊ยปี, 2560

ตารางที่ 20 โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเภทการปั่น ตลอดปี พ.ศ. 2560 ในเขต
ภูมิภาคตะวันตก

วันที่จัด กิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะ แข่งขัน (กม.)	สถานที่
มกราคม			
28 ม.ค. 60	สวนผึ้ง Road Bike 2017	50	ราชบุรี
มีนาคม			
19 มี.ค. 60	ปั่นไปปลูกป่า ครั้งที่ 3	75.5	ราชบุรี
26 มี.ค. 60	ปั่นสันเขื่อน ครั้งที่ 4 ณ เขื่อนศรีนครินทร์	55	กาญจนบุรี
มิถุนายน			
11 มิ.ย. 60	LRT โป่งกระทิง by Bomb bike	114	ราชบุรี
24-25 มิ.ย. 60	ยิงเที่ยว ยิงเขี้ยว Bravet Populair Kaeng Kra Chan	355	เพชรบุรี
กันยายน			
3 ก.ย. 60	Super one bike cycling race circuit series 2017	3 ก.ย. 60	เพชรบุรี
17 ก.ย. 60	ปั่นแค้ไหว Challenge ครั้งที่ 4 @สวนผึ้ง	65	ราชบุรี
24 ก.ย. 60	ชวนปั่นเที่ยวโครงการพ่อ อ.ชะอำ	65	เพชรบุรี
ตุลาคม			
15 ต.ค. 60	TCHA 100 ชวนปั่น สวนผึ้ง เดอะซินเนอร์ฟาร์ม อุ้มหลง	100	ราชบุรี
พฤศจิกายน			
5 พ.ย. 60	ปั่นโซคตี @เขาโจด	116	กาญจนบุรี

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรม	ประเภท/ระยะแข่งขัน (กม.)	สถานที่
6 พ.ย. 59	MU CRITERIUM #2	15	นครปฐม
26 พ.ย. 60	TCHA 100 @ Charity 2018 ช้างหัวมัน	108.3	เพชรบุรี
26 พ.ย. 60	SPINMAN CYCLING FEST 2017	2/20/116	ราชบุรี
ธันวาคม			
3 ธ.ค. 60	ปั่นโซคตี@เขาวัง	54	เพชรบุรี

ที่มา : สังกะราษะห์จากไทยเอ็มทีบี, 2560

จากตารางที่ 17 ถึง 20 สรุปได้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งประเภทการวิ่งและปั่นในเขตภูมิภาคตะวันตกในช่วง 2 ปีนี้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว พิจารณาจากความสำเร็จในการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นทุกเดือนและเกือบทุกสัปดาห์ในทั้ง 4 จังหวัด ทำให้เกิดสังคมแห่งการวิ่งและการปั่นมากขึ้นในบางสนามมีความจำเป็นต้องจำกัดจำนวนผู้แข่งขันโดยใช้วิธีการสุ่มคัดเลือกผู้สมัครออกเพื่อให้จำนวนตรงตามมาตรฐาน และเพื่อให้กิจกรรมมีความสุข ปลอดภัย ไม่กระทบกระเทือนต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนและ ผู้ร่วมใช้ถนน เช่น สนามจอมบึงมาราธอน ดังนั้น จึงเป็นบทบาทสำคัญของผู้จัดกิจกรรมในการวางแผนและบริหารจัดการทุกองค์ประกอบเพื่อให้การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

1.2 ผลการวิเคราะห์สภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในประเด็นสำคัญได้แก่ ด้านการวางแผนภาพรวมของกิจกรรม การบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านปฏิบัติการ และด้านการจัดการความเสี่ยง ในมุมมองของผู้จัดกิจกรรม บุคลากรภาครัฐ ภาคเอกชน นักกีฬา และภาคประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงผู้มีอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานในพื้นที่เพื่อสะท้อนภาพที่แท้จริงของสภาพการณ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ในภาพรวมของงานและด้านการวางแผน

การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือร่วมใจกันจัดกิจกรรม มีการทำงานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน

เช่น การวางแผนภาพรวมของงาน กำหนดโครงสร้างการจัดงาน กำหนดการแข่งขัน ออกแบบและควบคุมการผลิต การต้อนรับ และกิจกรรมเสริมความสนุกสนานอื่นๆ เพื่อให้กิจกรรมมีมาตรฐานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ในการจัดกิจกรรมทุกครั้งจำเป็นต้องได้รับการอนุญาต ความเห็นชอบและความร่วมมือจากผู้บริหารระดับสูง องค์กรท้องถิ่น และชุมชนรอบพื้นที่การจัดงานเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการการจัดกิจกรรม ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ได้กล่าวแสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นนโยบายของรัฐมนตรีที่พยายามให้ประเทศไทยเป็นสนามจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ โดยพยายามดึงแมทการแข่งขันทัวร์ๆ เพื่อได้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ สำหรับจังหวัดกาญจนบุรีมีโอกาสได้จัดการแข่งขันระดับนานาชาติหลายกิจกรรม เช่น การแข่งขันฮาลฟมาราธอนที่จัดต่อเนื่องมาหลายปี โดยมีหลายภาคีเครือข่ายมาร่วมจัดงาน หลักๆคือภาคเอกชน เพราะมันเป็นไปไม่ได้ที่เรา (ภาครัฐ) จะจัดการเองทุกอย่าง ส่วนราชการมีนโยบายมาและถ้าทุกคนเห็นทิศทาง รับรู้ร่วมกัน การทำงานอะไรๆ ก็จะได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนอย่างดี

.....ทุกกิจกรรมต้องประสานงานขอความร่วมมือกับชุมชนในพื้นที่อยู่แล้ว เพราะเป็นเส้นทางการคมนาคมของเขา ในบางช่วงอาจต้องขอปิดถนน ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีของชุมชนเพราะคนในชุมชนสามารถขายของ ที่พัก ร้านอาหาร กระจุดันเศรษฐกิจได้” (วันที่ 12 ตุลาคม 2560)

กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนคือปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในฐานะเจ้าภาพร่วมจัดงาน และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ชุมชนยังสามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาออกแบบ สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับกิจกรรม สินค้าและบริการ สร้างรายได้กระจายสู่สมาชิกของชุมชน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวไว้ว่า

“กิจกรรมจอมบึงมาราธอนกับชุมชนมีความเป็นเนื้อเดียวกัน คนในชุมชนมีความพร้อมในการเป็นเจ้าภาพ รู้สึกเป็นเจ้าของงาน อยากต้อนรับดูแลนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้านที่ดี นอกจากนี้ชุมชนยังตื่นตัวและสามารถต่อยอดกิจกรรมงานวิ่งที่สอดคล้องกับทุนทางสังคมและภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น ผู้นำชุมชนร่วมประชุมวางแผนออกแบบเส้นทางวิ่งผ่านแหล่งเรียนรู้ แหล่งวัฒนธรรมในชุมชน ชาวบ้านอาสาเปิดบ้านเป็นที่พักนักกีฬา ร่วมต้อนรับร่วมเชียร์ บริการน้ำ อาหาร และห้องน้ำบนเส้นทางวิ่ง นำอาหารปลอดภัยมาจำหน่ายในงาน และร่วมเป็นสต๊าฟจัดงาน ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมมีความยั่งยืน

...โดยหลักการสำคัญคือการสร้างความเป็นเจ้าของงาน สร้างเครือข่าย และขยายผลเพื่อให้เกิดพลัง ตามนโยบายการส่งเสริมสุขภาพของตำบล” (วันที่ 20 ตุลาคม 2560)

นอกจากนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังมีรูปแบบการดำเนินงานในลักษณะของเครือข่ายพันธมิตรทั้งจากองค์กรภายนอกและภายในที่มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวคิดการจัดการท่องเที่ยว เช่น เครือข่ายนักวิ่ง เครือข่ายอาสาสมัคร หน่วยงาน องค์กรผู้สนับสนุนต่างๆ ซึ่งมีการจัดการเครือข่ายความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วน แบบเพื่อน เป็นความสัมพันธ์ที่มาจากการทำงานกิจกรรมร่วมกัน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า

“สำหรับภูมิภาคตะวันตกถ้าเทียบกับภาคอื่นๆ ในการจัดกิจกรรมกีฬา ถือว่ามีเกณฑ์สูงทั้งการวิ่งและปั่น ดังนั้นการเดินทางของนักออกกําลังกายเพื่อทำกิจกรรมกีฬาก็สูงไปด้วย พิจารณาง่ายๆ จากสถิติจำนวนของนักวิ่งเมื่อ 10 ปีที่แล้วมีประมาณ 5.8 ล้านคน แต่ในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 12 ล้านคน ภาคตะวันตกจึงได้รับอานิสงส์จากการเพิ่มปริมาณของนักวิ่งตามไปด้วย

...อย่างเราจะจัดงานวิ่งจอมบึง ที่ผ่านมารวมมองเป็นเพียงอีเวนต์เดย์ (event day) แต่เมื่อมี สสส.เข้ามาร่วมจัดด้วย องค์กรความรู้จึงเกิดขึ้นว่า สุขภาพต้องทำให้ยั่งยืน ต้องทำให้เกิดผลติดตัว ถ้าจัดงานที่ชุมชนเรา ชุมชนควรได้รับประโยชน์ในแง่ของการเปลี่ยนทัศนคติและปรับพฤติกรรม ถ้าเราจัดงานวิ่งใหญ่โต แต่คนในบ้านเรายังไม่ออกกําลังกายถือว่าไม่ประสบความสำเร็จ จอมบึงจึงกลายเป็นโมเดลเวลาไปพูดคุยที่ไหนก็ตามจึงต้องเล่าถึงการเชื่อมโยงองค์ความรู้จาก สสส.และขยายผลไปยังกิจกรรมอื่นๆ ทั่วประเทศ

... สำหรับจอมบึงมีต้นทุนคือคนในชุมชน และชมรมวิ่งต่างๆ ขยายไปยังพื้นที่อำเภอและจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้นเมื่อจัดงานคนเหล่านี้ก็จะมาร่วมกิจกรรมในปริมาณมาก จึงเป็นโมเดลว่า เราอยู่ลำพังไม่ได้ ต้องถักทอเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง” (วันที่ 12 ธันวาคม 2560)

สำหรับการวางแผนในภาพรวม กรณีการเลือกเครือข่ายพันธมิตรร่วมจัดกิจกรรมนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายพันธมิตรที่เป็นหน่วยงานสนับสนุน (Sponsorship) ซึ่งหมายถึง ห้างร้าน บริษัท องค์กร หรือบุคคล ที่ให้การสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านงบประมาณ บุคลากร

และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อแลกเปลี่ยนกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ได้แสดงความคิดเห็นเรื่องนี้ ดังนี้

“...การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสองมุมมอง คือ จัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดเพื่อแสวงหาผลกำไร เป้าหมายของการจัดงานจึงมีความแตกต่างกันระหว่างพาร์ทเนอร์ร่วมจัดที่เป็นภาคเอกชน ภาครัฐ หรือชมรม ดังนั้น สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการทำงานคือ ต้องหาคนที่มีจุดหมายเดียวกันมาร่วมกันทำงาน เช่น เวลาทำงานกับ ททท. เขาสนับสนุนงบประมาณมาโดยมีจุดหมายและนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น KPI คือการใช้เงินให้มีผลต่อการท่องเที่ยวสูงสุด เมื่อททท.และชมรมมีจุดมุ่งหมายเดียวกันการทำงานจึงไม่มีปัญหา แต่เมื่อใดก็ตามที่จุดมุ่งหมายต่างกัน ปัญหาอื่นๆ จะตามมา เช่น การแบ่งรายได้หลังการจัดงาน รายได้จากสปอนเซอร์

...การเลือกพาร์ทเนอร์หรือพันธมิตรร่วมจัดงานจึงถือเป็นความเสี่ยงและเป็นต้นทุนที่ต้องวางแผนให้รอบคอบ” (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2560)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการวางแผนจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมของภูมิภาคตะวันตกจะดำเนินการในลักษณะของภาคีเครือข่าย แต่ผู้วิจัยพบว่ามีปัญหาในเรื่องการประสานงานระหว่างองค์กรภาครัฐที่ยังขาดความชัดเจนในด้านการกำหนดนโยบายและการถ่ายทอดมายังผู้ปฏิบัติ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างแท้จริง ตามที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5 ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกประสบความสำเร็จจากผู้จัดที่เข้มแข็งมากกว่าการสนับสนุนขององค์กรทางการท่องเที่ยว ภาครัฐไม่ใช่ตัวหลักและยังขาดการเข้าไปมีส่วนร่วม ต่างจากบุรีรัมย์ที่ประสบความสำเร็จเพราะสามารถรวมพลังคนได้เยอะ ภาคตะวันตกเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆ ที่รวมตัวกันจัดงาน ยังขาดความยั่งยืน ดังนั้นถ้ารวมตัวกันได้แม้จะมีเป้าหมายที่ต่างกันแล้วร่วมกันทำกิจกรรมใหญ่ๆ มันก็จะยั่งยืน ทางออกคือภาครัฐควรมาตกผลึกกันวางเป้าหมายไว้ในระดับชาติ เพราะภาครัฐเป็นผู้รู้เชิงนโยบายว่าทิศทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรไปทางไหน เรื่องนี้มาแรงเพราะมันเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสังคมผู้สูงอายุจึงตอบโจทย์ Tourism for All

นอกจากนี้ยังกล่าวเสริมอีกว่า

...ททท. ส่งนโยบายมาแต่จังหวัดยังไม่แอคชั่น เช่น การท่องเที่ยวของเพชรบุรี ราชบุรี ย้ายไปสังกัดกาญจนบุรี มีช่องว่างระหว่างหน่วยงานเช่น ททท.

และทกจ. สำหรับททท.มีการทำงานเชิงรุก สามารถทำงานร่วมกับภาคเอกชนได้ เช่น ร่วมกับกลุ่มไอเลิฟสวนผึ้งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในขณะที่ทกจ.ทำงานเชิงรับและขาดความชำนาญเรื่องการท่องเที่ยว จึงเป็นเป็นหน้าที่ของสถาบันการศึกษาที่ต้องเข้าไปมีส่วนช่วยในการให้ความรู้เชิงวิชาการ” (วันที่ 5 พฤศจิกายน 2560)

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในภาพรวมมีการดำเนินงานตามนโยบายของภาครัฐ มีการสื่อสารและสร้างการรับรู้ข้อมูลร่วมกัน ลักษณะการทำงานเป็นแบบเครือข่ายโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างมาตรฐาน ความปลอดภัย และความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว สำหรับปัญหาที่พบคือยังขาดการเชื่อมโยงประสานงานเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2) งานบริหารจัดการ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกขับเคลื่อนด้วยการสร้างกิจกรรมเชิงกีฬาซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีการวางแผนจัดขึ้นในช่วงเวลาและสถานที่ใดหนึ่งอย่างถาวรหรือเป็นการชั่วคราว ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา เข้าร่วมการแข่งขัน หรือการเป็นผู้ชมการแข่งขัน ดังนั้นในเรื่องการบริหารจัดการจึงต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้างคุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของกิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการข้อมูลข่าวสาร การจัดการทรัพยากรบุคคล การขอรับการสนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม โดยทุกฝ่ายงานและทุกกระบวนการต้องมีการประชุมวางแผนร่วมกันในกลุ่มภาคีเครือข่าย มีการกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกฝ่ายงานอย่างชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวถึงแนวทางในการจัดการภาพรวมกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกไว้ว่า

“แนวทางในการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอันดับแรกต้องพัฒนาศักยภาพของผู้จัดให้มีคุณภาพเพื่อขยายผลและต่อยอดไปยังสนามอื่น เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย คนจัดเก่งแล้วต้องไปช่วยสนามอื่นๆ เพราะคุณภาพของงานจะขึ้นกับตัวผู้จัดเป็นหลัก ไม่ใช่จัดแล้วพอได้กำไรก็กลับบ้านไป คุณภาพไม่สนใจ อย่าลืมนะว่าโลกออนไลน์มันเร็ว กระแสตราม่าจะเกิดขึ้นง่ายและเร็วมาก เรื่องที่สองต้องเลือกกิจกรรมหลักแล้วพัฒนาให้โดดเด่นเพื่อจัดให้เป็นประเพณีของ

ภูมิภาค สร้างแบรนด์ให้ภูมิภาคเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคือ ถ้าคนอยากมาเล่นกีฬาต้องมาที่เมืองนี้

...ประเทศไทยเรามีอะไรขายหลายอย่างเช่น รอยยิ้ม วัฒนธรรม จนวันหนึ่งเริ่มลับสนว่าจะขายอะไร ดังนั้นวิธีการที่จะทำให้พื้นที่มีความโดดเด่นคือทำการประชาสัมพันธ์ควบคู่กันระหว่างกิจกรรมเชิงกีฬาและการท่องเที่ยว เพราะทุกวันนี้คู่แข่งมีเยอะ นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากมาย คุณภาพของการจัดงานจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬากลับมาเที่ยวซ้ำ

...ความสำเร็จของกิจกรรมเชิงกีฬา คือ ชุมชนพื้นที่ต้องเอาด้วย กลยุทธ์ในการจัดการคือ ดึงการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ผู้จัดต้องสร้างผู้นำเชิงหน้าที่และผู้นำเชิงบารมีควบคู่กัน ทำงานประสานงานกัน ผู้นำเชิงหน้าที่ทำคำสั่งแต่งตั้งผู้ปฏิบัติงาน ในขณะที่ผู้นำเชิงบารมีก็ดึงการมีส่วนร่วมรวบรวมพลังเพื่อขับเคลื่อน นอกจากนี้การดึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาโชว์หรือให้พื้นที่คนในชุมชนได้จำหน่ายผลิตผล โดยใช้กิจกรรมเป็นช่องทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นก็จะยิ่งส่งเสริมให้กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬามีความน่าสนใจและสร้างประสบการณ์เรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น” (วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560)

ส่วนการจัดการเครือข่ายและการจัดการข้อมูลต้องมีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดแรงสนับสนุนทั้งจาก ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน นำไปสู่การสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณ เพราะเนื่องจากปัจจุบันการสื่อสารข้อมูลถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตัดสินใจเข้าร่วมหรือสนับสนุนกิจกรรม การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานที่ชัดเจน แปรกใหม่ ต่อเนื่อง และทันสมัยจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ เช่น การตอบคำถามข้อสงสัยบนหน้าเว็บไซต์อย่างรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในข้อมูลต่างๆ หรือการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตผู้คนของดีของเด่นในชุมชนเป็นไฮไลท์สู่การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวก็สามารถสร้างความแตกต่างและชี้ให้เห็นวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมให้กับพื้นที่จัดงานได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า

“The Cycling of Healthy Life สวนผึ้ง เป็นอีเวนต์แรกที่ทำให้เกิดคู่มือการขี่จักรยาน มีการทำแผนที่เส้นทางจักรยาน โดยการสนับสนุนจากกรมพลศึกษา และการประสานกับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี เครือข่ายกับภาครัฐเกิดขึ้นเนื่องจากเรามีข้อมูลส่งถึงภาครัฐอย่างต่อเนื่องจึงเกิดภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาชัดเจนขึ้น ทุกอย่างเกิดขึ้นจากการสร้างคอนเทนต์ (content) อย่างต่อเนื่องและมีการสื่อสารออกไป จุดเริ่มต้นมาจากอีเวนต์ เมื่องานเริ่มมีชื่อเสียงก็จะมีพาร์ทเนอร์

มาช่วย นักกีฬาเริ่มมาร่วมแข่งเยอะขึ้น จาก 300 คนในครั้งแรก เป็น 1500 คนในครั้งที่ 2

...นักท่องเที่ยวยกกีฬาเริ่มมีกำลังซื้อสูงขึ้น ทั้งที่พัก ร้านอาหาร การจับจ่ายทั้งตลอดวันที่มาช้อปปิ้งก่อนแข่งขัน และวันแข่งขัน ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติตลอดเส้นทางการแข่งขัน ทำให้การจัดการกิจกรรมไม่เบียดเบียนวิถีชีวิตของชุมชน ชุมชนเกิดรายได้ และอยากมีส่วนร่วมจัดงาน เช่น การเปิดบ้านเพื่อเป็นจุดพักนักกีฬา จัดตั้งจุดเติมลมยางฟรีและสร้างที่จอดรถจักรยาน นอกเหนือจากนั้นคือชาวชุมชนเกิดกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพมากขึ้น เกิดการรวมกลุ่มกันปั่นจักรยานทุกวัน ดังนั้นการจัดการข้อมูลข่าวสารและนำเสนอภาพรวมการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรืออีเวนต์อย่างต่อเนื่องส่งต่อไปยังภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน จึงทำให้ได้รับการสนับสนุนในการจัดการกิจกรรมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

นอกจากนี้ยังกล่าวเสริมอีกว่า

....มองว่าสวนผึ้งจะเป็นลนามจักรยานระดับโลกได้ด้วยธรรมชาติที่สวยงาม แม้เราจะไม่มีความสะดวกสบาย แต่เรามีการปิดถนนตลอดเส้นทางแข่งขัน เราต้องไม่ทำลายวิถีชีวิตของชุมชน ไม่ฝืนธรรมชาติ ทำให้ชุมชนรู้จักกิจกรรมกีฬามีผลดีต่อชุมชนอย่างไร มีการรวมตัวของชุมชน ให้ชุมชนช่วยจัด แจกของฟรีเยี่ยม พื้นฐานของการจัดอีเวนต์ต้องประกอบจากหลายภาคส่วน ชุมชนคือส่วนสำคัญ เราต้องค่อยๆ เติบโตความสำคัญให้กับชุมชนเรื่อยๆ เมื่อกิจกรรมเกิดบ่อย อัตราการเข้าถึงของการรับรู้มากขึ้นเราก็จะบริหารให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น ปั่นฟรี และนำรายได้จากการแข่งขันไปสร้างกิจกรรมในชุมชน ให้โรงเรียน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้เกิดการconnect กับชุมชนมากขึ้น” (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2560)

ความสำคัญในการจัดการภาพรวมของการจัดงาน ทั้งด้านการจัดการทรัพยากรบุคลากร ด้านงานเทคนิคต่างๆ ด้านการแพทย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ล้วนมีความสำคัญ เนื่องจากมีผลต่อมาตรฐานของสนามและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการมาซ้ำ หากกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน มีการกำกับ ดูแล ให้มีคุณภาพสูง ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็จะสูงตามไปด้วย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า

“มาตรฐานเป็นหัวใจสำคัญของงานวิ่ง คนทั่วไปอาจจะมองแค่เปลือกหรือส่วนประกอบ เช่น เสื้อสวย เหยี่ยวสวย อาหารอร่อย มีกองเชียร์ แต่มาตรฐานคือแก่นของงานมาราธอน เช่น การทำเส้นทางต้องมีการวัดจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก การปิดการจราจรร้อยเปอร์เซ็นต์เช่นเดียวกับงานมาราธอนระดับโลก เช่น โตเกียว นิวยอร์ก การให้บริการการแพทย์ต้องมีทุกระยะทั้งก่อนระหว่างการแข่งขันและการประกันชีวิต การให้บริการฉุกเฉิน เครื่องมือการกู้ชีพ สถานีบริการบนเส้นทาง ได้แก่ เกลือแร่ น้ำดื่ม ผลไม้ อาหารต้องจัดให้มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งการสื่อสารเริ่มตั้งแต่การรับสมัคร ผู้จัดต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อให้นักวิ่งตัดสินใจ กระบวนการสื่อสารระหว่างนักวิ่งและผู้จัดต้องอย่างต่อเนื่อง เช่น การตอบคำถามในเพจหรือเฟสบุ๊กเรื่อง กฎ กติกาการแข่งขัน การเดินทาง เวลาปล่อยตัว ที่พัก จุดกางเต็นท์ ต้องชัดเจน การสื่อสารด้วยป้ายแผนผังงาน ป้ายจุดให้บริการต่างๆ ป้ายจราจรต้องชัดเจน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญมากอีกอย่างหนึ่งคือ การให้บริการด้านสุขาต้องสะอาดมีสุขอนามัย รวมทั้งจุดรับฝากของต้องเพียงพอมีระบบ...ด้านระบบการรับสมัคร ปัจจุบันเราใช้เทคโนโลยีในการรับสมัครแบบออนไลน์เพื่อความสะดวกลดระยะเวลาและขั้นตอนแต่ก็ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างนักวิ่งรุ่นเก่าที่ขาดความชำนาญ ผู้จัดจึงจำเป็นต้องเพิ่มช่องทางในการรับสมัครแบบหลังไมค์เพื่อรักษานักวิ่งรุ่นเก่าเหล่านั้นไว้เพราะเป็นกลุ่มเครือข่ายสำคัญ” (วันที่ 12 ธันวาคม 2560)

จึงสามารถสรุปได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมมีองค์ประกอบหลากหลายที่ต้องให้ความสำคัญ รวมทั้งมาตรฐานและความปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและนักกีฬาจำนวนมากให้ได้รับความสะดวกและความประทับใจกลับไป ผู้จัดต้องเข้าใจกระบวนการต่างๆ อย่างทะลุปรุโปร่งไปจนถึงในรายละเอียด ต้องมีโครงสร้างการจัดงานที่บุคคลากรในโครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน สำหรับนักวิ่งเองก็ต้องมีความเข้าใจในกฎกติกา มารยาท ในสนามเช่นกันเพื่อให้การแข่งขันมีความสนุกสนาน ราบรื่น

3) การตลาด

การตลาดในปัจจุบันอยู่ในยุคของตราสินค้า หรือ Brand Age เนื่องจากบริบทของสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน สินค้ามีความหลากหลาย ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกมากขึ้น แนวคิดเรื่องการสร้างตราสินค้าและการรักษาตราสินค้าจึงมีบทบาทสำคัญสำหรับการทำการตลาดในยุคใหม่ (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2547 : 3) สำหรับการตลาดของการ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เช่นเดียวกัน ปัจจุบันกิจกรรมพิเศษด้านกีฬาถูกจัดขึ้นมากกว่า 700 สนามทั่วประเทศตลอดทั้งปี ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสเลือกสนามตามประเภทกีฬาที่ตัวเองสนใจ จึงเกิดภาวะการแข่งขันที่ไร้ขอบเขต และสถานะที่ผู้บริโภคไม่ได้มีใจรักติดต่อตราสินค้าโดยเฉยๆ แน่นตลอดไป ดังนั้นการสร้างตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์และการรักษาตราสินค้าให้มีความแข็งแกร่ง จึงเป็นกลยุทธ์ที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือการแข่งขัน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก สัดส่วนของรายได้ส่วนใหญ่มาจากผู้สนับสนุนรายการแข่งขันหรือสปอนเซอร์ (Event Sponsorship) เป็นหลัก ยังมีสปอนเซอร์เข้ามา มากก็ยิ่งส่งผลดีเพราะไม่ใช่แค่ในเรื่องของเงินสนับสนุนเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการจะมีบูธต่าง ๆ มารองรับนักกีฬาและนักท่องเที่ยวได้เพียงพอด้วยเช่นกัน การดำเนินงานด้านการตลาดกับสปอนเซอร์ จึงต้องมีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่างๆ อย่างชัดเจนเพราะบริษัทผู้สนับสนุนจะเลือกเฉพาะรายการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจและมีคนเข้าร่วมจำนวนมาก โดยมูลค่าของเงินสนับสนุนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิทธิประโยชน์ที่ต้องการได้รับ ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นผู้สนับสนุนหลัก (Title Sponsor) ก็จะได้สิทธิประโยชน์มากที่สุด เช่น การมีชื่อสินค้าร่วมในชื่อรายการแข่งขัน เช่น สสส.จอมบึงมาราธอน หรือ เอฟบี แบดเตอร์รี่ ริเวอร์แคว ฮาฟมาราธอน เป็นต้น ประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนคือการได้โฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ถ่ายทอดสดผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ตราสัญลักษณ์สินค้าบนเสื้อกีฬา และป้ายต่างๆ ในงาน

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกมีการจัดการตลาดโดยกำหนดแนวคิดที่ชัดเจนคือการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลายสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการรับรู้แบรนด์ จดจำ สร้างอารมณ์ ความรู้สึกร่วม จนนำไปสู่การจัดงานครั้งต่อไปที่จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ในอนาคต เช่น การวิ่งเทรลบนเทือกเขาตะนาวศรี การแข่งขันไตรกีฬาบริเวณอ่างเก็บน้ำ การปั่นจักรยานพิชิตเนินเขาสวนผึ้ง การวิ่งบนสันเขื่อนแก่งกระจาน การวิ่งในดินแดนประวัติศาสตร์สะพานข้ามแม่น้ำแคว การวิ่งริมชายหาดชะอำ การปั่นข้ามเขตชายแดนไทย-พม่า เป็นต้น โดยผู้จัดอาจใช้สื่อดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารและรักษาสายสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เคยมีความผูกพันกันมาก่อน อาจเป็นในฐานะกองเชียร์ อดีตนักกีฬา ผู้สนับสนุน หรือประชาชนในพื้นที่ โดยสื่อดิจิทัลนั้นเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้นทุนต่ำ และมีประสิทธิภาพ ทำให้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลักดันตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้เติบโตได้ในอนาคต และเมื่อทำการสื่อสารข้อมูลด้วยสื่อดิจิทัลไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษซึ่งเป็นนักเที่ยวกลุ่มคุณภาพตามช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยสร้างคอนเทนต์กิจกรรมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะบนพื้นที่สังคมออนไลน์ จำเป็นต้องจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลตอบปัญหาข้อสงสัยแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสม่ำเสมอสอดคล้องกับแนวคิด

ประเทศไทย 4.0 ที่มีจุดเน้นด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับ เช่น ระบบการสมัครออนไลน์ การจองที่พัก การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบการแข่งขัน กฎกติกา เป็นต้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ โดยผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวถึงแนวทางการจัดการด้านการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกไว้ว่า

“ผู้จัดค่อยๆ เปลี่ยนลักษณะการบริโภคของลูกค้าจากแมส (mass) เป็นการรวมเอากิจกรรมเชิงกีฬาควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมสังสรรค์หรือคอนเสิร์ต ในช่วงหลังการแข่งขัน เริ่มเอารายได้จากการแข่งขันมาทำทุน มาสร้างแผนที่เส้นทางจักรยาน สร้างคอนเทนต์ Sports Tourism ให้เกิดขึ้นได้ อีเวนต์เป็นตัวขับเคลื่อน สร้างรายได้ให้พื้นที่ อีเวนต์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการท่องเที่ยว สามารถระดมทุนจากผู้สนับสนุนได้ถ้าหากกิจกรรมน่าสนใจ ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ดึงสื่อ กระจายข้อมูล และสร้างกระแสภายในระยะเวลาสั้นๆ ได้”

นอกจากนี้ยังกล่าวเสริมอีกว่า บทบาทของการสื่อสารการตลาดมีผลต่อการสนับสนุนของภาครัฐ ดังนี้

“The cycling of healthy life สวนผึ้ง เป็นอีเวนต์แรกที่ทำให้เกิดคู่มือการขี่จักรยาน มีแผนที่ นำไปสู่การจัดทำเส้นทางจักรยาน โดยการสนับสนุนจากกรมพลศึกษา และการประสานจากท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดทำให้เกิดเครือข่ายกับภาครัฐเนื่องจากเรามีข้อมูลป้อนให้ภาครัฐ จึงเกิดภาพ Sports Tourism ที่ชัดเจน ทุกอย่างเกิดขึ้นจากการสร้างคอนเทนต์ที่ต่อเนื่อง เพราะเรามีข้อมูลส่งต่อให้ภาครัฐเสมอ เมื่องานเริ่มมีชื่อเสียงก็จะมีผู้สนับสนุนตามมา คนเริ่มมาร่วมแข่งขันเยอะขึ้น จาก 300 คนในครั้งแรกเป็น 1,500 คนในครั้งที่ 2” (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2560)

นอกจากนี้การนำเสนอเรื่องราวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม (เซเลบริตี้) และสภาพภูมิประเทศที่สวยงามเป็นตัวดำเนินเรื่อง โดยสร้างเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจสะท้อนภาพลักษณ์ และแสดงเอกลักษณ์ของกิจกรรมในพื้นที่สื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคและผู้สนับสนุนอย่างต่อเนื่องก็จะสามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า

“การจัดอีเวนต์ส่วนสำคัญคือความเป็นยูนิค (unique) ที่ต้องสร้างข่าวให้มากที่สุด เลือกรูปแบบที่ดี ที่เรามีศักยภาพอยู่แล้ว เช่น มีแบคอัพที่ดี มีพาร์ทเนอร์ ไอคอน (icon) และจุดขายคือธรรมชาติ และ สปอนเซอร์ที่ดี ต่างจากที่อื่น

เรามีพันธมิตร มีของในมือที่ดี เมื่องานน่าสนใจ สื่อต่างๆ ก็มาทั้งมีเดียออนไลน์และออฟไลน์ สิ่งพิมพ์ ทวี

นอกจากนี้ยังกล่าวเสริมอีกว่า

..การจัดครั้งที่ 2 ต่อมา มีคนมาร่วมแข่งขัน 500 คน มีสื่อมา 100 คน จำนวนสื่อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด รวมทั้งผู้ติดตามก็มากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการจัดงานอีกอย่างหนึ่งได้ แต่ความสำเร็จของงานไม่ใช่แค่จำนวนคน แต่ต้องดูที่ ไฮไลต์ กิมมิก ที่น่าสนใจดูที่นิช (niche) โฟกัสที่การสร้าง ความแตกต่าง สามารถสร้างโอกาสในการสื่อสารได้มากขึ้น รูปแบบการจัดงานแบบนี้ทำให้สปอนเซอร์เดินเข้าหาเราได้ง่ายขึ้น เกิดรายได้ 7 หลัก วางงบประมาณ เกิดสมาคม นำไปสู่การสร้างอีเวนต์ต่อไป คือ การวิ่ง moon run โดยสร้างเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนังสือแสดงให้เห็นเรื่องราวของสนามที่มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

..เรามีนักปั่นที่มีชื่อเสียงเป็นไอคอนที่คอยฟีด (feed) ข้อมูลเรื่องพื้นที่ถึงพาทเนอร์ต่างๆ เพิ่มช่องทาง สร้างพื้นที่ในการสื่อสาร ทั้งที่มีเดียออนไลน์และออฟไลน์” (วันที่ 11 พฤศจิกายน 2560)

ในขณะที่ความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในปัจจุบันนับว่าเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมาย ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น เพชบุ๊ก เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ไอจี มาใช้ในการสื่อสารและนำเสนอข้อมูลต่างๆ ส่งต่อไปยังกลุ่มลูกค้า ซึ่งหากกลุ่มลูกค้าสนใจ หรือสงสัยในรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมก็สามารถเลือกช่องทางที่หลากหลายติดต่อสอบถามไปยังผู้จัดหรือผู้ให้บริการได้โดยตรง ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าว

“การสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือสร้างการรู้จัก อาจอยู่ในรูปของการโฆษณา เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การจัดแถลงข่าว การได้สิทธิไปร่วมแข่งขันนานาชาติ หรือบริการเสริมอื่นๆ การสื่อสารการตลาดช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ผู้จัดต้องทำความเข้าใจว่า กิจกรรมใดที่ลูกค้าต้องการและสร้างความสนุกสนาน เครื่องมือสื่อสารชนิดใดที่สามารถเข้าถึงและได้รับการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมาย สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เราต้องใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ คือนำเอาการสื่อสารรูปแบบต่างๆ มาใช้เพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมคล้อยตามคำเชิญ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล สื่อสถานที่ การตกแต่ง รวมถึงสื่อกิจกรรม เช่น การจัดแคมป์เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพให้กลุ่มเป้าหมาย ทั้งในส่วนของการวิ่ง

และการปั่น โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นตัวหลักในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รองลงมาคือ คำแนะนำจากคนรู้จักและข้อมูลข่าวสารจากชมรม กิจกรรมเชิงกีฬาที่มีความโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือ เซเลบริตี้ ให้เข้ามาร่วมกิจกรรม จะทำให้ได้ช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นโดยอาจไม่มีค่าใช้จ่าย” (วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560)

ในส่วนการสร้างภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการสื่อสารการตลาดนั้น การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่มีความสำคัญ สามารถสร้างการจดจำ บอกต่อ และความประทับใจ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4 ได้กล่าวว่า

“ตอนนี้แต่ละสนามไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องลูกค้า การสื่อสารการตลาดควรสื่อสารด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของตัวเอง เพราะทุกวันนี้มีสนามใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย เช่น บุรีรัมย์ ภูเก็ต บางแสน แต่สนามจอมบึงควรมีภาพการเป็นพี่ใหญ่ใจดี ผ่านร้อนผ่านหนาว ผ่านประสบการณ์มาอย่างยาวนาน เติบโตไปพร้อมกับการพัฒนางานวิ่ง คนวิ่ง... สำหรับนักวิ่งหน้าใหม่ เราควรสร้างความประทับใจ รักษามาตรฐานของเราไว้ จะเกิดการบอกต่อซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด นักวิ่งจะเกิดการเปรียบเทียบระหว่างมาตรฐานของแต่ละสนาม ถ้าเขาประทับใจ จะเกิดการกลับมาซ้ำ” (วันที่ 5 พฤศจิกายน 2560)

จึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการด้านการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก มีจุดเน้นที่การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมกีฬาด้วยการสื่อสารภาพลักษณ์ของกิจกรรม สถานที่ ประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อม บรรยากาศ ศักยภาพด้านต่างๆ ของสนาม หรือการดำเนินวิถีชีวิตของชุมชน ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายส่งผ่านความหมายไปสู่การรับรู้ของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสื่อสารแบบปากต่อปาก (word of mouth) เช่น การรายงานข่าวหรือการถ่ายทอดสด (live) ของผู้ร่วมกิจกรรม และของสื่อมวลชนในพื้นที่ หรือแม้แต่การให้ข้อมูลจากคู่แข่งชั้นทางการตลาด ทั้งหมดนี้สามารถส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถสร้างตราสินค้าสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้จัดหรือผู้สร้างตราสินค้าควรหยิบจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏและมีอยู่จริงมาใช้สื่อสารกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

4) การปฏิบัติการ

การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งรูปแบบของกิจกรรมการวิ่ง และการปั่นจักรยานที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องมีปัจจัยหลายอย่างที่ผู้จัดและผู้มีส่วน

ได้ส่วนเสียกับกิจกรรมเหล่านั้นต้องคำนึงถึง เช่น มาตรฐานการแข่งขันที่เป็นสากล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันได้ ทั้งนี้ผู้จัดจำเป็นต้องวางมาตรฐานในการจัดการแข่งขัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน ได้แก่ ผู้จัดกิจกรรม ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน กรรมการ อาสาสมัคร ผู้เข้าชมการแข่งขัน และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มาอำนวยความสะดวกในการแข่งขัน รวมถึงงานเทคนิคและการปฏิบัติการด้านต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และ ภายหลังการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน เช่น การจัดการด้านสถานที่แข่งขัน ที่พัก การประสานงานกับผู้มีส่วนร่วมจัดการแข่งขัน การขนส่ง การเดินทาง การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรม การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมกิจกรรมในส่วนของผู้เล่นและผู้ชม เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดกิจกรรมกีฬาที่ได้รับรับรองมาตรฐานประเภทการวิ่งพบว่า หน่วยงานหรือผู้จัดที่ประสงค์จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องมีกระบวนการดำเนินงาน คือ 1) การขออนุญาตใช้เส้นทางวิ่งต่อหน่วยงานของรัฐหรือท้องถิ่นที่กำกับดูแลด้านความปลอดภัยในการสัญจรบนท้องถนน พร้อมๆ กับการขอหารือแนวทางในการจัดวางเส้นทางการแข่งขันบนท้องถนนหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ท้องถิ่นสามารถวางแผนการปฏิบัติงานด้านจราจรให้มีความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน 2) มีกำหนดเส้นทางแข่งขันที่แน่นอน โดยผู้จัดต้องให้หน่วยงานที่ขึ้นทะเบียนกับสมาคมวิ่งระยะเส้นทางวิ่งเพื่อออกใบรับรองระยะทาง 3) กำหนดอัตรากำลังของอาสาสมัคร (marshals) เพื่อดูแลนักวิ่งตลอดเส้นทาง รวมถึงอุปกรณ์ความปลอดภัยในเส้นทางวิ่งให้เพียงพอและได้สัดส่วนกับเส้นทาง พื้นที่ และจำนวนผู้เข้าร่วมการแข่งขัน 4) ต้องจัดเครื่องบอกเวลาในจุดเริ่มต้นและจุดเส้นชัยของการแข่งขันเอาไว้ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันหรือผู้ชม สามารถมองเห็นเวลาเริ่มต้นและเวลาที่เข้าเส้นชัยได้อย่างชัดเจน 5) จัดการสนับสนุนทางการแพทย์ (Medical Support) ไม่ว่าจะเป็นจุดปฐมพยาบาล จุดจอตลอดพยาบาลประจำการแข่งขัน เจ้าหน้าที่ทางการแพทย์และแผนการลำเลียงผู้บาดเจ็บหรือได้รับอุบัติเหตุจากการแข่งขันฉุกเฉิน 6) จัดจุดให้บริการน้ำดื่ม (Drink Stations) และอาหาร ให้เพียงพอและจัดปริมาณน้ำดื่มให้ได้สัดส่วนต่อพื้นที่ เส้นทางและจำนวนนักกีฬาวิ่ง 7) จัดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน (facilities) เช่น กองอำนวยความสะดวกเริ่มต้น จุดเส้นชัย จุดรับฝากของและห้องน้ำ ให้เพียงพอและได้สัดส่วนต่อพื้นที่ เส้นทางและจำนวนนักกีฬา 8) ต้องพิจารณาข้อกำหนดอื่นๆ เพื่อความปลอดภัยของนักกีฬาเองและความสะดวกในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครในการจัดการแข่งขันด้วย เช่น การแจกเบอร์วิ่งให้ผู้เข้าแข่งขันสวมใส่ซึ่งอาจมีช่องให้กรอกข้อมูลทางการแพทย์หรือโรคประจำตัวด้านหลังเบอร์วิ่งด้วย ผู้จัดการแข่งขันต้องแนะนำให้นักกีฬาวิ่งกรอกข้อมูลที่เป็นในกรณีฉุกเฉินเอาไว้ เป็นต้น ดังที่ผู้ให้

ข้อมูลคนที่ 1 ได้กล่าวถึงความสำคัญของการปฏิบัติการด้านต่างๆ เพื่อสร้างคุณภาพมาตรฐาน และความปลอดภัยให้กับสนามวิ่ง ดังคำกล่าวที่ว่า

“หัวใจสำคัญของสนามวิ่งคือมาตรฐาน คนทั่วไปอาจมองแค่ส่วนประกอบแค่เปลือก เช่น เลื่อนสวย เหยี่ยสวย อาหารอร่อย มีกองเชียร์บนเส้นทางที่สนุกสนาน แต่มาตรฐานคือจิตวิญญาณ มันเป็นแก่น เป็นเรื่องสำคัญ อันดับแรกคือเส้นทางต้องได้มาตรฐาน จะต้องมีการวัดอย่างจริงจัง คลาดเคลื่อนได้ไม่มาก ต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญระดับโลกมาวัด และทุก 5 ปีต้องมีการวัดซ้ำ เรื่องที่สองคือการจราจรต้องปิดถนนได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ เราต้องสร้างความเข้าใจกับตำรวจ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน ที่ใช้รถใช้ถนนให้เข้าใจ อย่างมาราธอนใหญ่ระดับโลก เช่น บอสตัน โตเกียว เบอร์ลิน ลอนดอน นิวยอร์ก ที่มีนักวิ่งสามหมื่นกว่าชีวิตยังสามารถปิดการจราจรได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ โดยใช้แผงเหล็กกั้นถนนตลอด 42.195 กม. เรื่องที่สามคือการแพทย์ ต้องมีทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดกิจกรรมรวมถึงการประกันชีวิตให้นักกีฬา ในส่วนการให้บริการอื่นๆ ที่ต้องได้มาตรฐานเช่นเดียวกัน ได้แก่ น้ำดื่ม เกลือแร่ ผลไม้ สถานีบริการบนเส้นทางวิ่งที่ต้องเพียงพอ การสื่อสารกับนักวิ่งต้องชัดเจน ต่อเนื่อง เช่นกำหนดการรับสมัคร เงื่อนไขกติกา การแข่งขันต่างๆ การเดินทาง ที่พัก เวลาปิดถนน รวมถึงการสื่อสารด้วยป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในงาน เช่น จุดรับ BIB รับเสื้อ จุดให้บริการอาหาร จุดรับ-ส่ง และที่สำคัญอีกอย่างคือเรื่องระบบสุขาที่ต้องสะอาดมีมาตรฐาน รวมถึงระบบการรับฝากของที่ต้องสะดวกปลอดภัยเห็นได้ชัดเจน” (วันที่ 5 พฤศจิกายน 2560)

ความสำคัญของมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเฉพาะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 ได้กล่าวไว้

“ความพร้อมของสนามที่จะใช้ในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นกีฬาชนิดใดต้องมีมาตรฐานที่เป็นสากลที่สุด ระบบขนส่งต้องทั่วถึง การสื่อสารต้องชัดเจนสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เราเป็นจังหวัดที่ได้เปรียบเพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดระยะเวลาการเดินทางได้ เส้นทางคมนาคมควรสะดวก เข้าออกง่าย มีป้ายบอกทางชัดเจน” (วันที่ 9 ตุลาคม 2560)

ตัวอย่างมาตรฐานการจัดการของสนามวิ่งที่เก่าแก่ที่สุดอีกแห่งหนึ่งของประเทศ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในวงการวิ่งทั้งในระดับชาติและนานาชาติ สามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้กลับมาเยือนซ้ำอีก ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า

“ไม่มีมาราธอนใดในโลกจัดขึ้นในเมืองเล็ก บอสตัน ลอนดอน เบอร์ลิน โตเกียว ถูกจัดขึ้นในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่แทบทั้งสิ้น จอมบึงมาราธอนอยู่มาถึง 33 ปี จึงกลายเป็นโมเดลที่ สสส.นำไปขยายผลทั่วประเทศ กว่า 700 งานตลอดทั้งปี มีสสส.ให้การสนับสนุนมากกว่า 200 งาน มีผลกระทบเชิงบวกให้เห็นเป็นการเกิดชมรมวิ่งต่างๆ ...ไม่มีจุดใดที่นักวิ่งไม่ได้ยินเสียงเชียร์ มีเฟรสเซอร์ สวีปเปอร์ ทีมแพทย์ น้ำ เกลือแร่ ผลไม้ คอยดูแลนักวิ่งตลอดเส้นทางการแข่งขัน มีระบบการจราจรที่ปลอดภัย มีมาตรฐานจากสมาคมมาราธอนนานาชาติ (AIMS) ที่รับรองสนามทั่วโลก ผลการแข่งขันจากสนามจอมบึงสามารถนำไปอ้างอิงเพื่อสมัครวิ่งในบอสตันมาราธอนได้” (วันที่ 12 ธันวาคม 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพของกระบวนการทำงานและมาตรฐานในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือหัวใจสำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ ผู้จัดต้องระดมสรรพกำลังในการทำงานของกลุ่มคนทีนอกเหนือจากการทำงานปกติโดยมุ่งหวังเพื่อสร้างประสบการณ์ ความประทับใจ และเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจกรรมนั้นมีความพิเศษเหนือจากกิจกรรมทั่วไป เช่น การสร้างสรรค์แนวคิดในการจัดงานร่วมกัน การใช้สัญลักษณ์ในการสร้างบรรยากาศและการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มจึงจะสามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวแบบวางแผนและนักท่องเที่ยวแบบกระชั้นชิดได้

5) การจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงในทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหมายถึง ความเสี่ยงในหลากหลายรูปแบบ อาจเป็นเหตุการณ์ หรือการกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นผลทางลบต่อองค์กร กิจกรรมหรือภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เช่น ความล้มเหลวในการรักษาความปลอดภัย การออกกฎระเบียบ การประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ งานดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การเตรียมการเพื่อเหตุฉุกเฉิน และการติดตามให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับ การขาดประสบการณ์ของผู้จัดงาน รวมถึงความเสี่ยงทางด้านการเงิน สภาพอากาศ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ขาดประสิทธิภาพ เป็นต้น

การจัดการความเสี่ยงในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับการมีคณะทำงานด้านความปลอดภัยซึ่งมีบทบาทเกือบทุกด้านของการจัดงาน โดยเฉพาะการประเมินความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในระหว่างจัดกิจกรรม เช่น การติดต่อประสานหน่วยงานต่างๆ จัดทำเส้นทางที่ได้มาตรฐาน จัดทำข้อมูลที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว จัดการการเงิน วิธีการรับสมัคร การป้องกันปัญหาจากการรับสมัครหน้างาน บทบาทหน้าที่และความรู้ความเข้าใจของมาร์แชล (ผู้ควบคุมดูแลการแข่งขัน) อาหารเครื่องดื่ม การมอบรางวัลที่มีความชัดเจนถูกต้องภายหลังการแข่งขัน เป็นต้น ผู้จัดต้องคิดให้รอบด้านว่าหากมีเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงจะรับมืออย่างไร ต้องมีการประเมินสถานการณ์ไว้ล่วงหน้าและมองภาพรวมทั้งหมดของการจัดงานให้ออกเพื่อหาวิธีการป้องกันปัญหาในเบื้องต้น แนวทางในการจัดทำแผนความเสี่ยงจึงเป็นกระบวนการเริ่มจากค้นหาและระบุปัจจัยเสี่ยงด้านต่างๆ สํารวจสภาพพื้นที่ที่ใช้ในการจัดงาน จัดทำข้อเสนอแนะต่อผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ระดับความเสี่ยง วางแผนเตรียมการรับความเสี่ยงและสุดท้ายคือการนำไปทดสอบปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อลดอัตราการสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 กล่าวว่า

“สำหรับการจัดการความเสี่ยงนั้นเรื่องการเงินสำคัญที่สุด ถ้าผู้จัดกับพาร์ทเนอร์มีจุดมุ่งหมายในการทำงานต่างกัน เช่น ผู้จัดมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่พาร์ทเนอร์มุ่งหากำไรความขัดแย้งก็จะเกิดขึ้น สิ่งสำคัญในการทำงานคือ ต้องหาคนทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันมาร่วมกันทำงาน เช่น ททท. มี KPI คือส่งเสริมการท่องเที่ยวเหมือนๆ กันกับเราจึงร่วมกันได้อย่างดี ...สำหรับเรื่องความปลอดภัย ยิ่งงานมีชื่อเสียงดังมาก ความปลอดภัยยิ่งสำคัญ เราต้องทวิคูณจำนวนบุคลากรในการให้บริการนักวิ่งมากกว่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ อาหารและความปลอดภัยต้องเหนือกว่ามาตรฐาน เรื่องแบบนี้ดีราม่าง่าย อ่อนไหว ต้องไม่เสียชีวิตกับการลงทุนเรื่องเหล่านี้” (วันที่ 7 ตุลาคม 2560)

ส่วนการจัดการความเสี่ยงด้านกระบวนการทำงานของบุคลากรนั้นจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมให้กับทีมงานในเบื้องต้น ควรมีการจัดประชุมหรือปฐมนิเทศเพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของกิจกรรม มีการชี้แจงกระบวนการขั้นตอนของเทคโนโลยีที่นำมาช่วยในการปฏิบัติการ เช่น โปรแกรมตรวจเช็ครายชื่อในการรับเสื้อและเบอร์ การอ่านผลการแข่งขันจากชีพ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า

“ผู้จัดควรศึกษาความต้องการของลูกค้า นักท่องเที่ยว นักกีฬา แล้วนำความต้องการมาออกแบบกระบวนการทำงาน คุณภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับบุคลากร เจ้าหน้าที่ อาสาสมัครซึ่งเป็นผู้ส่งมอบบริการและวิธีการให้บริการ ความเต็มใจในการให้บริการของบุคลากรจึงมีความผันแปรไม่แน่นอน แนวปฏิบัติสำคัญคือ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อลดจุดสัมผัสกับบุคลากร

เช่น การสมัครผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระค่าสมัครผ่านธนาคาร การตรวจเช็ค รายชื่อ และการแจ้งข้อมูลข่าวสารสำคัญบนเว็บเพจ เช่น การแจ้งกำหนดการรับ เลือ รับเบอร์ มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน มีการประชุมชี้แจงการปฏิบัติงาน หากเป็นทีมงานใหม่ควรมีพี่เลี้ยงอยู่ในทีม ใช้งานจัดการคุณภาพ และสร้าง วิทยาลัยคนในการทำงานภายใต้เป้าหมายเดียวกัน” (วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการความเสี่ยงในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ภูมิภาคตะวันตก คือ การวางแผนกระบวนการทำงานในทุกขั้นตอนเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ด้วยการแต่งตั้งบุคลากรในฝ่ายต่างๆ ทั้งที่เป็นเจ้าหน้าที่ อาสาสมัคร และเครือข่ายชุมชนร่วมจัดงาน ให้มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทการทำงาน ด้วยการจัดประชุมวางแผนร่วมกันอย่างเป็นทางการและ ไม่เป็นทางการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน บอกเส้นทาง หรือกรณีนักกีฬาต้องการความช่วยเหลือ และทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความมั่นใจ ในความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดปัญหาหรือภาวะวิกฤต

2. ผลการวิเคราะห์ปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

1) ปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเกิดจากแรงผลักดันภายนอกที่เป็นกระแสนิยม กีฬาและสุขภาพ และแรงผลักดันจากภายในที่ต้องการสร้างกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมสุขภาพและการ ท่องเที่ยว และจากการวิเคราะห์สภาพการณ์ปัจจุบันผู้วิจัยพบปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่

(1) ขาดนโยบายที่ชัดเจนและต่อเนื่องเพื่อการดำเนินงานในพื้นที่นำไปสู่การต่อยอด การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในอนาคต ดังที่ผู้ให้ข้อมูล 3 คนได้กล่าวแสดงความคิดเห็นไว้ว่า

“นโยบายการท่องเที่ยวที่มีความชัดเจนและมีการถ่ายทอดอย่างทั่วถึง ในทุกระดับจะสนับสนุนและเอื้ออำนวยให้เกิดบรรยากาศของความร่วมมือ ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แต่เนื่องจากผู้บริหารในระดับ ภูมิภาค จังหวัด และ ท้องถิ่นมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยจึงทำให้นโยบายด้านการท่องเที่ยวขาดความ ต่อเนื่อง”

นอกจากนี้ยังกล่าวเสริม อีกว่า

“ภาครัฐเคลื่อนไหวช้าและขาดความต่อเนื่อง เพราะผู้แทนแต่ละส่วน เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมาแล้วก็ไป ไม่ได้คิดเชิงยั่งยืน คิดแบบอีเวนต์ มองไม่ออกว่าต้องสนับสนุนงบประมาณอย่างไร” (วันที่ 12 ธันวาคม 2560)

(2) ขาดการเชื่อมประสาน และขาดองค์ความรู้ ระหว่างหน่วยงานผู้รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและกีฬา

ปัญหาสำคัญที่สะท้อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับภูมิภาค คือสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง ขาดการกำหนดแนวทางดำเนินงานและการสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า

“ที่ผ่านมายังเป็นลักษณะของต่างคนต่างจัด ไม่มี year plan ไม่เป็นภาพใหญ่ ขาดภาพรวมของภาคและการเคลื่อนตัวของนักท่องเที่ยวให้กระจายตามกิจกรรมต่างๆ ทั้งปี การการสนับสนุนจากองค์กรที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน...การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกสำเร็จจากผู้จัดที่เข้มแข็งมากกว่าการสนับสนุนจากองค์กรทางการท่องเที่ยว ภาครัฐไม่ได้ทำหน้าที่ของผู้จัด ภาครัฐขาดการเข้าไปมีส่วนร่วม เช่น ความสำเร็จของบุรีรัมย์สามารถรวมคนได้เยอะเพราะนโยบายของผู้นำชัดเจน ทุกส่วนในจังหวัดเข้ามามีส่วนร่วม ภาคตะวันตกเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆ ที่จัดงาน ดังนั้นถ้าแต่ละจังหวัดรวมตัวกันได้ แม้จะมีเป้าหมายที่ต่างกัน แต่ถ้าเรามาวางแผนวางกิจกรรมร่วมกัน ภาพของงานของภาคจะยิ่งใหญ่มากขึ้นเป้าหมายก็จะยั่งยืน...ทางออกคือภาครัฐควรมาตกผลึกกัน ผู้นำควรกำหนดเป้าหมายในระดับชาติเพราะเป็นผู้รู้ในเชิงนโยบายว่าทิศทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาควรไปทิศทางใด...เรื่องนี้มาแรงเพราะมันเชื่อมโยงกับ Health Tourism Aging และตอบโจทย์ Tourism for All ...ปัญหาระดับนโยบาย เช่น ททท. ส่งนโยบายมาแต่จังหวัดยังไม่ action มีการโยกย้ายตำแหน่งผู้บริหารบ่อยๆ มีช่องว่างระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ททท.กับท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด(ทกจ.) ททท.ทำงานเชิงรุกจึงสามารถทำงานร่วมกับภาคเอกชนได้ เช่น ไอเลิฟสวนผึ้ง ในขณะที่ทกจ.ทำงานเชิงรับ การขาดความรู้และความชำนาญ เรื่อง การท่องเที่ยวของผู้นำเองก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง สถาบันการศึกษาควรมีส่วนเข้าไปช่วยในการให้ความรู้” (วันที่ 5 พฤศจิกายน 2560)

นอกจากนี้ นโยบายและองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ ต้องการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก สะอาด ปลอดภัย มีอัตลักษณ์ และได้สัมผัสวิถีชีวิต

ชุมชนพร้อมทั้งมีมาตรฐานในการจัดการแข่งขันด้วย องค์ความรู้ด้านต่างๆ จึงมีความจำเป็นอย่างมาก สำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาในอนาคต ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3 กล่าวว่า

“เราต้องเปลี่ยนกระบวนคิด โดยเฉพาะคนที่มีบทบาทระดับนโยบาย ต้องทำความเข้าใจนิยามของการท่องเที่ยวและกีฬาว่ามันสามารถบูรณาการกันได้ ต้องใช้ไอเวนต์ เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการท่องเที่ยว ต้องสร้างแคมป์ให้ความรู้ ด้านกีฬา ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสนามและต้องพัฒนาคุณภาพการจัดการงานให้ดี จากสถิตินักท่องเที่ยวที่หายไปเพราะอยากไปวิ่งที่สนามอื่นมันเป็นธรรมชาติของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต้องการความแปลกใหม่ เราต้องสร้างนักวิ่งหน้าใหม่ เมื่อมาแล้วให้บอกต่อ นักวิ่งไปวิ่งที่สนามอื่นจะเกิดการเปรียบเทียบถ้าเราดีกว่าพวกเขาจะกลับมา เราต้องสร้างกิจกรรมให้ครบทั้ง 12 เดือนตลอดปี เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ของการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา” (วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560)

2) ผลกระทบ

สำหรับผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกประเมินได้ 3 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้เกิดการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงของการจัดงานทั้งค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสมัคร และการซื้อของที่ระลึก นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจและการจ้างงาน ส่งเสริมการสร้างอาชีพเสริม เปิดโอกาสให้ชุมชนได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

ด้านสังคม การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในชุมชนทำให้เกิดการพัฒนาาระบบคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า เส้นทางวิ่ง เส้นทางจักรยาน สนามกีฬาต่างๆ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับประโยชน์ในระยะยาว กิจกรรมกีฬาสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนใช้กีฬาเป็นเครื่องมือพัฒนาสุขภาพ และวิถีชีวิตที่ยั่งยืน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นร่วมกันทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นแนวทางในการดำเนินงาน เช่น การปั่นปลูกป่า การวิ่งเพื่อทำบุญ การปั่นสมทบทุนสร้างฝายชะลอน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการสอดแทรกแนวคิดการลดพลังงานและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการจัดงาน เช่น แคมเปญการใช้แก้วน้ำดื่มเพียง 1 ใบ

ตลอดงานเพื่อลดขยะ การใช้ภาชนะใส่อาหารจากวัสดุธรรมชาติ การใช้จักรยานแทนจักรยานยนต์ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาระบบการจัดเก็บของเสียภายหลังการจัดงานในชุมชนอีกด้วย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ได้แสดงความคิดเห็นเรื่องผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ดังนี้

“การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้ชุมชนได้ดึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาโชว์ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เอาอีเวนต์มาเป็นช่องทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แต่สิ่งที่ต้องพึงระวังคือ เมื่อมีคนเข้ามาเยอะมักจะมีค่านิยมบางอย่างเข้ามา เราต้องบริหารจัดการให้ดีไม่เช่นนั้นจะเกิดการสูญเสียอัตลักษณ์ที่ดีงาม...การท่องเที่ยวเชิงกีฬาทำให้เหลื่อมรดกถึงลูกหลาน สร้างแอกทีฟคอมมูนิตี เช่น ลู่วิ่ง เส้นทางจักรยาน ของที่สร้างไว้มีผลต่อการสร้างแอกทีฟทาวน์ กลุ่มนักวิ่งมาราธอนท้องถิ่น ชมรมจักรยาน กลุ่มคนรักสุขภาพเกิดขึ้นในชุมชนอย่างชัดเจน สร้างภาพของการเป็นเมืองแห่งสุขภาพ นอกจากนี้สำหรับเมืองที่ไม่มีธรรมชาติที่สวยงาม อีเวนต์เชิงกีฬาจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน” (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2560)

การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนทุกภาคส่วนและเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในด้านการสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมมีปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 กล่าวว่า

“ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังการจัดอีเวนต์เชิงกีฬาคือคนในชุมชนเกิดความตระหนักและเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต มีการรวมตัวกันทำกิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพ เกิดกลุ่มทางสังคมใหม่ๆ เช่น นายอำเภอนำชาวบ้านปั่นจักรยานช่วงเย็นๆ ภาครัฐทำงานร่วมกับชุมชน เกิดเป็นความสัมพันธ์แบบใหม่ที่แตกต่างจากเดิม

...ด้านธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสร้างนักท่องเที่ยวที่รักษาสุขภาพ และรักษาลิ่งแวดล้อมโดยอัตโนมัติ นักวิ่งเก็บขยะในขณะที่นักดูคอนเสิร์ตทิ้งขยะในมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมการจัดอีเวนต์เชิงกีฬาบ่อยๆ ทำให้ภาพเมืองกลายเป็นสีเขียวไปด้วย การจัดการพื้นที่หลังการจัดงานทำได้ง่ายมาก” (วันที่ 7 พฤศจิกายน 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่าปัญหาและผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกโดยรวมคือการจัดการด้านนโยบาย องค์ความรู้ และการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาและขับเคลื่อนภูมิภาคตะวันตกให้กลายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านมาส่วนใหญ่ล้วนก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงบวก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน สามารถสร้างงาน สร้างเงิน สร้างการมีส่วนร่วม สร้างสุขภาวะ และสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนได้อย่างแท้จริง

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 สรุปได้ว่า

ตารางที่ 21 ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ลำดับที่	กลุ่ม	ความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
1	ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา	<p>1. ควรมีการกำหนดนโยบายเชิงพื้นที่ และการจัดทำผังเมืองเพื่อรองรับระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น การทำถนนควรเพิ่มงบประมาณสำหรับการปลูกต้นไม้ เส้นทางจักรยานและที่จอดจักรยานด้วยเพื่อรองรับเป้าหมายของเมือง ผู้นำควรกำหนดวิสัยทัศน์และมีแผนปฏิบัติการที่รองรับกับเป้าหมายของเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยออกแบบให้มีการบูรณาการร่วมกันทั้งการท่องเที่ยว การคมนาคม และสิ่งแวดล้อม กำหนดเป็นยุทธศาสตร์อำเภอหรือยุทธศาสตร์จังหวัดที่ชัดเจน</p> <p>2. ควรมีการบริหารงานแบบเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในภูมิภาคตะวันตกที่เป็นตัวแทนจากภาครัฐและภาคเอกชน อาจตั้งเป็นองค์กรกลางที่มีโครงสร้างหลวมๆ ทำหน้าที่ประสานงานในการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อมูลและองค์ความรู้จากการดำเนินงานระหว่างกัน รวมทั้งการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตลอดทั้งปีเพื่อเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย</p>
2	ผู้สนับสนุน/ภาคีเครือข่าย	<p>1. ภาครัฐควรมีการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ชัดเจน สร้างกลไกพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับต่างๆ มีการมอบเจ้าภาพหลักตามศักยภาพและความสามารถของหน่วยงาน จังหวัด/อำเภอในพื้นที่เป้าหมายควรมียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ</p> <p>2. ควรส่งเสริมให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เพื่อ</p>

ลำดับ ที่	กลุ่ม	ความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
		<p>ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>3. เจ้าของพื้นที่ควรอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการภายในพื้นที่เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน</p> <p>4. ควรมีการกำหนดโครงสร้างคณะทำงาน ระบุอำนาจหน้าที่ บทบาทการดำเนินงาน แต่ละส่วนให้มีความชัดเจน เพื่อลดความซ้ำซ้อน และความขัดแย้งระหว่างการทำงาน</p> <p>5. ควรมีการจัดการความรู้ภายหลังการจัดงานเพื่อพัฒนา ปรับปรุง การดำเนินงานในปีต่อไป</p>
3	เจ้าหน้าที่ องค์กร ภาครัฐ / เอกชน	<p>1. ผู้จัดกิจกรรมควรสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เหมาะสมกับช่วงเวลา บริบท และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่น</p> <p>2. ผู้จัดควรเปิดโอกาสให้ภาคประชาชน และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นผู้จัดกิจกรรม หรือร่วมเป็นเจ้าของ</p> <p>3. ควรสร้างการสื่อสาร เผยแพร่กิจกรรมในพื้นที่ผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์</p> <p>4. ควรหาจุดเด่น หรืออัตลักษณ์ของงานเพื่อโปรโมตกิจกรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่</p>
4	นักท่องเที่ยว เชิง กีฬา/ ผู้ชม	<p>1. ควรสร้างการแข่งขันกีฬารูปแบบใหม่ที่มีความหลากหลาย ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มที่มีความสนใจต่างกัน เช่น การวิ่งเทรล ไตรกีฬา วิ่งชายหาด ปั่นข้ามประเทศ ปั่นสั้นเขื่อน เป็นต้น</p> <p>2. ควรจัดการแข่งขันที่มีมาตรฐานสากล สำหรับสนามใหญ่ๆ ควรมีผลการแข่งขันที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงในสนามแข่งขันต่างประเทศได้</p> <p>3. ควรออกแบบกิจกรรมในงานให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นนักกีฬา ผู้ชม ผู้เชียร์ รวมทั้งผู้ติดตาม เช่น การเดินเพื่อสุขภาพ การแข่งขันประเภทฟันรัน การขี่จักรยานเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น</p> <p>4. ควรจัดแคมป์เพื่อสร้างประสบการณ์และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับนักกีฬาเพื่อพัฒนาศักยภาพสำหรับการแข่งขัน</p> <p>5. ควรออกแบบให้มีการรับสมัครผ่านระบบเทคโนโลยี และจัดทำข้อมูลสารสนเทศจำเป็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมให้มีความชัดเจน และสื่อสารในหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นข้อมูลในการตัดสินใจแก่นักท่องเที่ยว</p>

ลำดับ ที่	กลุ่ม	ความต้องการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
		<p>6. ควรจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มของผู้ติดตาม ผู้ชม ผู้เชียร์ เช่น การแสดงสินค้าเอ็กซ์โปร์ การแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลาดนัดสินค้าสุขภาพ กิจกรรมนำเที่ยวในท้องถิ่น การประกวดแผนไทย ชุมเกมส์แจกของรางวัล เป็นต้น</p> <p>7. ควรออกแบบและจัดทำสินค้าที่ระลึก เช่น เสื้อ เหมียว ถ้วย ให้มีคุณภาพ ทันสมัย เพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจแก่นักกีฬา</p> <p>8. มีระบบการให้บริการแบบครบวงจรและมีคุณภาพ ตั้งแต่การรับสมัคร ติดต่อสื่อสาร ที่พัก บริการอาหาร น้ำดื่ม ทั้งในบริเวณงานและบนเส้นทางแข่งขัน การมอบรางวัล การรายงานผล การดาวน์โหลดผลการแข่งขัน ภาพถ่าย การให้ข้อเสนอแนะหลังงานผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ</p>
5	ประชาชน ใน ชุมชน	<p>1. ควรแจ้งข่าวสาร สร้างความรู้ความเข้าใจ และสื่อสารข้อมูลกำหนดการจัดกิจกรรมไปยังผู้นำท้องถิ่นในทุกระดับ รวมถึงประชาชนในพื้นที่ เพื่อเตรียมความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน</p> <p>2. สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง โดยร่วมกันพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้กลายเป็นวิถีชีวิต เช่น จัดให้มีพื้นที่สำหรับการจำหน่ายสินค้าชุมชนภายในงานหรือบนเส้นทางการแข่งขัน สร้างสรรค์กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเพื่อเสริมบรรยากาศในการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนสร้างกิจกรรมเชิงกีฬาของตนเองเพื่อขยายผล</p>

จากการวิเคราะห์สภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกตามข้อมูลข้างต้น จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่สามารถตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับภูมิภาคตามนโยบายประเทศไทย 4.0 ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ชุมชน ท้องถิ่นจะต้องบูรณาการแนวคิดในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรมในการจัดกิจกรรมกีฬา ใช้อองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและการท่องเที่ยว การให้บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายเชื่อมโยงกับบริการใหม่ ๆ เช่น การสมัครและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน การจัดที่พักแบบโฮมสเตย์หรือแบบรถบ้าน การขายแพคเกจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการ

แข่งขันของสนามและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมและบริการ นอกจากนี้การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในชุมชนก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการส่งเสริมการลงทุนในท้องถิ่นที่ช่วยพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น มีรายได้เสริม มีสุขภาพที่ดี มีสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ชุมชนจะมองเห็นศักยภาพและประโยชน์ของแหล่งที่อยู่อาศัย ทรัพยากร วัฒนธรรมและประเพณีที่ดีงามของตนแล้วนำเอาสิ่งเหล่านั้นมาต่อยอดให้กลายเป็นมูลค่าและราคาที่นักท่องเที่ยวยอมจ่ายเงิน ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในท้องถิ่น สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนและยกระดับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างมีคุณภาพ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาถือเป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชนได้

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอก ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ผลจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม นำไปสู่การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ เรียกว่า TOWS Matrix ซึ่งเป็นการนำข้อมูลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาวิเคราะห์และกำหนดเป็นกลยุทธ์ต่อไป

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตามแนวคิด 7'S Analysis ของ McKinsey เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) จากปัจจัย 7 ด้าน ดังนี้

ตารางที่ 22 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายในที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ตามแนวคิด 7'S Analysis

องค์ประกอบตามแนวคิด 7'S Analysis	ผลกระทบที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
1. ด้านโครงสร้าง (Structure)	ในภาพรวมยังไม่พบว่ามีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาแสดงบทบาทในฐานะเจ้าภาพหลักในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามโครงสร้างการดำเนินงานอย่างชัดเจน สำหรับกิจกรรมกีฬาที่ประสบ

องค์ประกอบตามแนวคิด 7'S Analysis	ผลกระทบที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
	<p>ความสำเร็จส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยกลุ่มผู้จัดที่มีความเข้มแข็ง มีโครงสร้างการทำงานในลักษณะของเครือข่ายพันธมิตร มีกลุ่มบุคคลหลายฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในบทบาทของทีมนำ ทีมทำ และทีมสนับสนุนจากหลายภาคส่วนประกอบด้วยเครือข่ายนักวิ่ง เครือข่ายอาสาสมัคร เครือข่ายหน่วยงานภายนอก และเครือข่ายหน่วยงานภายในพื้นที่ ผู้ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ โดยใช้วิธีการบริหารโครงสร้างแบบแนวราบ แบบหุ้นส่วน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์จากการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เต็มเต็มบทบาทของกันและกัน ถ่ายทอดและเรียนรู้การดำเนินงานไปพร้อมกันทุกส่วนทุกฝ่าย สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน</p>
2. ด้านกลยุทธ์ (Strategy)	<p>ไม่มีนโยบายในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้บริหารหลักและผู้เกี่ยวข้องยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญและขาดการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้พื้นที่ไม่ได้รับการสนับสนุนทรัพยากรและงบประมาณที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างไรก็ตาม สำหรับพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากใช้กลยุทธ์การส่งเสริมให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างแท้จริง ด้วยการกระจายความรู้กระจายรายได้ กระจายความรับผิดชอบ และสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การท่องเที่ยวร่วมกันทั้งผู้จัด ชุมชน และนักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมงาน กล่าวคือ ผู้จัดพึงพอใจต่ออาหาร สินค้า เครื่องดื่มที่ชุมชนนำมาให้บริการ ชุมชนได้นำเสนอสินค้าและบริการของตนเองแก่ผู้ร่วมงานและได้ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ใหม่และได้บริโภคสินค้าและบริการที่มีคุณค่าจากชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริงทำให้ได้รับประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้นจากการมาร่วมแข่งขันตามปกติ เรียกว่า ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาดังกล่าวทุกส่วนทุกฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ร่วมกัน</p>
3. ด้านระบบการดำเนินงาน	มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในระบบปฏิบัติการ เช่น การใช้ช่องทาง

องค์ประกอบตามแนวคิด 7'S Analysis	ผลกระทบที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
(System)	<p>ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมีเดียอย่างแพร่หลายทั้งในแง่ของการโฆษณากิจกรรมการแข่งขันหรือใช้เพื่อส่งข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ผู้จัดยังได้พยายามนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การให้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านโทรศัพท์ การให้บริการสมัครและจ่ายค่าธรรมเนียมผ่านแอปพลิเคชัน ให้บริการดาวน์โหลดภาพถ่ายนักกีฬาทุกคนตลอดการแข่งขัน ใช้นวัตกรรมจัดการขยะระหว่างและภายหลังการจัดงาน นอกจากนี้ยังใช้องค์ความรู้ต่างๆ สร้างระบบการทำงาน ได้แก่ จัดการองค์กร การจัดการกีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา การท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ในการสร้างระบบการทำงานตามวงจรการบริหารแบบคุณภาพ (PDCA) คือมีการวางแผน ดำเนินการ ติดตามประเมินผล และปรับปรุงแก้ไข โดยใช้เวทีการประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียวิเคราะห์ร่วมกันทุกขั้นตอน</p>
4. ด้านบุคลากร (Staff)	<p>มีคณะทำงานเป็นทีมสต๊าฟในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาจำนวนมากในฐานะของผู้จัด อาสาสมัคร เจ้าหน้าที่ และประชาชนในชุมชน มีการจัดประชุมและฝึกอบรมเพื่อให้ทุกฝ่ายมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน มีการจัดแบ่งหน้าที่ตามความรับผิดชอบและศักยภาพที่เหมาะสม มีการวางแผนกำลังคนที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงานตามความถนัดและความสามารถเฉพาะด้าน โดยดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การตัดสินใจ การวางตำแหน่งงาน และบูรณาการงานจากทุกส่วนทุกฝ่ายให้เป็นเนื้อเดียวกัน รวมถึงการพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาด้วยการให้ความรู้ทางวิชาการ การดูแลสุขภาพ โภชนาการ และเทคนิควิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้องเพื่อสร้างความตระหนักด้านการออกกำลังกายเพื่อสร้างเสริมสุขภาพอย่างยั่งยืน</p>
5. ด้านทักษะที่ใช้ในการทำงาน (Skill)	<p>มีการประชุมวางแผนและฝึกอบรมให้ความรู้แก่ทีมสต๊าฟก่อนการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะฝ่ายเทคนิคการแข่งขันและฝ่ายให้บริการทางการแพทย์ที่ต้องเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองและพร้อม</p>

องค์ประกอบตามแนวคิด 7'S Analysis	ผลกระทบที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
	ให้บริการในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน พร้อมทั้งมีการจัดทำเอกสารคู่มือที่ใช้ในการปฏิบัติงานเช่น แผนผังการจัดงาน รายละเอียดเส้นทางทางการแข่งขัน รายชื่อและเบอร์โทรศัพท์ติดต่อกรรมการทุกฝ่าย สำหรับงานเทคนิคที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูง เช่น การสร้างโปรแกรมรับสมัครผ่านระบบออนไลน์ งานด้านสถิติและผลการแข่งขัน และงานกราฟฟิคต่างๆ เป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะซึ่งผู้จัดยังไม่สามารถดำเนินการเองได้จึงต้องใช้การว่าจ้างบริษัทดำเนินการแทน
6. ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ (Style)	มีการบริหารงานแบบเครือข่ายพันธมิตรจากหลายภาคส่วนมาร่วมดำเนินการทั้งเครือข่ายนักวิ่ง เครือข่ายอาสาสมัคร หน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก โดยมีการจัดการเครือข่ายด้วยระบบความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วน แบบเพื่อน จากการทำกิจกรรมกีฬาร่วมกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการจัดการความรู้จากผู้มีประสบการณ์ถ่ายทอดสู่ผู้ปฏิบัติงานรุ่นใหม่ มีเวทีการประชุมสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและกรรมการดำเนินงานเพื่อเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้ร่วมกันวิเคราะห์วางแผนภาพรวมของงานบนแนวคิดการเป็นเจ้าของงานร่วมกัน
7. ด้าน ค่านิยม (Shared Value)	ชุมชนและประชาชนในพื้นที่มีค่านิยมของความเป็นเจ้าภาพ และเจ้าของงานร่วมกันเนื่องจากผู้จัดใช้การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์และสร้างวาทกรรมเพื่อให้เกิดการรับรู้แก่คนในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่องยาวนาน การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้กลายเป็นวิถีชีวิตของประชาชน และยังสามารถสร้างกระแสการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อีกด้วย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกในองค์ประกอบตามแนวคิด PESTLE Analysis เพื่อวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) จากปัจจัยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 23 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ตามแนวคิด PESTLE Analysis

องค์ประกอบ ตามแนวคิด PESTLE Analysis	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
1. ด้านนโยบาย (Policy)	รัฐบาลเล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศและของชุมชนได้ แต่เนื่องจากนโยบายดังกล่าวไม่ได้ถูกถ่ายทอดหรือกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ส่งตรงไปถึงส่วนราชการระดับจังหวัดหรือท้องถิ่นทำให้บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่เห็นความสำคัญและไม่เข้าใจในบทบาทหน้าที่ดังกล่าวจึงไม่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามที่สมควร
2. ด้านเศรษฐกิจ (Economy)	การท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไปเนื่องจากมีความครอบคลุมทั้งด้านการท่องเที่ยวและด้านกีฬา ซึ่งหากพิจารณาในแง่ของการท่องเที่ยวนั้นจะมีความเชื่อมโยงของธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั้งด้านที่พัก การขนส่ง กิจกรรม ของที่ระลึก และอาหาร ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถผลักดันและส่งเสริมให้กิจกรรมดังกล่าวมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงมากขึ้น เช่น การแข่งขันวิ่งจอมบึงมาราธอน มีผู้เดินทางเข้ามาร่วมงานมากกว่า 20,000 คน ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเกิดการกระจายรายได้ต่อชุมชนในพื้นที่จำนวนมาก
3. ด้านสังคม และวัฒนธรรม (Socio-cultural)	ค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากขึ้น รัฐบาลไทยจึงได้ประกาศนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวทางการพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา ยังได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนจากการนำเอาอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญามาเชื่อมโยงเข้ากับการจัดการท่องเที่ยว เช่น การทำเส้นทางวิ่งปั่นเพื่อศึกษาธรรมชาติ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน การผลิตของที่ระลึกจากผู้ผลิตในพื้นที่ เป็นต้น จะเห็นได้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีชื่อเสียงระดับประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากคือสนามแข่งขันที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรม

<p>องค์ประกอบ ตามแนวคิด PESTLE Analysis</p>	<p>การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก</p>
	<p>และประเพณีของท้องถิ่นของตนเองได้อย่างชัดเจนสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p>
<p>4. ด้าน เทคโนโลยี (Technology)</p>	<p>ปัจจุบันผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลมีเดียอย่างแพร่หลายทั้งในแง่ของการโฆษณากิจกรรมการแข่งขัน หรือใช้เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดการกระตุ้นกระแสการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้จัดได้พยายามนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การรับสมัครและชำระค่าธรรมเนียมผ่านแอปพลิเคชัน การให้ข้อมูลและบริการตอบข้อสงสัยด้านการแข่งขันบนสื่อสังคมออนไลน์ และการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเพื่อหาความพึงพอใจร่วมกัน เป็นต้น</p>
<p>5. ด้านกฎหมาย ข้อบังคับ และ ระเบียบ (Legal)</p>	<p>เพื่อให้เกิดความมั่นใจในความปลอดภัยของการจัดงาน ผู้จัดจำเป็นต้องจัดการและกำหนดกฎระเบียบที่เหมาะสมในบริเวณจัดการแข่งขัน โดยผู้จัดจะต้องไม่อนุญาตให้ผู้เข้าร่วมการแข่งขันละเมิดกติกา กฎหมาย และคำสั่งต่างๆ ในกรณีที่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันไม่ปฏิบัติตามผู้จัดอาจไม่อนุญาตให้ร่วมงานหรือเข้าร่วมแข่งขันหรือตัดสิทธิ์แข่งขัน (Disqualify) นอกจากนี้ ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังมีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลระดับโลก เช่น ในการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน สนามที่มีมาตรฐานต้องได้รับอนุญาตจัดการแข่งขันตามกติกาของสหพันธ์กรีฑานานาชาติ (IAAF) และสหพันธ์กรีฑาแห่งเอเชีย (AAA) ภายใต้การกำกับดูแลของสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งดำเนินงานภายใต้คำแนะนำของคณะกรรมการมาตรฐานการจัดงานวิ่งในประเทศไทยเพื่อควบคุมเส้นทางการวิ่งของระยะมาราธอนและฮาล์ฟมาราธอนจากการวัดระยะอย่างเป็นทางการของผู้เชี่ยวชาญจากสหพันธ์กรีฑานานาชาติ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สำคัญคือ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของภาครัฐบางประการไม่เอื้อต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการใช้งบประมาณที่ไม่เอื้อต่อการบริหารจัดการโครงการ รวมถึงไม่สอดคล้องกับหน้าที่ของหน่วยงานในการ</p>

องค์ประกอบ ตามแนวคิด PESTLE Analysis	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก
	ปฏิบัติภารกิจ
6. ด้าน สิ่งแวดล้อม (Environmental)	ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงกีฬามักจะผูกการท่องเที่ยว (Tourism) การพักผ่อน (Leisure) กีฬา(Sport) และความบันเทิง (Entertainment) เข้าด้วยกัน ทำให้เข้าใจได้อีกมุมหนึ่งว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นต้องการสิ่งอื่นๆ นอกเหนือจากการเล่นกีฬา ซึ่งในกรณีนี้คือการได้สัมผัสถึงธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่งดงาม ภูมิภาคตะวันตกมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่สวยงาม มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย เป็นบริบทที่เหมาะสมสำหรับการจัดท่องเที่ยวเชิงกีฬาเนื่องจากมีจุดเด่นที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยียนได้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ตามบริบทสังคมประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และนำข้อมูลทั้งหมดวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ที่เรียกว่า TOWS Matrix เป็นการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ โดยผลการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทสังคมประเทศไทย 4.0

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม มีความหลากหลายทั้งแนวภูเขา ทะเล แม่น้ำ น้ำตก ถ้ำ และธรรมชาติยังคงมีความสมบูรณ์ 2. มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นหลากหลาย มีทรัพยากรที่สามารถนำมาออกแบบเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	1. ขาดการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาชนเพื่อพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง 2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขาดองค์ความรู้ในการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับการท่องเที่ยวและขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>3. มีทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว one day trip และนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาพักผ่อนในวันหยุด</p> <p>4. มีเส้นทางการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกันสะดวกและมีหลายเส้นทางให้เลือกเดินทาง</p> <p>5. มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อเป็นแหล่งวิชาการในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>6. มีเครือข่ายบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่องยาวนาน</p> <p>7. มีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทการวิ่ง การปั่น ทุกเดือนตลอดทั้งปี และมีงานวิ่งที่จัดต่อเนื่องยาวนานถึง 33 ปี</p> <p>8. มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งด้านชาติพันธุ์ ศิลปะ โบราณสถาน วัด วัง แหล่งประวัติศาสตร์ที่สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>9. มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์</p> <p>10. มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก โรงแรม ทั้งแบบโฮมสเตย์ แบบบูติค และแบบมาตรฐานทั่วไป</p> <p>11. มีวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพ เช่น ข้าว ผักสด กุ้ง หอย อ้อย ชมพู่ วัฒนม วัวเนื้อ ขนมหวาน และ</p>	<p>3. ขาดการถ่ายทอดนโยบายจากเบื้องบนสู่การปฏิบัติอย่างชัดเจน</p> <p>4. ขาดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของภูมิภาคในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>5. ขาดกลไกในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในระดับ</p> <p>6. ไม่มีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับภูมิภาคทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายขาดประสิทธิภาพ</p> <p>7. ขาดฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและกิจกรรมกีฬา และฐานข้อมูลบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่น</p> <p>8. ขาดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีศักยภาพในระดับภูมิภาคสำหรับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>9. ภูมิภาคตะวันตกยังขาดประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ (Mega Event)</p> <p>10. ขาดการสร้างสรรคพัฒนาต่อยอดทุนชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>11. ขาดแผนและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น สนามกีฬา ที่จอดรถ เส้นทางวิ่ง เส้นทางจักรยาน ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น</p> <p>12. ขาดป้ายสื่อความหมาย สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>สามารถสร้างมูลค่าจากสินค้าดังกล่าวได้</p> <p>12. มีชายแดนติดกับประเทศพม่าตามระเบียบแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้จึงมีโอกาสขยายตลาดการค้าสูง</p> <p>13. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก</p>	<p>13. ขาดการเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>1. กระแสความนิยมในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกาย</p> <p>2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>3. นโยบายภาครัฐที่มีเป้าหมายสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของอาเซียน (Sport Hub)</p> <p>4. แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากำลังเติบโต</p> <p>5. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p> <p>6. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในเขตจ.กาญจนบุรี อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี อ.ดำเนินสะดวก และ อ.สวนผึ้ง ใน จ.ราชบุรี</p> <p>7. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้นบนสื่อหลากหลายประเภท ทั้งแบบ online และ</p>	<p>1. สภาพภูมิอากาศของประเทศที่แปรปรวนไม่ตรงตามฤดูกาลส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>2. ระบบขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการขนย้ายคนจำนวนมากเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาขนาดใหญ่</p> <p>3. การแข่งขันและแย่งชิงกลุ่มลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มสูงมากขึ้น</p> <p>4. ไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>5. มีองค์กรกำกับมาตรฐานการแข่งขันกีฬาสากล ควบคุมการจัดการแข่งขันทำให้การจัดกิจกรรมมีต้นทุนเพิ่มขึ้นและต้องใช้ผู้จัดการมืออาชีพในการควบคุมดูแล</p>

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>offline</p> <p>8. กระแสของการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p> <p>9. กลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น</p> <p>10. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และการแพทย์สนับสนุนให้สนามแข่งขันมีความปลอดภัยเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกกลุ่ม ทั้งแบบสมัครเล่น และมีอาชีพ</p> <p>11. การแข่งขันกันสร้างมาตรฐานในแต่ละสนามแข่งขันทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสเลือกสนามที่ต้องการมากขึ้น</p> <p>12. มีระบบการรับสมัครและชำระค่าสมัครด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ</p>	

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สภาพปัจจุบันโดยระบุเป็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ตามองค์ประกอบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตามแนวคิด 7' S Model ของ McKinsey และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกตามองค์ประกอบการวิเคราะห์ PESTLE Analysis สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1. มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม มีความหลากหลายทั้งแนวภูเขา ทะเล แม่น้ำ น้ำตก ถ้ำ	W1. ขาดการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาชนเพื่อพัฒนาและ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>และธรรมชาติยังคงมีความสมบูรณ์</p> <p>S2. มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นหลากหลาย มีทรัพยากรที่สามารถนำมาออกแบบเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p> <p>S3. มีทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว one day trip และนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาพักผ่อนในวันหยุด</p> <p>S4. มีเส้นทางการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกันสะดวกและมีหลายเส้นทางให้เลือกเดินทาง</p> <p>S5. มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อเป็นแหล่งวิชาการในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>S6. มีเครือข่ายบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่องยาวนาน</p> <p>S7. มีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทการวิ่ง การปั่น ทุกเดือนตลอดทั้งปี และมีงานวิ่งที่จัดต่อเนื่องยาวนานถึง 33 ปี</p> <p>S8. มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งด้านชาติพันธุ์ ศิลปะ โบราณสถาน วัด วัง แหล่งประวัติศาสตร์ที่สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>S9. มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์</p> <p>S10. มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก โรงแรม ทั้งแบบโฮมสเตย์ แบบบูติค และแบบมาตรฐานทั่วไป</p> <p>S11. มีวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และเป็นแหล่งผลผลิตทาง</p>	<p>ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง</p> <p>W2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขาดองค์ความรู้ในการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับการท่องเที่ยวและขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา</p> <p>W3. ขาดการถ่ายทอดนโยบายจากเบื้องบนสู่การปฏิบัติอย่างชัดเจน</p> <p>W4. ขาดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของภูมิภาคในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>W5. ขาดกลไกในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในระดับ</p> <p>W6. ไม่มีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับภูมิภาคทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายขาดประสิทธิภาพ</p> <p>W7. ขาดฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและกิจกรรมกีฬา และฐานข้อมูลบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่น</p> <p>W8. ขาดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีศักยภาพในระดับภูมิภาคสำหรับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>W9. ภูมิภาคตะวันตกยังขาดประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ (Mega Event)</p> <p>W10. ขาดการสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดทุนชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>W11. ภูมิภาคตะวันตกยังขาดแผนและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น สนาม</p>

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>การเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพ เช่น ข้าว ผักสด กล้วยหอม อ้อย ชมพู วัวนม วัวนเนื้อ ขนมหวาน และสามารถสร้างมูลค่าจากสินค้าดังกล่าวได้</p> <p>S12. มีชายแดนติดกับประเทศพม่าตามระเบียบแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้จึงมีโอกาสขยายตลาดการค้าสูง</p> <p>S13. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก</p>	<p>กีฬา ที่จอดรถ เส้นทางวิ่ง เส้นทางจักรยาน ห้างน้ำสาธารณะ เป็นต้น</p> <p>W12. ขาดป้ายสื่อความหมาย สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>W13. ขาดการเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>O1. กระแสความนิยมในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกาย</p> <p>O2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>O3. นโยบายภาครัฐที่มีเป้าหมายสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของอาเซียน (Sport Hub)</p> <p>O4. แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากำลังเติบโต</p> <p>O5. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p> <p>O6. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในเขตจ.กาญจนบุรี อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี อ.ดำเนินสะดวก และ อ.สวนผึ้ง ใน จ.ราชบุรี</p> <p>O7. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร</p>	<p>T1. สภาพภูมิอากาศของประเทศที่แปรปรวนไม่ตรงตามฤดูกาลส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>T2. ระบบขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการขนย้ายคนจำนวนมากเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬานานาชาติ</p> <p>T3. การแข่งขันและแย่งชิงกลุ่มลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มสูงมากขึ้น</p> <p>T4. ไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>T5. มีองค์กรกำกับมาตรฐานการแข่งขันกีฬาสากลควบคุมการจัดการแข่งขันทำให้การจัดกิจกรรมมีต้นทุนเพิ่มขึ้นและต้องใช้ผู้จัดการมืออาชีพในการควบคุมดูแลสนาม</p>

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>การตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนสื่อหลากหลายประเภท ทั้งแบบ online และ offline</p> <p>O8. กระแสของการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้</p> <p>O9. กลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น</p> <p>O10. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา และการแพทย์สนับสนุนให้สนามแข่งขันมีความปลอดภัยเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกีฬาทุกกลุ่ม ทั้งแบบสมัครเล่น และมีอาชีพ</p> <p>O11. การแข่งขันกันสร้างมาตรฐานในแต่ละสนามแข่งขันทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาสเลือกสนามที่ต้องการมากขึ้น</p> <p>O12. มีระบบการรับสมัครและชำระค่าสมัครด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น สมัครผ่าน Thai ticket และชำระเงินที่เคาท์เตอร์เซอร์วิส ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ</p>	

ผลจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคตามข้อมูลที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อสร้างเป็นรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยใช้แนวคิดการวางแผนกลยุทธ์ด้วยวิธี TOWS Matrix ซึ่งมีแนวทางในการจัดการกลยุทธ์ทั้งหมด 4 แนวทาง ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategy) จัดทำกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งเพื่อสร้างความได้เปรียบจากโอกาส 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (WO Strategy) จัดทำกลยุทธ์โดยเอาชนะจุดอ่อนเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาส 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (ST Strategy) จัดทำกลยุทธ์

โดยใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค 4) กลยุทธ์เชิงรับ WT (WT Strategy) จัดทำกลยุทธ์เพื่อลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค ผลการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ 4 แนวทาง กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงแก้ไข กลยุทธ์เชิงป้องกัน และกลยุทธ์เชิงรับ

กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategy)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (WO Strategy)
<p>S1 S2 S8 S9 O1 O2 O3 O4 O6 O8 O9 O11 เร่งส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีรูปแบบหลากหลาย มีคุณภาพ ได้มาตรฐานสากล และเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่</p> <p>S3 S4 S10 S12 S13 O5 สนับสนุนให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นแหล่งการเล่นกีฬาและแหล่งการแข่งขันกีฬาระดับโลก เป็น Sports Hub ของ ASEAN ของนักกีฬา/นักท่องเที่ยวทั่วโลก</p> <p>S7 S11 O7 O12 สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสู่การเป็น Quality Leisure Destination</p> <p>S5 S6 O10 พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว</p>	<p>W1 W2 W3 W5 W8 W10 O2 O3 O6 สร้างภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p> <p>W4 W6 W12 O1 O4 O7 O8 O9 O11 O12 ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาขับเคลื่อน พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเป็น Sports Destination</p> <p>W7 W9 W13 O10 ส่งเสริมให้มีเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความรู้และประสบการณ์ถ่ายทอดสู่กลุ่มผู้จัดหน้าใหม่สร้างเครือข่ายบุคลากรพัฒนาองค์ความรู้นวัตกรรมทางกีฬาและสนามต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางขยายความสำเร็จ</p> <p>W11 O5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบโลจิสติกส์ และปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยวกีฬาทั้งระบบ</p>
กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (ST Strategy)	กลยุทธ์เชิงรับ WT (WT Strategy)
<p>S5 S6 T1 ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ เวลา และกลุ่มตลาด ด้วยการ</p>	<p>W2 W9 T2 T5 พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ในการจัดการ</p>

กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (ST Strategy)	กลยุทธ์เชิงรับ WT (WT Strategy)
<p>สร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรที่ดึงดูดใจและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความหลากหลายตลอดทั้งปี</p> <p>S3 S4 T2 พัฒนาองค์ความรู้และบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อรองรับการจัดมหกรรมกีฬาระดับใหญ่ (Mega Event)</p> <p>S1 S2 S7 S8 S9 S11 T3 T4 T5 พัฒนาศักยภาพ ชุมชน ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความสามารถในการแข่งขัน</p> <p>S10 S12 S13 สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามแนวชายแดน และส่งเสริมให้ชุมชนนำอัตลักษณ์มาสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว</p>	<p>ท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะมหกรรมกีฬา</p> <p>W4 W6 W12 T3 พัฒนาการสื่อสารทางการตลาดที่มีชีวิตทั้งภาพและเสียง มีเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านช่องทางต่างๆ</p> <p>W1 W3 W5 W7 W8 W10 W11 W13 T1 T4 ส่งเสริมการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ที่มีลักษณะเด่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่ภูมิภาคตะวันตก</p>

1. กลยุทธ์เชิงรุก SO (SO Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุก ภูมิภาคตะวันตกมีจุดแข็ง คือ มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม หลากหลาย มีธรรมชาติที่สมบูรณ์ทำให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีรูปแบบหลากหลาย มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ได้ และจากการที่ภูมิภาคตะวันตกมีความพร้อมด้านการคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภคสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากจึงมีความเหมาะสมกับการเป็นแหล่งเล่นกีฬาและแหล่งการแข่งขันกีฬาระดับโลกสามารถส่งเสริมให้เป็น ศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของอาเซียน (Sports Hub) ของนักกีฬาหรือนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้ สร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสู่การเป็น Quality Leisure Destination นอกจากนี้ ภูมิภาคตะวันตกยังมีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อเป็นแหล่งวิชาการในการพัฒนาองค์ความรู้ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถยกระดับผู้จัดการแข่งขันและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬามืออาชีพได้ และจากการที่มีพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศพม่าตามระเบียบแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ทำให้มีโอกาสขยายตลาดการค้าได้สูง สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่

2 และนโยบายภาครัฐที่มีเป้าหมายสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคอาเซียน ประกอบกับกระแสความนิยมเรื่องสุขภาพของนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นจึงสนับสนุนให้ภูมิภาคตะวันตกกลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

2. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากมีจุดแข็งด้านลักษณะภูมิประเทศที่สวยงามมีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณสุขปลอดภัย การคมนาคมที่สะดวก และมีต้นทุนด้านบุคลากรและวัฒนธรรมที่โดดเด่น ขณะเดียวกันก็พบกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ คือ สภาพภูมิอากาศของประเทศที่แปรปรวน สถานการณ์การแข่งขันและแย่งชิงกลุ่มลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มสูงมากขึ้น รวมถึงไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ภาครัฐจึงควรมีกลยุทธ์ส่งเสริมการกระจายการเดินทางท่องเที่ยวให้ครอบคลุมพื้นที่ทุกช่วงเวลาและกลุ่มตลาดด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรที่ดึงดูดใจและจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความหลากหลายตลอดทั้งปี ด้วยการพัฒนาองค์ความรู้และบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามแนวชายแดน

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข กล่าวคือ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตกยังขาดถ่ายโอนนโยบายและการเชื่อมประสานและระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง สำหรับด้านองค์ความรู้ยังขาดความเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับการท่องเที่ยวและขาดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการขาดฐานข้อมูลกิจกรรมกีฬาและฐานข้อมูลบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่นสามารถสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดทุนชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ แต่ทั้งนี้ยังมีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในด้านต่างๆ เช่น กระแสความนิยมในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกายที่กำลังเติบโตรวมถึงนโยบายภาครัฐและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งมีความทันสมัยของระบบเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลและความสะดวกสบายในการใช้บริการมากขึ้น จึงสามารถกำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงแก้ไขโดยการส่งเสริมการสร้างภาคีเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ เพื่อสร้างความเข้าใจและ

ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สนับสนุนให้ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาขับเคลื่อนพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเป็น Sports Destination ส่งเสริมให้มีเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความรู้และประสบการณ์ถ่ายทอดสู่กลุ่มผู้จัดหน้าใหม่ สร้างเครือข่ายบุคลากรพัฒนาองค์ความรู้นวัตกรรมทางกีฬาและสนามต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางขยายความสำเร็จ

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)

ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณา ร่วมกัน เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ขาดการถ่ายทอดนโยบายและเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การขาดองค์ความรู้ในการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของภูมิภาคในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ขาดการสร้างสรรคพัฒนาต่อยอดทุนชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ขาดแผนและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น สนามกีฬา ที่จอดรถ เส้นทางวิ่ง เส้นทางจักรยาน ห้องน้ำสาธารณะ รวมถึงขาดการเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบกับการพบข้อจำกัดในสถานการณ์ปัจจุบัน คือ สภาพภูมิอากาศของประเทศที่แปรปรวนส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้การแข่งขันและแย่งชิงกลุ่มลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มสูงมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งภูมิภาคตะวันตกยังขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงส่งผลกระทบต่อผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จากข้อมูลดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะมหกรรมกีฬา อีกทั้งพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดที่มีชีวิตทั้งภาพและเสียง มีเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านช่องทางต่างๆ และส่งเสริมการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ที่มีลักษณะเด่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนและพื้นที่ภูมิภาคตะวันตก

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยการหาความสัมพันธ์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มากำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยการนำข้อมูลที่ได้มาหาความสัมพันธ์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix ในการกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ ดังนี้

ตารางที่ 27 ผลการให้ค่าน้ำหนักและจัดอันดับความสำคัญสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้านสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับคะแนน (Rating) 1-5	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
จุดแข็ง (Strengths)				
1. มีลักษณะภูมิประเทศที่สวยงาม มีความหลากหลายทั้งแนวภูเขา ทะเล แม่น้ำ น้ำตก ถ้ำ และธรรมชาติยังคงมีความสมบูรณ์	0.062	5	0.31	2
2. มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นหลากหลายมีทรัพยากรที่สามารถนำมาออกแบบเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	0.084	5	0.42	1
3. มีทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยว one day trip และนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาพักผ่อนในวันหยุด	0.046	5	0.23	4
4. มีเส้นทางการคมนาคมที่เชื่อมโยงถึงกัน สะดวกและมีหลายเส้นทางให้เลือกเดินทาง	0.032	5	0.16	
5. มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพื่อเป็นแหล่งวิชาการในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.043	5	0.21	
6. มีเครือข่ายบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่องยาวนาน	0.045	5	0.22	5
7. มีกิจกรรมเชิงกีฬาประเภทการวิ่ง การปั่น ทุกเดือนตลอดทั้งปี และมีงานวิ่งที่จัดต่อเนื่องยาวนานถึง 33 ปี	0.035	5	0.17	
8. มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้งด้านชาติพันธุ์ ศิลปะ โบราณสถาน วัด วัง แหล่ง	0.046	5	0.23	4

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
ประวัติศาสตร์ที่สามารถต่อยอดสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา				
9. มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีมรดกทางศิลปะและวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	0.052	5	0.26	3
10. มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก โรงแรม ทั้งแบบโฮมสเตย์ แบบบูติค และแบบมาตรฐานทั่วไป	0.036	5	0.18	
11. มีวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตรและอาหารที่มีคุณภาพ เช่น ข้าว ผักสด กุ้งหอม อ้อย ชมพู วัวนม วัวนเนื้อ ขนมหวาน และสามารถสร้างมูลค่าจากสินค้าดังกล่าวได้	0.012	4	0.04	
12. มีชายแดนติดกับประเทศพม่าตามระเบียบแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้จึงมีโอกาสขยายตลาดการค้าสูง	0.024	5	0.12	
13. มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก	0.045	5	0.22	5
รวมจุดแข็ง	0.500		2.79	
จุดอ่อน (Weaknesses)				
1. ขาดการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาชนเพื่อพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง	0.075	5	0.37	1
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขาดองค์ความรู้ในการเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬากับการท่องเที่ยวและขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมเชิงกีฬา	0.062	5	0.31	2
3. ขาดการถ่ายทอดนโยบายจากเบื้องบนสู่การ	0.057	5	0.28	3

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
ปฏิบัติอย่างชัดเจน				
4. ขาดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของภูมิภาคในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.035	5	0.17	5
5. ขาดกลไกในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในทุกระดับ	0.028	5	0.14	
6. ไม่มีการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับภูมิภาคทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายขาดประสิทธิภาพ	0.045	5	0.22	4
7. ขาดฐานข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและกิจกรรมกีฬาและฐานข้อมูลบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนากิจกรรมเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่น	0.035	5	0.17	5
8. ขาดการสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีศักยภาพในระดับภูมิภาคสำหรับการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.034	4	0.13	
9. ภูมิภาคตะวันตกยังขาดประสบการณ์ในการจัดมหกรรมกีฬาขนาดใหญ่ (Mega Event)	0.018	4	0.07	
10. ขาดการสร้างสรรค์พัฒนาต่อยอดชุมชนและวัฒนธรรมดั้งเดิมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.027	5	0.13	
11. ขาดแผนและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งผลต่อการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนกิจกรรมเชิงกีฬา เช่น สนามกีฬา ที่จอดรถ เส้นทางวิ่ง เส้นทางจักรยาน ห้องน้ำสาธารณะ เป็นต้น	0.034	5	0.17	5
12. ขาดป้ายสื่อความหมาย สัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.018	4	0.07	

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
13. ขาดการเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.032	4	0.12	
รวมจุดอ่อน	0.500		2.39	
รวมสภาพแวดล้อมภายในทั้งหมด	1.000		5.19	

ตารางที่ 28 ผลการให้ค่าน้ำหนักและจัดอันดับความสำคัญสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยภายนอก (External Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
โอกาส (Opportunities)				
1. กระแสความนิยมในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกาย	0.084	5	0.42	1
2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.027	5	0.13	
3. นโยบายภาครัฐมีเป้าหมายสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของอาเซียน (Sport Hub)	0.018	4	0.07	
4. แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากำลังเติบโต	0.045	5	0.22	5
5. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้สามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	0.015	4	0.06	
6. ความนิยมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในเขตจ.กาญจนบุรี	0.052	5	0.26	3

ปัจจัยภายนอก (External Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี อ.ดำเนินสะดวก และ อ.สวนผึ้ง ใน จ.ราชบุรี				
7. มีช่องทางการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร การตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนสื่อ หลากหลายประเภท ทั้งแบบ online และ offline	0.064	5	0.32	2
8. กระแสของการท่องเที่ยวแบบมีความรับผิดชอบต่อ การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถ เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	0.024	4	0.09	
9. กลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงผจญ ภัย และนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น	0.045	5	0.22	5
10. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การ กีฬา และการแพทย์สนับสนุนให้สนามแข่งขันมี ความปลอดภัยเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทุกกลุ่ม ทั้งแบบสมัครเล่น และมีอาชีพ	0.049	5	0.24	4
11. การแข่งขันกันสร้างมาตรฐานในแต่ละ สนามแข่งขันทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬามีโอกาส เลือกสนามที่ต้องการมากขึ้น	0.025	5	0.12	
12. มีระบบการรับสมัครและชำระค่าสมัครด้วย เทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้นักท่องเที่ยวมีความ สะดวกสบายในการใช้บริการ	0.052	5	0.26	3
รวมโอกาส	0.500		2.44	
อุปสรรค (Threats)				
1. สภาพภูมิอากาศของประเทศที่แปรปรวนไม่ตรง	0.095	4	0.38	3

ปัจจัยภายนอก (External Factors)	น้ำหนัก (Weight) 0.0-1.0	ระดับ คะแนน (Rating) 1-5	คะแนน ถ่วง น้ำหนัก	ลำดับที่
ตามฤดูกาลส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา				
2. ระบบขนส่งยังไม่เอื้ออำนวยต่อการขนย้ายคนจำนวนมากเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาระดับใหญ่	0.077	4	0.30	4
3. การแข่งขันและแย่งชิงกลุ่มลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีแนวโน้มสูงมากขึ้น	0.135	5	0.67	1
4. ไม่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.098	5	0.49	2
5. มีองค์การกำกับมาตรฐานการแข่งขันกีฬาสากล ควบคุมการจัดการแข่งขันทำให้การจัดกิจกรรมมีต้นทุนเพิ่มขึ้นและต้องใช้ผู้จัดการมืออาชีพในการควบคุมดูแล	0.095	4	0.38	3
รวมอุปสรรค	0.5		2.23	
รวมสภาพแวดล้อมภายในทั้งหมด	1.000		4.67	

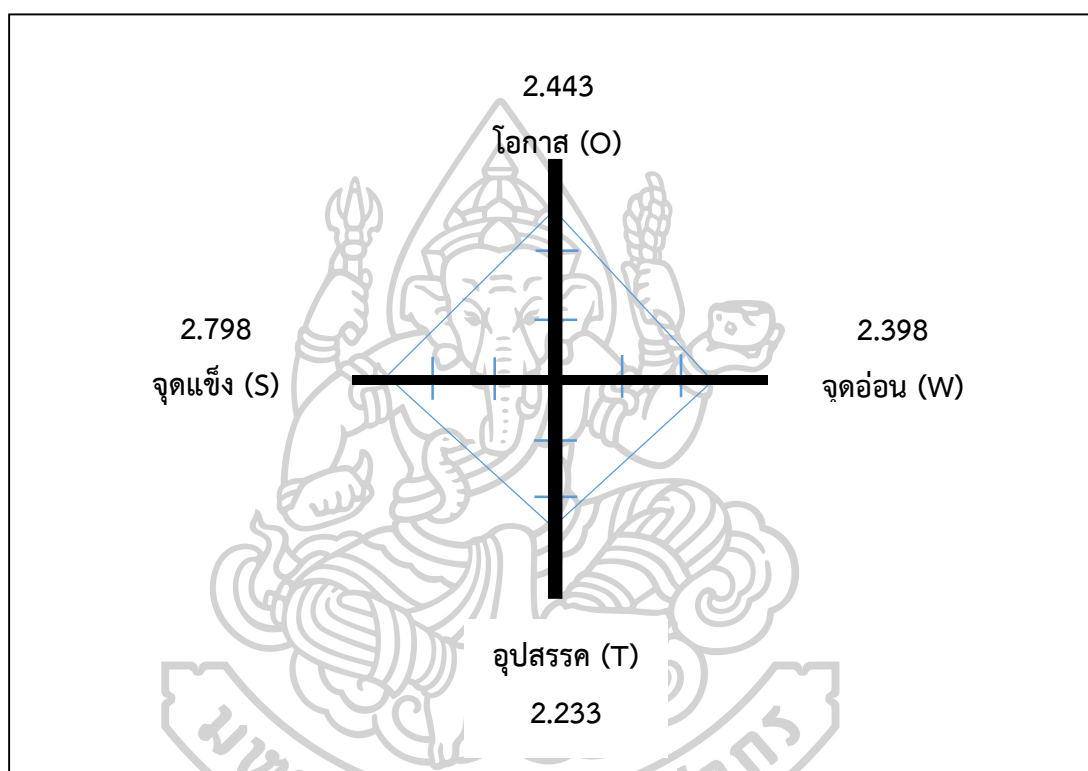
จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้สรุปสภาพแวดล้อมที่เป็นตำแหน่งทางกลยุทธ์เพื่อกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ได้ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ตำแหน่งทางกลยุทธ์เพื่อกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

สภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	S	2.798
------------------	---------------------	---	-------

	จุดอ่อน (Weaknesses)	W	2.398
สภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส (Opportunities)	O	2.443
	อุปสรรค (Threats)	T	2.233

สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก



ภาพที่ 9 ตำแหน่งทางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2 ผลการสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

การสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นขั้นตอนที่ได้จากวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 30 คน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาร่างรูปแบบและนำไปตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ โดยการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน และเพื่อตอบ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 การสังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ที่มาของรูปแบบ** การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 “SPORT- K Model” ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 30 องค์ประกอบและที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ

ที่	องค์ประกอบ	ที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ
1	S - Standard	มาตรฐานในการแข่งขันถือเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เช่น ด้านการแพทย์ การรักษาความปลอดภัย เส้นทางการแข่งขัน การตัดสิน สถิติผลการแข่งขัน จุดให้บริการต่างๆ ตลอดเส้นทาง ทั้งนี้สนามแข่งขันที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองจะสามารถสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กลับมาซ้ำได้
2	P - Participation	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในฐานะเจ้าภาพและเจ้าบ้านที่ดี รวมทั้งมีการเปลี่ยนบทบาทจากลูกค้าหรือนักกีฬาซึ่งเป็นผู้รับบริการมาเป็นเจ้าภาพร่วมกัน เช่น การเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือดูแลนักกีฬาหน้าใหม่ในสนาม การร่วมออกแบบกิจกรรมและของที่ระลึกในงาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของงานร่วมกัน
3	O - Organizing	การจัดการองค์การ ได้แก่ การกำหนดงาน ออกแบบและจัดกลุ่มงาน การกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในลักษณะภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่นชุมชน และประชาชน ให้เข้าใจบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าภาพจัดงานคือกระบวนการสำคัญที่ขับเคลื่อนให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีประสิทธิภาพ
4	R - Responsibility	การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังมีการพัฒนาและปลูกจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและผู้จัดอย่างรับผิดชอบร่วมกันทุกภาคส่วนตลอดการดำเนินงาน
5	T - Technology and Innovation	เทคโนโลยี สารสนเทศ และนวัตกรรมได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกตั้งแต่ขั้นตอนของการรับสมัคร

ที่	องค์ประกอบ	ที่มาขององค์ประกอบรูปแบบ
		การชำระเงิน การประชาสัมพันธ์และนำเสนอคุณภาพการจัดงานผ่านสื่อดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ หลายช่องทาง รวมถึงด้านเทคนิคการแข่งขัน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปคือมีการสืบค้นข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ ศึกษาจากวีวผ่านโทรศัพท์และจึงค่อยตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม
6	K - Knowledge	องค์ความรู้เชิงวิชาการถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ได้แก่ ความรู้ด้านการจัดการกีฬา วิทยาศาสตร์การกีฬา การตลาด ประชาสัมพันธ์ โลจิสติกส์ โภชนาการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สามารถสร้างประสบการณ์ ความประทับใจและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มรักสุขภาพและการออกกำลังกายกลับมาซ้ำ

2. รายละเอียดที่มาของรูปแบบ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีดังนี้

1) S – Standard (มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) ภูมิภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกำหนดเป็นปัจจัยหลักที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมต้องคำนึงถึง เช่น มาตรฐานการแข่งขันกีฬาวิ่ง ปั่น ที่เป็นสากล มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน การให้บริการทางการแพทย์ในกรณีฉุกเฉินหรือระหว่างเส้นทางการแข่งขัน จุดให้บริการน้ำดื่มและเกลือแร่ตลอดเส้นทาง ระบบการตัดสินที่ถูกต้องอ้างอิงได้ และปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขัน ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬา ได้แก่ ผู้จัดการแข่งขัน ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน กรรมการ อาสาสมัคร ผู้เข้าชมการแข่งขัน และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มาอำนวยความสะดวกในการแข่งขัน นอกจากนี้ สนามที่มีมาตรฐานการแข่งขันและบริการที่เป็นสากลยังสามารถสร้างชื่อเสียงและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้กลับมาซ้ำอีกได้

2) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของจัดงาน) แนวคิดกระบวนการมีส่วนร่วมได้ถูกนำไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในรูปแบบของการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งจากคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ โดยเริ่มต้นจากการสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกับผู้นำทุกระดับที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้บริหารระดับจังหวัด อำเภอ และผู้นำชุมชน นอกจากนี้ยังมีภาคีเครือข่ายภายนอก ได้แก่ ภาคเอกชน และผู้สนับสนุนงบประมาณที่ร่วมกันดำเนินงานภายใต้เป้าหมายเดียวกัน และเพื่อให้เกิดความยั่งยืน มีการมอบหมายงานให้กับหน่วยงานหลักในฐานะเจ้าภาพร่วมโดยใช้

วิธีการประสาน ติดตามการดำเนินงานแบบแนวราบ สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายที่เป็นผู้จัดมืออาชีพเพื่อความน่าเชื่อถือ และเครือข่ายอาสาสมัครร่วมจัดงานที่เป็นประชาชนในชุมชนเพื่อสร้างความตระหนักในการเป็นเจ้าของงานร่วมกัน

3) O – Organizing (การจัดการองค์การ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีการวางโครงสร้างการดำเนินงานโดยกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในลักษณะภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น ชุมชน และประชาชน ให้ทุกส่วนได้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าภาพจัดงานร่วมกัน มีการจัดสรรงานตามทรัพยากร ความถนัดและความสามารถ มีการประชุมติดตาม ประสานงานเป็นเครือข่าย สร้างกลไกขับเคลื่อนงานบนพื้นฐานความไว้วางใจกัน ทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีประสิทธิภาพ

4) R – Responsibility (การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก นอกจากจะมีเป้าหมายในเรื่องการพัฒนาสุขภาพของประชาชนและรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแล้ว หากมีการจัดกิจกรรมกีฬาเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องย่อมก่อให้เกิดสุขภาวะแก่ประชาชนและรายได้ที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว สามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนในพื้นที่ มีการสนับสนุนให้ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการดำเนินงาน เช่น จ้างผลิตเหรียญและถ้วยรางวัลจากผู้ผลิตและภูมิปัญญาในท้องถิ่น ในด้านสังคม ประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือระบบคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานที่ถูกพัฒนาขึ้นในท้องถิ่น เช่น สนามกีฬาของชุมชนเพื่อให้ประชาชนได้ใช้ประโยชน์ในระยะยาว รวมถึงสร้างความตระหนักในเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกาย กระตุ้นให้เกิดกระแสการรักษาสุขภาพแก่คนในท้องถิ่น ในด้านสิ่งแวดล้อม มีแนวคิดที่พยายามลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากคนที่มาร่วมกิจกรรมจำนวนมาก

5) T - Technology and Innovation (การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม) เทคโนโลยีเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกไปข้างหน้า การพัฒนาของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสถานที่ วิธีการท่องเที่ยว วิธีการจอง การสมัคร การเดินทาง การแข่งขัน และบริการอื่นๆ นักท่องเที่ยวสามารถได้ตอบขอข้อมูลโดยตรงจากผู้จัดได้ทันทีในกรณีมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการแข่งขันผ่านช่องทางต่างๆ บนโทรศัพท์มือถือ เป็นการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการแข่งขันทำให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลต่างๆ ทำให้สามารถบริหารจัดการและสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยียังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงน้อยและมีต้นทุนในการจัดทำต่ำ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างไม่มีขอบเขตและเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งช่วยพัฒนาการนำเสนอกิจกรรมและบริการให้มีความน่าสนใจและมีประสิทธิภาพ

ยิ่งขึ้น มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยง สำหรับด้านนวัตกรรม ในภูมิภาคตะวันตกมีการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอโดยเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารที่เหมาะสม ได้แก่ การสร้างคอนเทนต์เรื่องราวของสนามแข่งขันบนสื่อออนไลน์ การเปิดตัวอีเวนต์ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จัดโดยชุมชน การสร้างแบรนด์หรือออกแบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนของที่ระลึกในสนามแข่งขันต่างๆ เช่น เหรียญรางวัล ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างดี นอกจากนี้ในด้านการจัดการยังได้นำแนวคิดใหม่คือการเปลี่ยนลูกค้ำให้มาเป็นอาสาสมัครร่วมจัดงาน คือการรับสมัครนักวิ่งที่มีประสบการณ์เป็นทีมนำนักวิ่งที่มีความเร็วต่างๆ (pacer) เพื่อบอกความเร็ว ณ ขณะที่วิ่งต่อกิโลเมตร เป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้นักวิ่งหน้าใหม่ทำตามเป้าหมายได้สำเร็จและสามารถสร้างสีสันในสนามการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภูมิภาคตะวันตกมีการไขนวัตกรรมการสมัยใหม่ในทุกขั้นตอนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัจจุบันนี้นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตในชีวิตประจำวันของทุกคนไปอย่างสิ้นเชิง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เช่นกัน นวัตกรรมและเทคโนโลยีจะเขามามีบทบาทและเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปอย่างสิ้นเชิง กรณีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทอีเวนต์หรือมหกรรมกีฬานั้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จะมีบทบาทอย่างมาก เริ่มต้นตั้งแต่ก่อนเดินทาง เช่น ในกรณีของการแข่งขันวิ่งมาราธอน ในขั้นตอนการวางแผนซ้อมวิ่ง แผนการเดินทาง การสมัครเพื่อเข้าร่วมแข่งขันของนักท่องเที่ยงกีฬานั้นก็ทำในแบบออนไลน์ หรือในระหว่างการแข่งขันนั้นเทคโนโลยีสมัยใหม่จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยงได้ เช่น เทคโนโลยีการถ่ายทอดสดการแข่งขันผานจอภาพในสนามแข่งขันที่จะทำให้ผู้ชมในสนามสามารถชมภาพของนักกีฬาตลอดเส้นทางแบบสดๆ ได้ หรือนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ อาจมาในรูปแบบของการจองที่พักที่มีทั้งแบบรถบ้าน เต็นท์ โฮมสเตย์ รีสอร์ท โรงแรม หรือแม้แต่สนามที่เกี่ยวกับอุปกรณ์โทรศัพท์ หรือสถานที่เล่นกีฬาโดยตรง เช่น นาฬิกาที่สามารถจับเวลา ระยะทาง และอัตราการเต้นของหัวใจในขณะที่วิ่ง แอปพลิเคชันที่สามารถบอกระยะทางการวิ่งสะสมในแต่ละพื้นที่ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เอื้ออำนวยให้นักกีฬาสามารถปั่นจักรยานและวิ่งได้ในอัตราเร็วและนานมากขึ้น นวัตกรรมสื่อสารและการถ่ายภาพเพื่อให้นักกีฬาสามารถดาวน์โหลดภาพเก็บไว้ดูได้ เป็นต้น นวัตกรรมและเทคโนโลยีประการต่างๆ นี้ล้วนแต่มีบทบาทในการยกระดับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยงได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งสิ้น

6) K – Knowledge (องค์ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยว) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้นำองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนามาตรฐานของการจัดการได้แก่ ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ด้านการจัดการกีฬา ด้านการท่องเที่ยว ด้านโลจิสติกส์ ด้านโภชนาการ ด้านการตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น โดยองค์ความรู้เหล่านั้นส่วนหนึ่งเกิดจากการสังสมประสบการณ์ของผู้จัดที่มีมาอย่างต่อเนื่อง และอีกส่วนหนึ่งมาจากการศึกษาวิจัย ดูงานทั้งในและ

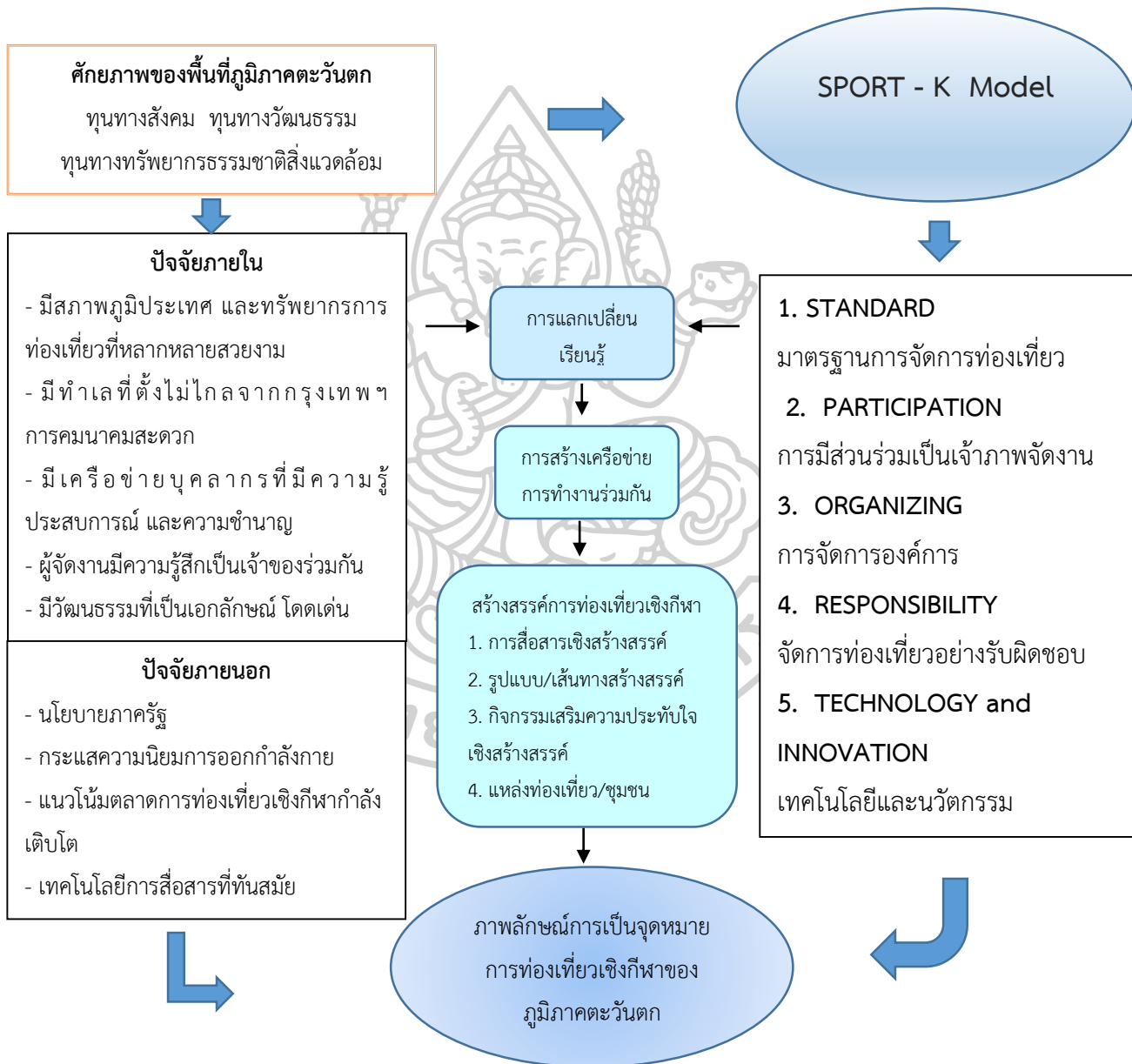
ต่างประเทศของผู้จัดมืออาชีพ ในแต่ละพื้นที่จะมีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเครือข่ายทีมงานและนักวิ่งผ่านการประชุม อบรม เสวนา และการสร้างแคมป์ความรู้ เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง ในทุกส่วนทุกฝ่าย เช่น ในการแข่งขันจอมบึงมาราธอน 2018 ณ จ.ราชบุรี มีโครงการเพื่อให้นักวิ่งหน้าใหม่ร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์การวิ่งมาราธอนที่ถูกต้อง (First Marathon Camp) เพื่อเตรียมความพร้อม การฝึกซ้อม แนะนำเทคนิคและวิธีการให้นักเรียนที่เข้าแคมป์สามารถวิ่งจบพูลมาราธอนในระยะเวลาที่กำหนดได้ นอกจากนี้ยังมีโครงการการอบรมเทคนิคการเป็นผู้ตัดสินมืออาชีพ อบรมการปรุงอาหารปลอดภัย การใช้เครื่องมือและวิธีปฐมพยาบาลเบื้องต้น การบำบัดอาการบาดเจ็บของนักกีฬา เป็นต้น ความรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำไปสู่การสร้างสรรค้วิธีการจัดการใหม่ๆ เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว



รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

หลักการ : นำความรู้ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาบูรณาการกับความรู้ด้านการจัดการเพื่อพัฒนาภูมิภาคตะวันตกสู่การเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

วัตถุประสงค์ : เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ภาพที่ 10 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

เงื่อนไขของการใช้รูปแบบ

SPORT-K Model ที่ได้นี้เป็นเพียงแบบจำลอง ซึ่งต้องนำไปจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อให้ผู้บริหารทุกระดับ ผู้จัดกิจกรรม ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างสรรค์ และพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

ผลการรับรองรูปแบบ

จากการที่ผู้วิจัยนำข้อมูลสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์เป็นร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 หลังจากนั้นได้นำร่างรูปแบบไปตรวจสอบและรับรองโดยการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ผลการพิจารณารูปแบบมีดังนี้

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย หลักการ คือ การนำความรู้ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาบูรณาการกับความรู้ด้านการจัดการเพื่อพัฒนาภูมิภาคตะวันตกสู่การเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากศักยภาพภายในพื้นที่ด้านทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ประกอบกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวย นำไปสู่การพัฒนาองค์ประกอบ SPORT - K Model ได้แก่ 1) STANDARD สร้างมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) PARTICIPATION สร้างการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของภาพจัดงาน 3) ORGANIZING จัดการองค์การให้มีประสิทธิภาพ 4) RESPONSIBILITY จัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ 5) TECHNOLOGY and INNOVATION ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ และ 6) KNOWLEDGE ใช้องค์ความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน และการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ในประเด็นนี้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คนที่เข้าร่วมสัมมนา มีมติรับรองร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และมีความเห็นว่ารูปแบบนั้นเป็นไปได้และมีความเหมาะสม พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการเผยแพร่รูปแบบดังกล่าวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือนำเสนอในการประชุมคณะกรรมการต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติภายใต้วิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ร่วมกัน อย่างไรก็ตาม การนำรูปแบบนี้ไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นๆ ต้องพิจารณาอย่างรอบด้าน เนื่องจากเงื่อนไขปัจจัยสภาพแวดล้อมและบริบทแต่ละพื้นที่ย่อมมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน รูปแบบนี้จึงเป็นแนวทางหรือเพิ่มมุมมองให้ชุมชน ท้องถิ่น หรือองค์กรที่มีความต้องการพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นจุดหมายของการ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเป็นการสร้างสรรค์หรือการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม นำมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้จัดกิจกรรม และชุมชน โดยสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และเพิ่มทักษะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นการจะพัฒนาหรือยกระดับให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้นั้น ต้องสามารถนำจุดเด่นเชิงพื้นที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวมาพัฒนาโดยใช้กระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพให้ประสานสอดคล้องกัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

การวิจัยรอบนี้ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน จำนวน 3 รอบ รอบที่ 1 ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนรอบที่ 2 และ 3 ใช้การตอบแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 รายละเอียดมีดังนี้

รอบที่ 1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ลักษณะข้อคำถามเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน ประกอบด้วย 1) ภาครัฐ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านการจัดทำกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่ส่งผลต่อการผลักดันกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ 2) ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยวต่างๆ 3) ภาคประชาชน หมายถึง ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชน ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เป้าหมาย 4) ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ผู้รับจ้างจัดกิจกรรม (organizer) หรือ หน่วยงานที่รับผิดชอบจัดกิจกรรมเองโดยตรง และ 5) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีดังนี้

1.1 บทบาทของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในการผลักดันให้เกิดนโยบายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นกระแสที่คนหันมาให้ความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่รักสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งระยะไกล ทั้งทางเรียบและเทรล การปั่นจักรยานทางไกล หรือกิจกรรมไตรกีฬา สำหรับภูมิภาคตะวันตกผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เรื่องดังกล่าว

ถูกกำหนดเป็นนโยบายและมีเป้าหมายชัดเจนในเชิงพื้นที่ซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และกลุ่ม ผู้จัด รายละเอียดดังนี้

“การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวคิดที่ต้องการใช้การสร้างกิจกรรมหรืออีเวนต์ในการโปรโมท หน่วยงานที่ควรเข้ามาดูแลคือการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ต้องนำข้อมูลด้านกีฬามาใช้ต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยว อีกหน่วยงานที่ควรรับผิดชอบคือหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงฯ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่สนใจรับรู้ว่ามีในแต่ละช่วงเวลาของปี มีกิจกรรมกีฬาใดๆบ้าง เพื่อให้สามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างสะดวก และมีเป้าหมายมากขึ้น

...ถ้าเราสามารถบูรณาการทั้งกีฬาและท่องเที่ยวให้สามารถทำงานร่วมกันได้ มันจะมีส่วนช่วยเกื้อหนุนกัน เพราะเรามีอีเวนต์สำคัญที่ภูมิภาคอื่นๆ ไม่มี เช่น ไตรกีฬา จอมบึงมาราธอน การมาเล่นกีฬาและท่องเที่ยวไปพร้อมกัน ทำให้เราเป็น Quality Leisure Destination เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เติบโตอย่างยั่งยืนได้” (วันที่ 15 มกราคม 2561)

นอกจากนโยบายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬายังมุ่งเน้นส่งเสริมและผลักดันกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาใน 3 มิติ ได้แก่ การสร้างตัวแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถอดแนวปฏิบัติที่ดีสู่การผลักดันให้ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องนำไปกำหนดเป็นนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชิงพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผู้จัดการกิจกรรมและช่องทางการตลาดที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งใน/นอกฤดูการท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง/พักนานและรับผิดชอบต่อสังคม และการกระจายรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับกีฬาท้องถิ่น สร้างความหลากหลายให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน รวมทั้งการสร้างมาตรฐานการจัดงาน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีรายละเอียดดังนี้

“การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอนถือเป็นเทรนด์ใหม่ของโลก คนส่วนใหญ่สนใจการแข่งขันวิ่งมาราธอน ประกอบกับกระแสคนรักสุขภาพมาแรง ทำให้เกิดการจัดอีเวนต์วิ่งแข่งมาราธอนจำนวนมาก โดยที่ผ่านมามีจังหวัดราชบุรีเองก็ได้จัดงานวิ่งรายการใหญ่ ๆ อย่างจอมบึงมาราธอน ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้สนใจเข้าร่วมงานที่ดี จึงจำเป็นต้องรักษาคุณภาพมาตรฐานของการจัดงานเอาไว้ รวมทั้งจำเป็นต้องมีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างผู้ที่มีประสบการณ์ผู้จัดหน้าเก่าและหน้าใหม่ควรมีเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กัน สถาบันการศึกษา

ก็ต้องลงมาช่วยในการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาสอนคนในชุมชนให้คิดเป็นทำเป็น จัดกิจกรรมเองได้” (วันที่ 12 มกราคม 2561)

1.2 แนวทางในการเพิ่มศักยภาพให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือพฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง มีความต้องการรูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มักต้องการหาประสบการณ์ในสนามแข่งขันใหม่ อยู่เสมอ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับประสบการณ์ที่น่าประทับใจและเกิดพฤติกรรมมาเที่ยวซ้ำ ผู้เกี่ยวข้องจึงควรค้นหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพด้านการจัดการแข่งขัน บุคลากร องค์ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรเชิงพื้นที่รวมถึงการพัฒนาชุมชนให้มีความพร้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด รายละเอียดมีดังนี้

“พวกเราให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้ข้อมูลทางสถิติจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมที่ต้องการ ซึ่งฐานข้อมูลเหล่านี้จะทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงพัฒนางานของเราต่อไป

...ธรรมชาติของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน ออกกำลังกาย สังสรรค์ สมาคม และการศึกษาธรรมชาติที่อยู่ในบรรยากาศของการจัดงานมากกว่าการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ผู้วางแผนต้องมองว่ากิจกรรมเชิงกีฬาที่จัดขึ้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการและมีพลังมากพอที่จะให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเดินทางออกจากบ้านเพื่อมาร่วมกิจกรรมของชุมชน การวางแผนพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงแตกต่างไปจากการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เคยทำกันมา เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจึงต้องแสวงหาวิธีการจัดและบริหารงานที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว” (วันที่ 19 มกราคม 2561)

1.3 ทิศทางในอนาคตของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นภาคส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวในภาพรวมของภูมิภาคตะวันตก และเป็นที่ยอมรับกันว่ามีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว พิจารณาได้จากความถี่ในการจัดงานที่มีเกือบทุกสัปดาห์ในทุกเดือนช่วงรอบปีที่ผ่านมา อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการรู้จักและประชาสัมพันธ์เมืองหรือชุมชนให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง นักท่องเที่ยวและนักกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้สัมผัสและเรียนรู้เสน่ห์ของกิจกรรมกีฬาผสมผสานกับบรรยากาศของสถานที่ที่เป็นแหล่งจัดกิจกรรม หรือเมืองที่เป็นเจ้าภาพ ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสร้างสรรค์ให้แตกต่างกันได้ตามลักษณะของทรัพยากร วัฒนธรรม และภูมิสังคมของแต่ละพื้นที่ หลายเมืองจึงใช้กีฬาเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ให้กับเมืองจนกลายเป็นที่รู้จักทั่วโลกสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวนมากสอดคล้องกับแนวคิดประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าในงานบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับทิศทางในอนาคตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีรายละเอียดดังนี้

“การท่องเที่ยวแบบ สปอร์ตทัวริซึม มีประโยชน์ทั้งในเรื่องสุขภาพ คือ การได้ออกกำลังกาย เป็นการฝึกน้ำใจนักกีฬา หากเป็นการวิ่งพร้อมหน้า ก็จะเป็นการปลูกฝังความรักความสามัคคีให้กับคนในครอบครัวอีกด้วย รวมทั้งมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะมาพักเมืองไทยนานขึ้นหากมาด้วยโปรแกรม สปอร์ตทัวริซึม ภูมิภาคตะวันตกได้เปรียบในเรื่องของทำเลที่ตั้ง เราอยู่ในเขตพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านได้ จึงเป็นโอกาสในการเพิ่มบริการด้านการท่องเที่ยว จัดเป็นเส้นทางบริการลูกค้าแบบครบวงจร ทั้งในและต่างประเทศ โรงแรม ที่พัก เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

...การเติบโตของการท่องเที่ยวโดยจักรยานและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคือโอกาสของชุมชน โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นที่การท่องเที่ยวทั่วไปยังไม่ถึง จึงมีโอกาสนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำจุดเด่นเชิงพื้นที่ อัตลักษณ์ สภาพแวดล้อม ผสมผสานเชื่อมโยงสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยมีเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวสัมผัสประสบการณ์ในพื้นที่” (วันที่ 19 มกราคม 2561)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ร่วมกับการวิเคราะห์เอกสาร ตามขั้นตอนการวิจัยอนาคตด้วยเทคนิค EDFR (รอบที่ 1) ผู้วิจัยจึงนำมาร่างเป็นกลยุทธ์ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ 5 กลยุทธ์ ดังนี้

วิสัยทัศน์

ภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

เป้าประสงค์

1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์
3. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้รับจ้างจัดกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง

แนวทางการดำเนินการ

1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ

2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เช่น สร้างสรรค์และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

เป้าประสงค์

1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อรองรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

แนวทางการดำเนินการ

1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทศนคติเชิงบวก และเพิ่มแรงจูงใจ ให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีให้เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค

4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สํารวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวและวิถีชีวิตในชุมชน

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

เป้าประสงค์

1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้

แนวทางการดำเนินการ

1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาคีเครือข่าย องค์ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงาน
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

เป้าประสงค์

1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. ส่งเสริมให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

แนวทางการดำเนินการ

1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคมนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0

เป้าประสงค์

1. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากร เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ในอนาคต
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและพฤติกรรมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินการ

1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผล
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน

3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อพัฒนากิจกรรมและแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกัน

รอบที่ 2 ผู้วิจัยได้นำร่างกลยุทธ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ (กลุ่มเดิม) จำนวน 17 คน เพื่อวิเคราะห์หาความสอดคล้องและความเหมาะสมของประเด็นกลยุทธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วิสัยทัศน์/พันธกิจ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
วิสัยทัศน์			
ภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0	5.00	1.00	เหมาะสม
พันธกิจ			
1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น	5.00	1.00	เหมาะสม
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์กรความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน	5.00	1.00	เหมาะสม

วิสัยทัศน์/พันธกิจ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) (Q3-Q1) ≤ 1.5 ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่	5.00	1.00	เหมาะสม
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
3. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ	5.00	1.00	เหมาะสม
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ	5.00	0.00	เหมาะสม
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้รับจ้างจัดกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง	5.00	0.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ	4.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความสมรรถนะตรงตามความต้องการ	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เชิงสร้างสรรค์และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย	4.00	1.00	เหมาะสม
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน	5.00	1.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 32 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 1 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 2

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬานานาชาติลักษณะของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาด้านทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อ	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
สร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่ เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้			
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่ม มูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและ นวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม	5.00	0.00	เหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสมสำหรับ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	เหมาะสม
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อ การยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	5.00	1.00	เหมาะสม
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือบุคคลต้นแบบด้านการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อรองรับการแลกเปลี่ยน เรียนรู้	5.00	1.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติเชิงบวก และ เพิ่มแรงจูงใจ ให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้านทรัพยากร การท่องเที่ยวของตนเอง	5.00	0.00	เหมาะสม
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้ความรู้แก่ ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วย เทคโนโลยีและนวัตกรรม	5.00	1.00	เหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีให้ เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สำรวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ	5.00	1.00	เหมาะสม
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อ เป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป	5.00	1.00	เหมาะสม
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น ในแหล่งท่องเที่ยวโดย ชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับกิจกรรมการ ท่องเที่ยวและวิถีชีวิตในชุมชน	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่า
มัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 2 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ
มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
(Q3-Q1) ≤ 1.5 ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์
และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 3

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มาตรฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
เป้าหมาย			
1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ	5.00	0.00	เหมาะสม
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
4. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้	5.00	0.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	5.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชา องค์กรวิชาชีพ องค์กรความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงาน	5.00	0.00	เหมาะสม
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและ	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
ด้านลบ			
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลง ไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นัก ท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) คำตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 3 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินงานมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 4

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหาร จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึง ความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	เหมาะสม
4. ส่งเสริมให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	5.00	0.00	เหมาะสม
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง	5.00	1.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) คำตอบของผู้เชี่ยวชาญ

เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 4 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 5

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง ให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ	5.00	1.00	เหมาะสม
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากร เพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ในอนาคต	5.00	1.00	เหมาะสม
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและพฤติกรรมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	5.00	1.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผล	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การ สาธิต และถอดบทเรียน	5.00	0.00	เหมาะสม
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ ประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกัน	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 2 พบว่าค่า
มัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 5 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินงานมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ
มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
(Q3-Q1) ≤ 1.5 ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

จากการวิเคราะห์คำตอบของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 พร้อมข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ
ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงตามคำแนะนำ และปรับรูปแบบประโยคให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น มีรายละเอียด
ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 37 ตารางเปรียบเทียบแบบสอบถามเดิม (รอบที่ 2) และแบบสอบถามใหม่ (รอบที่ 3) ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
วิสัยทัศน์	
ภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0	ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0
พันธกิจ	
1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น	
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน	
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงาน ร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม	
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	
เป้าประสงค์	
1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่	

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุง ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์	
3. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ	3. พัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งระยะสั้นและระยะยาวและผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ	
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง	
แนวทางการดำเนินการ	
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ	
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้	
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ	

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เชิงสร้างสรรค์และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย	
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน	
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาครัฐเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เป้าประสงค์	
1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม	2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อรองรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสร้างบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านองค์ความรู้และประสบการณ์
แนวทางการดำเนินการ	
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติเชิงบวก และเพิ่มแรงจูงใจให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง	
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม	
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีให้เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค	
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษาสำรวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ	
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จให้เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป	
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น ผ่านแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับวิถีชีวิตในชุมชนได้	6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ตามบริบทของวิถีชีวิตในชุมชน

<p style="text-align: center;">แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2</p>	<p style="text-align: center;">แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุง ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง</p>	
<p>เป้าประสงค์</p>	
<p>1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)</p>	
<p>2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก</p>	
<p>3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา</p>	
<p>4. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้</p>	<p>4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยการออกแบบกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักได้ยาวนานขึ้น</p>
<p>แนวทางการดำเนินการ</p>	
<p>1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว</p>	
<p>2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชาการ องค์กรความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงาน</p>	

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ	
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้	
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	
เป้าประสงค์	
1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	
4. ส่งเสริมให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	4. ยกกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
แนวทางการดำเนินการ	
1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัด ซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬา	2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัด ซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬาในรูปแบบของชมรมหรือสมาคม
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง	
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0	
เป้าประสงค์	
1. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ	1. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนเชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ในอนาคต	2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคต
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

แบบสอบถามเดิม EDFR รอบที่ 2	แบบสอบถามใหม่ที่มีการปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและพฤติกรรมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและตลาดการท่องเที่ยวของไทยและของโลก
แนวทางการดำเนินการ	
1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผล	
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน	
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกัน	

รอบที่ 3 การวิเคราะห์คำตอบในรอบที่ 3 นี้ เป็นการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญพร้อมข้อเสนอแนะในประเด็นต่างๆ จากรอบที่ 2 นำมาคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) อีกครั้ง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบในแต่ละข้อคำถามผลการวิเคราะห์คำตอบของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 3 ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วิสัยทัศน์/พันธกิจ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่าง ควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
วิสัยทัศน์			
ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0	5.00	1.00	เหมาะสม
พันธกิจ			
1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น	5.00	1.00	เหมาะสม
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจของรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) (Q3-Q1) ≤ 1.5 ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกับกลยุทธ์เป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. พัฒนาการรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่	5.00	1.00	เหมาะสม
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์	5.00	1.00	เหมาะสม
3. พัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งระยะสั้นและระยะยาวและผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ	5.00	0.00	เหมาะสม
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่และในระดับประเทศ	5.00	0.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้รับจ้างจัดกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง	5.00	0.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ	4.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ	5.00	1.00	เหมาะสม
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เชิงสร้างสรรค์และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย	4.00	1.00	เหมาะสม
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน	5.00	1.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 1 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 2

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาครัฐ เครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	5.00	1.00	เหมาะสม
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม	5.00	0.00	เหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	เหมาะสม
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการ	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อ การยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ			
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสร้างบุคคลต้นแบบด้าน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ด้านองค์ความรู้และประสบการณ์	5.00	0.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดเชิงบวก และ เพิ่มแรงจูงใจ ให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้านทรัพยากร การท่องเที่ยวของตนเอง	5.00	0.00	เหมาะสม
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้ความรู้แก่ ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วย เทคโนโลยีและนวัตกรรม	5.00	1.00	เหมาะสม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีให้ เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค	5.00	1.00	เหมาะสม
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สำรวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ	5.00	0.00	เหมาะสม
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อ เป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป	5.00	1.00	เหมาะสม
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น เชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิง	5.00	0.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ตามบริบทของวิถีชีวิตในชุมชน			

จากตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 2 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 3

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5.00	1.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ	5.00	0.00	เหมาะสม
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้	5.00	0.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยการออกแบบกิจกรรม อย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักได้ ยาวนานขึ้น			
แนวทางการดำเนินการ			
1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อความ ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	5.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชาเครือข่าย องค์กรความรู้ ปฏิทินการจัด กิจกรรม ทรรศการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละ พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการ ประสานงาน	5.00	0.00	เหมาะสม
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบ ภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อ สะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและ ด้านลบ	5.00	1.00	เหมาะสม
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลง ไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นัก ท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้	5.00	0.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่า
มัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) คำตอบของผู้เชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 3 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ

มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 4

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	0.00	เหมาะสม
เป้าหมาย			
1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	เหมาะสม
4. ยกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	เหมาะสม
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบ	5.00	0.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
โดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบของชมรมหรือสมาคม			
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	5.00	0.00	เหมาะสม
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง	5.00	1.00	เหมาะสม

จากตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) คำตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 4 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 เกี่ยวกับกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 5

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคณะด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0	5.00	1.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
เป้าหมาย			
1. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ	5.00	1.00	เหมาะสม
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคต	5.00	1.00	เหมาะสม
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและตลาดการท่องเที่ยวของไทยและของโลก	5.00	1.00	เหมาะสม
แนวทางการดำเนินการ			
1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผล	5.00	0.00	เหมาะสม
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน	5.00	0.00	เหมาะสม
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และ	5.00	0.00	เหมาะสม

กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	มัธยฐาน Mdn.	ค่าพิสัย ระหว่างควอไทล์ I.R.(Q3-Q1)	ความเหมาะสม
ประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาาร่วมกัน			

จากตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม EDFR รอบที่ 3 พบว่าค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ค่าตอบของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 5 ซึ่งประกอบไปด้วยเป้าประสงค์และแนวทางการดำเนินการมีโอกาสเป็นไปได้ทุกข้อ มีค่ามัธยฐาน (Median) ที่ได้เกินกว่า 3.5 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) $(Q3-Q1) \leq 1.5$ ถือว่ามีระดับความเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์คำตอบของผู้เชี่ยวชาญ เปรียบเทียบรอบที่ 2 และ 3

การวิเคราะห์คำตอบในรอบที่ 3 เป็นการวิเคราะห์คำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยการหาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ อีกครั้ง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบในแต่ละข้อคำถาม ผลการวิเคราะห์คำตอบของผู้เชี่ยวชาญเปรียบเทียบระหว่างรอบที่ 2 และ รอบ 3 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 44 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเปรียบเทียบระหว่าง EDFR รอบที่ 2 และ 3 เกี่ยวกับร่างวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
วิสัยทัศน์						
ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
พันธกิจ						
1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น						
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์กรความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
เป้าประสงค์						
1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
3. พัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งระยะสั้นและระยะยาวและผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และ	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และใน ระดับประเทศ						
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้รับจ้างจัดกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องให้ มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อ ต่อยอดขยายผลในวงกว้าง	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
แนวทางการดำเนินการ						
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับ การสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการ พัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และ ทักษะด้านการจัดการ	4.00	1.00	4.00	1.00	0	มาก
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มี ความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตร ระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มี สมรรถนะตรงตามความต้องการ	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เชิงสร้างสรรค์และ ป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย	4.00	1.00	4.00	1.00	0	มาก
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง เครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มี ประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอด	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
บทเรียนความสำเร็จร่วมกัน						
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
เป้าประสงค์						
1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้าและบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสร้างบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านองค์ความรู้และประสบการณ์	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
แนวทางการดำเนินการ						
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติเชิงบวก และเพิ่มแรงจูงใจ ให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้ความรู้ แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบ เทคโนโลยีให้เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมาย การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สืบค้น เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้ มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ ประสบ ความสำเร็จ เป็นต้นแบบของการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นแนวทางในการขยาย ผลความสำเร็จต่อไป	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น เชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ตามบริบทของวิถีชีวิต ในชุมชน	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬา เพื่อสร้างความสมดุลระหว่าง นักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
เป้าประสงค์						
1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุก	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
ภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญ ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ						
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เชิงกีฬา	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยการออกแบบ กิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวพำนักได้ยาวนานขึ้น	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
แนวทางการดำเนินการ						
1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่าง ผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการ ท่องเที่ยว ทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกัน ส่งผลต่อความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชาเครือข่าย องค์ความรู้ ปฏิทินการ จัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความ สะดวกในการประสานงาน	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผล กระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุก ครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้ง ด้านบวกและด้านลบ	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่ เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความ	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ ของท้องถิ่นได้						
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหาร จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
เป้าประสงค์						
1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค ประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึง ความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่าย การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
4. ยกกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมือง ต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
แนวทางการดำเนินการ						
1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทาง วิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิง กีฬาของภูมิภาคตะวันตก	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละ จังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบ โดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาในรูปแบบของชมรมหรือสมาคม	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำ แนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่ง	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
ใหม่						
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์ เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
เป้าประสงค์						
1. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคต	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและตลาดการท่องเที่ยวของไทยและของโลก	5.00	1.00	5.00	1.00	0	มากที่สุด
แนวทางการดำเนินการ						
1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และ	5.00	1.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

กลยุทธ์ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0	EDFR		EDFR		ผลต่าง	ระดับความ เหมาะสม
	รอบที่ 2		รอบที่ 3			
	Mdn.	I.R.	Md.	I.R.	Mdn.	
ประสบการณ์ ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตามประเมินผล						
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐภาคเอกชน และประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	5.00	0.00	5.00	0.00	0	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่ามัธยฐานและค่าพิสัยควอไทล์ของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 พร้อมทั้งเป้าประสงค์กลยุทธ์และแนวทางดำเนินการที่ได้จากการทำ EDFR รอบที่ 2 และรอบที่ 3 พบว่ากลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการทุกข้ออยู่ในระดับเหมาะสม

ส่วนที่ 4 ผลการนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการจัดประชุมเชิงนโยบายเพื่อรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ในวันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2561 ณ ห้องประชุมกาสะลอง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ผู้เข้าประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะและข้อสรุปในการกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์ในข้างต้นด้วยวิธีการอภิปรายซักถามและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยผู้เข้าร่วมประชุมได้พิจารณาความเชื่อมโยงของ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นกลยุทธ์ต่างๆ ร่วมกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วยเทคนิค EDFR ในการนี้ที่ประชุมมีความเห็นอย่างฉันทามติ เห็นพ้องต้องกันในประเด็นต่างๆ ทั้งในภาพรวมของรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผลจากการประชุมสรุปได้ดังนี้

1. ความเหมาะสมของ (ร่าง) รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

1.1 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย หลักการ คือ การนำความรู้ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาบูรณาการกับความรู้ด้านการจัดการเพื่อพัฒนาภูมิภาคตะวันตกสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ภูมิภาคตะวันตกเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากศักยภาพภายในพื้นที่ด้านทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ประกอบกับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวย นำไปสู่การพัฒนาองค์ประกอบ SPORT - K Model ได้แก่ 1) STANDARD มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) PARTICIPATION การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ 3) ORGANIZING การจัดการองค์การ 4) RESPONSIBILITY การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ 5) TECHNOLOGY and INNOVATION เทคโนโลยีและนวัตกรรม และ 6) KNOWLEDGE องค์ความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน และการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ในประเด็นนี้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมประชุมมีมติเห็นด้วยกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และมีความเห็นว่ารูปแบบนั้นเป็นไปได้และมีความเหมาะสม

1.2 กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

สำหรับประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์และพันธกิจ “ภูมิภาคตะวันตกเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น มีการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน และส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม นั้น ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมประชุมมีมติเห็นด้วยกับวิสัยทัศน์

และพันธกิจของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ทุกประเด็น โดยมีความเห็นว่ากลยุทธ์นั้นเป็นไปได้และมีความเหมาะสม

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยเป้าประสงค์ ดังนี้ 1) พัฒนานองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ 2) กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์ 3) พัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งระยะสั้นและระยะยาวและผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ 4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ 5) พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง ที่ประชุมมีมติเห็นด้วยกับกลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก รวมถึงเป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการว่ามีความเป็นไปได้และเหมาะสมทุกประการ

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วยเป้าประสงค์ ดังนี้ 1) ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ 2) ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม 3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ปฏิบัติตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ 5) พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสร้างบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านองค์ความรู้และประสบการณ์ ที่ประชุมมีมติเห็นด้วยกับกลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงเป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการว่ามีความเป็นไปได้และเหมาะสมทุกประการ

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วยเป้าประสงค์ ดังนี้

1) สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) 2) ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก 3) ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยการออกแบบกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักได้ยาวนานขึ้น ที่ประชุมมีมติเห็นด้วยกับกลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงเป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการว่ามีความเป็นไปได้และเหมาะสมทุกประการ

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วยเป้าประสงค์ ดังนี้ 1) สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก 3) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ยกกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่ประชุมมีมติเห็นด้วยกับกลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก รวมถึงเป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการว่ามีความเป็นไปได้และเหมาะสมทุกประการ

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วยเป้าประสงค์ ดังนี้ 1) พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ 2) พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคต 3) บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและตลาดการท่องเที่ยวของไทยและของโลก ที่ประชุมมีมติเห็นด้วยกับกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 รวมถึงเป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการว่ามีความเป็นไปได้และเหมาะสมทุกประการ

จากการจัดประชุมเพื่อหาข้อสรุปเชิงนโยบาย ผู้เข้าร่วมประชุมทั้ง 20 คน มีความเห็นว่ามีรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติต่อไป ดังคำกล่าวของผู้ทรงคุณวุฒิในที่ประชุมว่า

“การสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความยั่งยืนจะเป็นต้นแบบและก่อให้เกิดแรงบันดาลใจให้กับชุมชนและประชาชนให้มีส่วนร่วมในการสร้างและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีมาตรฐาน ปลอดภัย สะท้อนเอกลักษณ์ และสร้างความยั่งยืนในอนาคต” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, วันที่ 20 เมษายน 2561)

2. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมประชุม

จากการประชุมพิจารณาเชิงนโยบายเพื่อรับรอง (ร่าง) รูปแบบและกลยุทธ์ ที่ประชุมมีข้อเสนอว่ารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 นั้น หากจะมีการนำรูปแบบ กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการไปสู่การปฏิบัติจริงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ ควรมีการกำหนดนโยบาย กำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการในพื้นที่ มีการสื่อสารถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ดังคำกล่าวของผู้ทรงคุณวุฒิจากที่ประชุมว่า

“การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ให้สำเร็จนั้น ต้องใช้ความรู้ในการทำงาน สร้างการสื่อสาร สร้างความรู้ความเข้าใจไปถึงทุกภาคส่วนทั้งภายในภายนอก และที่สำคัญคือ นโยบายควรมีการกำหนดนโยบายร่วมกันผลักดันทุกจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเต็มพื้นที่ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ถ้าภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน ผู้บริหารลงมาทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้วยตนเองจะมีผลทำให้การปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ มีความตื่นตัว คล่องตัวมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11, วันที่ 20 เมษายน 2561)

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า ประเด็นสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้เกิดขึ้นจริงได้นั้นจำเป็นต้องจัดทำโรดแมป มีการกำหนดโครงสร้างคณะทำงาน ระบุบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคส่วน สร้างเครือข่ายในการทำงานและจัดทำแผนปฏิบัติงานร่วมกันเป็นภาคีเพื่อเชื่อมโยงการใช้อำนาจในท้องถิ่นและเครือข่ายต่างๆ เอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการรวมถึงเพิ่มแนวทางในการร่วมเป็นเจ้าของของชุมชน นอกจากนี้ควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกลุ่มชมรมวิ่ง และชมรมจักรยานกระจายทุกตำบลเพื่อสร้างนักวิ่งและจักรยานหน้าใหม่จำนวนมาก

ในประเด็นการดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ผู้เข้าร่วมประชุมได้ให้ข้อเสนอแนะถึงหลักการทำงานไว้ว่า การจัดกิจกรรมท่องเที่ยววันนั้นต้องมาจากความต้องการของ

ชุมชน ด้วย โดยผู้จัดหรือภาครัฐต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้วิเคราะห์สภาพการณ์ ปัญหา ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างรอบด้าน แล้วจึงตัดสินใจดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควรผ่านองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น อบต. กลุ่ม ชมรม เพื่อสร้างกลไกทำหน้าที่แทนสมาชิกในชุมชน และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบาย การบริหารจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่มีร่วมกัน นอกจากนี้ชุมชนต้องมีโอกาสในการเสนอรูปแบบและเนื้อหากิจกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬานับพื้นฐานของการคำนึงถึงผลกระทบอันจะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมด้วย หากชุมชนมีความพร้อมและมีปัจจัยที่เอื้อต่อการเข้ามาจับบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวแล้วผู้นำชุมชนหรือตัวแทนกลุ่มองค์กรต่างๆ จะได้มีการรวมพลัง สามารถประสานแนวคิดของทุกคนในชุมชนให้มีภาพเดียวกันในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนำวิสัยทัศน์มากำหนดเป็นเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

ประเด็นการจัดการเครือข่าย ที่ประชุมมีความเห็นว่าการสร้างเครือข่ายเป็นปัจจัยภายในที่สำคัญ หากมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายชมรม หรือสมาคมที่เข้มแข็ง มีการนำเอาจุดแข็งของแต่ละคนมารวมกัน แบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน ใช้แนวคิดสร้างสรรค์ในการทำงานโดยนำเทคโนโลยีมาสร้างคอนเทนต์ ใช้ความรู้ทางการตลาดยุคใหม่สร้างพื้นที่ประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ให้สวยงามและแตกต่าง นำเสนอและเชิดชูแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่ดีอยู่แล้วให้โดดเด่น ตีโจทย์เชิงพื้นที่ให้ออกกว่าด้วยสภาพภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันสามารถจัดชนิดกีฬาที่หลากหลายได้ เช่น ไตรกีฬา เทรล วิ่งจักรยานเสือภูเขาและทางเรียบ เป็นต้น ทุกกิจกรรมต้องใช้การออกแบบอย่างสร้างสรรค์จึงจะสร้างความน่าสนใจได้ ต้องมีแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ว่าใช้พื้นที่อย่างไรให้ได้คุณค่าสูงสุด ประกอบกับการมีสมาชิกร่วมจัดกิจกรรมที่มีทัศนคติและเป้าหมายเดียวกันก็จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประสบความสำเร็จได้

ในประเด็นการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สถาบันอุดมศึกษาควรเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมเวที โดยเน้นพื้นที่ในแต่ละอำเภอเพื่อหาศักยภาพของพื้นที่และวางแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ร่วมกัน นอกจากนี้ ในประเด็นของการพัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ที่ประชุมมีข้อเสนอว่า ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งประเภทการวิ่งและการปั่นจักรยานให้ได้มาตรฐานจำเป็นต้องใช้ทุนจำนวนมาก ดังนั้น ผู้จัดกิจกรรมควรร่วมมือกันเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับผู้สนับสนุนให้สนับสนุนงบประมาณจำนวนเพิ่มมากขึ้น

จากการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ในการประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยอมรับว่ารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่

ประเทศไทย 4.0 อันประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นภาพรวมของกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ดังภาพที่ 11



การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วิสัยทัศน์

ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

กลยุทธ์ที่ 1

พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ เชิงสร้างสรรค์และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 2

ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและภาคีเครือข่าย

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษคติเชิงบวก และเพิ่มแรงจูงใจ ให้ชุมชนเห็นศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สำรวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป
6. ออกแบบเส้นทางหวัง ปั่น เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

กลยุทธ์ที่ 3

พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

แนวทางการดำเนินงาน

1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาคีเครือข่าย องค์ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงาน
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริง
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้

กลยุทธ์ที่ 4

พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบาย
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสม

กลยุทธ์ที่ 5

พัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0

แนวทางการดำเนินงาน

1. สร้างระบบที่เสถียรเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ ในการปฏิบัติงาน
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดรายใหม่ ด้วยวิธีการการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพร้อมกัน

ภาพที่ 11 กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาศักยภาพและคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีแนวทางการดำเนินงานดังนี้

เป้าหมาย : พัฒนาศักยภาพและคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

1. สนับสนุนการพัฒนาขีดความสามารถในการเป็นเจ้าของภาพจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากเจ้าภาพจัดกิจกรรมเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพและคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากกิจกรรมเชิงกีฬาในพื้นที่ใดได้รับการพัฒนา กำกับ ดูแล ให้ดำเนินการโดยเจ้าภาพที่มีศักยภาพ มีความรู้ ประสบการณ์ และคุณภาพ ก็จะทำให้มาตรฐานและพัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสูงขึ้นไปด้วย
2. สนับสนุนเจ้าภาพและชุมชนท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว
3. จัดทำฐานข้อมูลเพื่อให้เจ้าภาพ ชุมชน ท้องถิ่น สามารถนำไปใช้พัฒนาส่งเสริมกิจกรรมเชิงกีฬาของชุมชน จังหวัด ภูมิภาค เช่น คู่มือการจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอน คู่มือการจัดกิจกรรมปั่นจักรยาน คู่มือการจัดกิจกรรมไตรกีฬา เป็นต้น
4. พัฒนาระบบเทคโนโลยีหรือโปรแกรมประยุกต์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของเจ้าภาพ และท้องถิ่นในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ระบบการรับสมัคร ระบบการตัดสินใจ รับรางวัล และการบริหารการเงิน เป็นต้น
5. ภาครัฐควรจัดตั้งทีมบุคลากรที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผู้มีบทบาทในการสนับสนุนข้อมูล องค์ความรู้ เทคนิควิธีการ มีศักยภาพในการประสานขอความร่วมมือกับท้องถิ่นและภาคส่วนต่างๆ ทำการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภาพรวมของภูมิภาคตะวันตก
6. พัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในการเดินทางท่องเที่ยวและเล่นกีฬา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อขยายตลาดให้หลากหลายมากขึ้น
7. เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น เช่น พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มเดิม ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพิ่มการสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การปั่นจักรยานข้ามประเทศ การออกแบบการแข่งขัน

แบบทวีปกิน วิ่ง ปั่น การวิ่งคู่รัก การวิ่งครอบครัว การวิ่งพิชิตยอดเขา การปั่นสัมผัสชีวิตชาว
กะเหรี่ยง เป็นต้น

8. คัดเลือกเมือง ชุมชน ที่มีคุณสมบัติโดดเด่นทางการกีฬาและการท่องเที่ยว และมีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมเชิงกีฬาที่มีชื่อเสียง พัฒนาเป็นเมืองต้นแบบด้านการท่องเที่ยว
เชิงกีฬา พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน กระตุ้นให้เกิดบรรยากาศของ Sport City
เพิ่มกิจกรรมรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหวในเมืองกีฬา

9. พัฒนาแบรนด์ของชุมชน เมือง จังหวัด ภูมิภาค (Branding Destination) ในฐานะ
จุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างการจดจำ ส่งเสริมการรับรู้ถึงสินค้าและบริการด้านการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของท้องถิ่น และจัดให้มีปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตลอดทั้งปีเพื่อให้
นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางล่วงหน้าได้

10. คัดสรรกีฬา หรือกิจกรรมการแข่งขันที่เป็นจุดแข็งของภูมิภาค จังหวัด ประเทศ และ
ดำเนินการจัดการแข่งขันมหกรรมกีฬาในระดับนานาชาติ เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอนนานาชาติ
โดยใช้เส้นทางการแข่งขันเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน และออกแบบเส้นทางให้ผ่านภูมิประเทศที่
สวยงาม สัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ

11. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาใน
การจัดทำหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวเชิง
กีฬา



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนาร่วมกับการวิจัยเชิงนโยบาย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกด้วยการวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สื่อสิ่งพิมพ์ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้การสนับสนุน ภาคีเครือข่าย องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ชม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 30 คน เพื่อศึกษาความต้องการ สภาพแวดล้อม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis หาความสัมพันธ์ด้วยวิธี TOWS Matrix, PESTLE Analysis และ 7's Model นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามากำหนดเป็นโครงสร้างและขอบเขตของเครื่องมือโดยให้ครอบครัวกลุ่มประเด็นต่างๆ นำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผู้วิจัยนำข้อมูลสภาพการณ์ ความต้องการ และสภาพแวดล้อมของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์ร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทำการตรวจสอบร่างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้พัฒนาร่างกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR จำนวน 3 รอบ เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ภาครัฐ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านการจัดทำกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก หรือ ผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ หรือผู้ดำรงตำแหน่งที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์กลยุทธ์สู่การปฏิบัติ
- 2) ภาคเอกชน หมายถึง ผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยวต่างๆ
- 3) ภาคประชาชน หมายถึง ผู้นำชุมชน หรือ ประชาชน ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เป้าหมาย
- 4) ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น บริษัทเอกชนผู้รับจ้าง หรือหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบจัดกิจกรรมเองโดยตรง
- 5) นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การเก็บข้อมูลในรอบที่ 1 ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ลักษณะข้อคำถามเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน รอบที่ 2 ผู้วิจัยนำผลการสัมภาษณ์ ในรอบที่ 1 มาวิเคราะห์แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ลักษณะเป็นแบบสอบถามคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมที่ทำการสัมภาษณ์ จำนวน 17 คนได้แสดงความคิดเห็น ส่วนในรอบที่ 3 เป็นการยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยนำผลจากการตอบแบบสอบถามในรอบแรกมาวิเคราะห์หาคำคำตอบทางสถิติ ปรับแก้ไขคำถามที่ไม่ชัดเจนให้ตรงประเด็นมากขึ้น และเพิ่มตำแหน่งของมัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณายืนยันการคงไว้ของคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาคำทางสถิติ สรุปและอภิปรายผลตามกระบวนการวิจัย นำเสนอเป็นร่างรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ขั้นตอนที่ 4 นำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยจัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญาเพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยเชิญกลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้มีบทบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน เพื่อร่วมกันประเมินตรวจสอบความเป็นไปได้และความเหมาะสมของรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการอภิปรายตามองค์ประกอบ รูปแบบ วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ เป้าประสงค์ แนวทางการดำเนินการและประเด็นต่างๆ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่

ได้จากการเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญามาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและวิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตก พบว่ามีศักยภาพด้านทุนธรรมชาติและทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่น ทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องและส่งเสริมต่อการจัดกิจกรรมต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ขาดการประสานและบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายและสนับสนุนการท่องเที่ยวและกีฬา ขาดการบูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลด้านกิจกรรม และขาดการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สำหรับสภาพการณ์ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีประเด็นสำคัญ ได้แก่

ด้านการวางแผนภาพรวมของงาน การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือร่วมใจกันจัดกิจกรรม มีการทำงานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน เช่น การวางแผนภาพรวมของงาน กำหนดโครงสร้างการจัดงาน กำหนดการแข่งขัน ออกแบบและควบคุมการผลิต การต้อนรับ และกิจกรรมเสริมความสนุกสนานอื่นๆ เพื่อให้กิจกรรมมีมาตรฐานเป็นไปตามแผนที่วางไว้

ด้านงานบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกขับเคลื่อนด้วยการสร้างกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้างคุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของกิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล การกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ การขอรับการสนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมาตรฐานและความปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผู้จัดต้องวางแผนและทำความเข้าใจกระบวนการต่างๆ รวมถึงต้องมีโครงสร้างการจัดงานที่บุคลากรในโครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน

การตลาด ภูมิภาคตะวันตกมีการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยกำหนดแนวคิดที่ชัดเจนคือการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย สร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น การวิ่งเทรลบนเทือกเขาตะนาวศรี การแข่งขันไตรกีฬาบริเวณอ่างเก็บน้ำ การปั่นจักรยานพิชิตเนินเขาสวนผึ้ง การวิ่งบนสันเขื่อนแก่งกระจาน การวิ่งในดินแดนประวัติศาสตร์สะพานข้ามแม่น้ำแคว การวิ่งข้างคลื่นริมชายหาดชะอำ การปั่นข้ามเขตชายแดนไทย-พม่า เป็นต้น และมีการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษซึ่งเป็นนักเที่ยวกลุ่มคุณภาพตามช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยสร้างเนื้อหา กิจกรรมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะบนพื้นที่สังคมออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล คำถามข้อสงสัยระหว่างผู้จัดและนักท่องเที่ยวเสมอ

การปฏิบัติการ ภูมิภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งรูปแบบของกิจกรรมการวิ่งและการปั่นจักรยานที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีปัจจัยหลายอย่างที่คุณจัดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมเหล่านั้นต้องคำนึงถึง เช่น มาตรฐานการแข่งขันที่เป็นสากล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ผู้จัดจำเป็นต้องวางมาตรฐานในการจัดการแข่งขัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน รวมถึงงานเทคนิคและการปฏิบัติการด้านต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

การจัดการความเสี่ยง การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้ความสำคัญกับการมีคณะทำงานด้านความปลอดภัยซึ่งมีบทบาทเกือบทุกด้านของการจัดงาน โดยเฉพาะการประเมินความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในระหว่างจัดกิจกรรม เช่น การติดต่อประสานหน่วยงานต่างๆ จัดทำเส้นทางที่ได้มาตรฐาน จัดทำข้อมูลที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว จัดการการเงิน วิธีการรับสมัคร การป้องกันปัญหาจากการรับสมัครหน้างาน บทบาทหน้าที่และความรู้ความเข้าใจของมาร์แชล (ผู้ควบคุมดูแลการแข่งขัน) อาหารเครื่องดื่ม การมอบรางวัลที่มีความชัดเจนถูกต้องภายหลังการแข่งขัน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้จัดต้องคิดให้รอบด้านว่าหากมีเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงจะรับมืออย่างไร ต้องมีการประเมินสถานการณ์ไว้ล่วงหน้าและมองภาพรวมทั้งหมดของการจัดงานให้ออกเพื่อหาวิธีการป้องกันปัญหาในเบื้องต้น

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

การพัฒนา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นขั้นตอนที่ได้จากสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ที่มาของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 “SPORT- K Model” ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ ประกอบด้วย

1) S – Standard (มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) มาตรฐานในการแข่งขันถือเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก สนามแข่งขันที่มีมาตรฐานและได้รับการรับรองจะสามารถสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมาซ้ำได้

2) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพจัดงาน) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมในฐานะเจ้าภาพและเจ้าบ้านที่ดี รวมทั้งมีการเปลี่ยนบทบาทจากลูกค้าหรือนักกีฬาซึ่งเป็นผู้รับบริการมาเป็นเจ้าภาพร่วมกัน

3) O – Organizing (การจัดการองค์การ) เป็นการกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในลักษณะภาคีเครือข่าย ให้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าภาพจัดงานคือกระบวนการสำคัญที่ขับเคลื่อนให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีประสิทธิภาพ

4) R – Responsibility (จัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังมีการพัฒนาและปลูกจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและผู้จัดอย่างรับผิดชอบต่อส่วนรวมทุกภาคส่วนตลอดการดำเนินงาน

5) T - Technology and Innovation (เทคโนโลยีและนวัตกรรม) เทคโนโลยี สารสนเทศ และนวัตกรรมได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก รวมถึงด้านเทคนิคการแข่งขัน ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไป

6) K – Knowledge (องค์ความรู้) องค์ความรู้เชิงวิชาการด้านต่างๆ ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทั้งนี้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มาตรฐานสามารถสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว

จากการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้รูปแบบจากการสังเคราะห์ข้อมูลในพื้นที่ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการศึกษาเชิงคุณภาพ จึงยกวางรูปแบบที่ผู้วิจัยใช้ชื่อว่า “SPORT- K Model” ซึ่งมีองค์ประกอบร่วม ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และเทคนิควิธีการต่างๆ ในการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากผู้จัดกิจกรรมที่มีประสบการณ์ไปยังบุคลากรหรือผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬารายใหม่เพื่อขยายผลความสำเร็จในวงกว้าง

องค์ประกอบที่ 2 การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน เพราะความสัมพันธ์ของเครือข่ายคือ ปัจจัยสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นความสัมพันธ์ที่มาจากการทำงานกิจกรรมร่วมกัน โดยเริ่มตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำ ร่วมรับผล และติดตามประเมินผล จากภาคีเครือข่าย ทั้งภายในและภายนอก มีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานร่วมกันพร้อมกับการแบ่งหน้าที่ รับผิดชอบตามความเหมาะสม สร้างความสัมพันธ์และประสานงานแบบแนวนอนภายใต้วาทกรรมของ การเป็นเจ้าของร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 3 สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มตลาด ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการแข่งขันสูง ผู้จัดจึงควรสร้างสรรค์กิจกรรมการแข่งขันกีฬา รูปแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจ ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มที่มีความสนใจต่างกัน เช่น การวิ่งเทรล ไตรกีฬา วิ่งชายหาด ปั่นข้ามประเทศ ปั่นสั้นเชื่อน ประกอบกับภูมิภาคตะวันตกมี ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายทำให้สามารถออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงกีฬาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ได้

องค์ประกอบที่ 4 ปัจจัยเอื้อ (ภายใน) เป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดผลสำเร็จจากปัจจัย ภายใน ด้วยภูมิภาคตะวันตกมีสภาพภูมิประเทศและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีทำเลที่ตั้ง ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก พร้อมทั้งมีเครือข่ายบุคลากรที่มีความรู้ ประสบการณ์ และดำเนินงานด้วยความรู้สึกการเป็นเจ้าของงานร่วมกันบนฐานวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

องค์ประกอบที่ 5 ปัจจัยสนับสนุน (ภายนอก) เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิด ความสำเร็จจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศที่สนับสนุนการจัด กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงกระแสความนิยมการออกกำลังกายของคนทุกเพศทุกวัยทำให้ แนวโน้มตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย

โดยรูปแบบ “SPORT- K Model” ดังกล่าว ได้ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความ เป็นไปได้และมีความเหมาะสม

3. กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

การวิจัยในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน โดยใช้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์การ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ได้จากการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) การจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (TOWS Matrix) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถกำหนดเป็นกลยุทธ์ได้ ดังนี้

วิสัยทัศน์

ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0

พันธกิจ

1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์กรความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และ

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคมนวัตกรรมและเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0

4. ผลการประชุมเสวนาสังเคราะห์ทางปัญญา

จากการจัดประชุมเชิงนโยบาย เพื่อรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้เข้าประชุมเชิงนโยบายได้ให้ข้อเสนอแนะและข้อสรุปในการกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์ด้วยวิธีการอภิปรายซักถามและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ที่จะกำหนดเป็นรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมประชุมได้เสนอแนะประเด็นสำคัญ ได้แก่ การนำรูปแบบกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางดำเนินการไปสู่การปฏิบัติจริงว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้าง

ความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในทุกๆระดับ ควรมีการกำหนดนโยบาย กำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการในพื้นที่ มีการสื่อสาร ถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความยั่งยืน นอกจากนี้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจำเป็นต้องใช้องค์ความรู้ในการดำเนินงาน และที่สำคัญคือด้านนโยบาย ควรมีการกำหนดนโยบายร่วมกันในการผลักดันให้ทุกจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเต็มพื้นที่พร้อมทั้งให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ และสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาตามขั้นตอนการวิจัยต่างๆ จนเสร็จสิ้นแล้วพบว่า ภูมิภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเหมาะสมกับการเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยการมีปัจจัยภายในและภายนอกเป็นองค์ประกอบสำคัญผลักดันให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีคุณภาพและมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้นตามลำดับ โดยได้รับอิทธิพลจากแรงขับเคลื่อนของกระแสโลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วก้าวหน้ามากขึ้นทำให้คนสามารถเข้าถึงการรับชมกีฬาประเภทต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว (โศรยา หอมชื่น, 2551) ประกอบกับค่านิยมและแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพ และให้ความสำคัญกับการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากขึ้น ในครั้งนี้รัฐบาลไทยจึงได้ประกาศนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยสู่เวทีนานาชาติ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นแนวทางการพัฒนาหนึ่งภายใต้แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยทั้งในแผนฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2558 - 2560) และฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) เนื่องจากเห็นว่าเป็นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันของไทย โดยมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ให้กับประเทศไทยอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 2.1 หมื่นล้านบาท (สำนักการค้าบริการและการลงทุน, 2560 : 2)

ภูมิภาคตะวันตกเป็นกลุ่มจังหวัดที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ การคมนาคมสะดวก และมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพได้ จากผลการวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตก พบว่ามีศักยภาพด้านทุน เครือข่ายความร่วมมือ บุคลากร และทรัพยากรท้องถิ่นที่โดดเด่นทั้งด้านที่ตั้ง การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่สอดคล้องและส่งเสริมการจัดกิจกรรมต่างๆ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สายตานักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าในภูมิภาคตะวันตกยังขาดการประสานงาน บูรณาการเชื่อมโยงข้อมูลด้านกิจกรรมและการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัจจา ไกรศรีรัตน์ และทัศนีย์ นาคเสนีย์ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาชุมชนจอมบึง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนท้องถิ่นสามารถนำลักษณะทางภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง และความเป็นพื้นที่ชนบทมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาซึ่งเป็นรูปแบบการขี่จักรยานท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่รองรับวิถีชีวิตที่มีองค์ประกอบของการท้าทายเสี่ยงภัย และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้ามาเกี่ยวข้อง การพัฒนาการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยเสือภูเขาไม่จำเป็นต้องใช้สิ่งอำนวยความสะดวกแต่สามารถจัดการท่องเที่ยวบนฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่ รวมถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สิ่งดึงดูดใจที่โดดเด่นด้านนิเวศวิทยา ความอุดมสมบูรณ์ทางชีวภาพและพันธุ์พืช ที่สามารถเป็นต้นทุนในการจัดกิจกรรมการแข่งขันจักรยานเสือภูเขา อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการยกระดับการกีฬาสู่การท่องเที่ยวยังมีจุดอ่อนคือขาดองค์ความรู้และนโยบายการดำเนินงานในพื้นที่อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดในอนาคต เช่นเดียวกับ อานนท์ สีดาเพ็ง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟที่เหมาะสมประกอบด้วยองค์ประกอบการจัดการ 4 ด้าน คือ 1) ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) ด้านกระบวนการเรียนรู้ 3) ด้านการจัดการ และ 4) ด้านการมีส่วนร่วม สำหรับชุมชนต้นแบบที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีองค์ประกอบด้านจุดดึงดูดการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ของแหล่งธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งธรรมชาติ และความปลอดภัยของแหล่งธรรมชาติในการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าแหล่งธรรมชาติของชุมชนที่มีศักยภาพและความเหมาะสมบนพื้นฐานการจัดการที่ดีจะสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ นอกจากนี้ Christian

Stipanovic (2014) ได้ศึกษาเรื่อง แนวคิดการพัฒนาและกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ Kvarner ผู้การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า Kvarner มีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีความเป็นอัตลักษณ์ มีกิจกรรมสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมาหาประสบการณ์ใหม่ได้ Kvarner สามารถพัฒนาจุดเด่นที่มีอยู่ในพื้นที่ มีการปรับใช้วิถีชีวิตดั้งเดิมเป็นองค์ความรู้ในการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างเต็มศักยภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สามารถดำเนินการจัดการจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละครั้ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านสุขภาพและการออกกำลังกาย ประกอบกับมีความต้องการกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจของตนมากที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 8)

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

ผลการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ได้จากสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ ผู้วิจัยได้จึงได้พัฒนา “SPORT-K Model” ขึ้น ประกอบด้วย S – Standard (มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจการ) O – Organizing (การจัดการองค์การ) R – Responsibility (การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) T – Technology and Innovation (เทคโนโลยีและนวัตกรรม) และ K – Knowledge (องค์ความรู้) ขับเคลื่อนด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความรู้และประสบการณ์ มีการสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกันบนแนวคิดการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชน จากรูปแบบดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบภายใต้กรอบแนวคิดและหลักการเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามขอบข่ายภารกิจของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้ง 6 ประกอบ ได้แก่

- 1) S – Standard (มาตรฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา) เนื่องจากมาตรฐานคือหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สนามที่มีมาตรฐานการแข่งขันและบริการที่เป็นสากลสามารถสร้างชื่อเสียงและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมาซ้ำอีกได้ สอดคล้องกับ David J Shonk. (2006) ได้อธิบายลักษณะของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีคุณภาพ (Sports tourism Quality) ซึ่งจะทำให้การจัดการงานทั้งก่อนการแข่งขัน ระหว่างการแข่งขัน และภายหลังสิ้นสุดการแข่งขันสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย ได้แก่ การเข้าถึงพื้นที่จัดกิจกรรมต้องสะดวก ปลอดภัย

การให้บริการด้านต่างๆ ต้องมีกระบวนการจัดการอย่างมีคุณภาพและคุ้มค่า เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ การขนส่ง การบริการทางการแพทย์ การรับสมัคร ป้ายสัญลักษณ์ที่ปัก ห้องน้ำ ผลการแข่งขัน เป็นต้น แนวคิดดังกล่าวเป็นประเด็นที่ผู้จัดกิจกรรมต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬา สอดคล้องกับ Reza Andam et al., (2015) ได้ศึกษาเรื่องการหาตัวแบบวัดผลหลากหลายมิติเพื่อคุณภาพการบริการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากหลักฐานเชิงประจักษ์ในการจัดกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ตามแนวคิดของ Service Quality หรือ คุณภาพการบริการ ของ Parasuraman (1985) ที่มีองค์ประกอบใน 5 มิติได้แก่ Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy เพื่อมุ่งหาตัวแบบในการวัดคุณภาพการบริการในงานกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้นำเสนอคุณภาพการบริการในงานกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวใน 4 มิติ ได้แก่ Venue quality (คุณภาพของสถานที่) Conference quality (คุณภาพของการจัดงาน) Access quality (คุณภาพในการเข้าถึงงาน) และ Trip quality (คุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว)

2) P – Participation (การมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของจัดงาน) แนวคิดกระบวนการมีส่วนร่วมได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในรูปแบบของการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทั้งจากคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ โดยเริ่มต้นจากการสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกับผู้นำทุกระดับที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้บริหารระดับจังหวัด อำเภอ และผู้นำชุมชน นอกจากนี้ยังมีภาคีเครือข่ายภายนอก ได้แก่ ภาคเอกชน และผู้สนับสนุนงบประมาณที่ร่วมกันดำเนินงานภายใต้เป้าหมายเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ วีระพล ทองมา (2547 : 17-22) ได้ศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผลกระทบด้านบวกของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม คือ ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็น ทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน คือ การรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

3) O – Organizing (การจัดการองค์การ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีการวางโครงสร้างการดำเนินงานโดยกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในลักษณะภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น ชุมชน และ

ประชาชน ให้ทุกส่วนได้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าภาพจัดงานร่วมกัน สอดคล้องกับ Perry et al., (1996 : 85-93) ที่ได้อธิบายถึงบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยผู้รับผิดชอบแต่ละส่วนงานควรมีความรู้ขั้นต้นในประเด็นดังต่อไปนี้ การตลาด สื่อมวลชนสัมพันธ์ การบริหารจัดการโครงการ การจัดทำงบประมาณ การติดต่อผู้สนับสนุน การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การวางแผนธุรกิจ การวิจัยตลาด กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของท้องถิ่น การวางแผนบริหารความเสี่ยงและกรณีฉุกเฉิน โดยความรู้เบื้องต้นเหล่านี้สามารถนำไปกำหนดเป็นกลุ่มงานและกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในกลุ่มภาคีเครือข่ายร่วมจัดงานตามศักยภาพและความสนใจ เช่นเดียวกับ Embok (2007 : 1-4) ได้อธิบายว่าความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริหารจัดการกิจกรรมเชิงกีฬาสามารถนำไปกำหนดเป็นโครงสร้างฝ่ายงานต่างๆ ได้แก่ งานบริหารจัดการ งานวางแผน งานการตลาด งานปฏิบัติการ และงานบริหารความเสี่ยง

4) R – Responsibility (การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก นอกจากจะมีเป้าหมายในเรื่องการพัฒนาสุขภาพของประชาชนและรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแล้ว หากมีการจัดกิจกรรมกีฬาเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องย่อมก่อให้เกิดสุขภาวะแก่ประชาชนและรายได้ที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อมุ่งก่อให้เกิดผลกระทบในทางบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Hussain Kashif et al., (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และความพึงพอใจของผู้ที่พักอาศัย ณ Jammu และ Kashmir ประเทศอินเดีย ในพื้นที่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน Gharana Wetland และ Ramnagar Wildlife Sanctuary ใน Jammu และ Kashmir ประเทศอินเดีย โดยพื้นที่จุดนั้นเป็นพื้นที่ทางธรรมชาติ การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนท้องถิ่น และผลทางบวกต่อเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาที่ประเมินจากประชาชนในพื้นที่ต่อแนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แสดงออกเชิงบวกต่อความยั่งยืนทั้งด้าน สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ประชาชนในพื้นที่มีแนวโน้มในการปรับใช้แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการพัฒนาพื้นที่ จากข้อมูลดังกล่าวนี้ นำไปสู่การกำหนดแผนพัฒนาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

5) T - Technology and Innovation (เทคโนโลยีและนวัตกรรม) เทคโนโลยีเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกไปข้างหน้า การพัฒนาของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสถานที่ วิธีการท่องเที่ยว วิธีการจอง การสมัคร การเดินทาง การแข่งขัน และบริการอื่นๆ สอดคล้องกับ สัจจา ไกรสรรัตน์ และทัศนีย์ นาคเสนีย์ (2560 : 172) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาชุมชนจอมบึง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาได้กล่าวถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามา

มีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตทั้งการสื่อสาร การนัดหมายและการเดินทางท่องเที่ยว หรือการเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลค่าสมัคร รูปแบบ สถานที่ วิธีการเดินทาง การจองที่พัก พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเรื่องการใช้และเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวนอกจากเป็นผู้ค้นหาข้อมูลแล้วยังเป็นผู้สร้างสรรค์ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ด้วย มีการแชร์ความคิด คำวิจารณ์การบริการ ความประทับใจ และอื่นๆ ในบทบาทของผู้ค้นหาได้มีการนำข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นทางสื่อออนไลน์มาประกอบการตัดสินใจ สำหรับผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือช่วยให้การติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อมูลการรับสมัคร กฎ กติกา การแพร่กระจายข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้นจะช่วยให้การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้จัดและนักท่องเที่ยวไปยังวงกว้าง

6) K – Knowledge (องค์ความรู้) การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกได้นำองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนามาตรฐานของการจัดการ โดยองค์ความรู้เหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการสังสมประสบการณ์ของผู้จัดที่มีมาอย่างต่อเนื่อง และอีกส่วนหนึ่งมาจากการศึกษาวิจัย คุงานทั้งในและต่างประเทศของผู้จัดมืออาชีพ ในแต่ละพื้นที่จะมีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเครือข่ายทีมงานและนักวิ่งผ่านการประชุม อบรม เสวนา และการสร้างแคมป์ความรู้ เพื่อการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ที่ได้รับบูรณาการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบว่าต้องได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน มีการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ สนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล เช่นเดียวกับ ธานยพร วณิชยทธา (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนมีส่วนร่วม จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการความรู้ในชุมชนมีส่วนประกอบที่สำคัญ คือ ความรู้ คน และกระบวนการ ความรู้ คือ ความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการ โดยมีคนเป็นกลไกที่สำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ และกระบวนการจึงเป็นวิธีเชื่อมประสานคน ความรู้ และกระบวนการเข้าไว้ด้วยกัน กระบวนการจัดการความรู้ในชุมชนที่ได้สามารถสังเคราะห์เป็นแบบจำลองที่มีลักษณะเป็นเกลียวของความรู้ที่เชื่อมต่อกัน เมื่อการนำไปใช้และพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่จะมีการเพิ่มพูนความรู้ยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายในการกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการพูดคุย แต่สิ่งดีๆ ให้แก่กัน

3. กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากผลการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 พบว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินงาน ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

วิสัยทัศน์ “ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0” สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ที่มุ่งพัฒนาภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ และมุ่งเน้นการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่าภูมิภาคตะวันตกเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ มีทุนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถพัฒนา ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬายอดนิยมที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ สอดคล้องกับ สัจจา ไกรศรีรัตน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผลการศึกษาพบว่า ภูมิภาคตะวันตกมีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่สอดรับและส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาให้มีความโดดเด่นและภาพลักษณ์ที่ดีสู่สายตาชาวโลก จากกระแสความห่วงใยสุขภาพ การเติบโตของกีฬา และความสำคัญของการจัดกิจกรรมพิเศษเชิงกีฬาพิสูจน์ได้ว่า กิจกรรมเชิงกีฬาเป็นยุทธวิธีที่สำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนาจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว และจากการการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ร่วมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทำให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมนำไปสู่การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่สอดคล้องกับสภาพการณ์และบริบทเชิงพื้นที่ โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป็นเป้าหมายระยะยาวเพื่อหาแนวทางการดำเนินการไปสู่เป้าหมายร่วมกัน จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้พัฒนากลยุทธ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

จากผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีความจำเป็น และเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม โดยการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาสามารถได้หลายแนวทาง ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ อันนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นของประชาชนในพื้นที่ ชุมชน และจังหวัด ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต ทั้งด้านสุขภาพและด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมเชิงกีฬา เช่น การวิ่ง การปั่นจักรยาน สามารถนำมาส่งเสริม เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญที่ควร

นำมาพัฒนาในเบื้องต้นเพื่อวางรากฐานเป้าหมายการเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตกคือ การพัฒนาองค์ความรู้ และพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560 : 27) ที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 ว่า ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลก สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย จิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เช่นเดียวกับ สัจจา ไกรศรรัตน์ (2560 : 50) ที่ศึกษาเรื่องการเพิ่มคุณภาพและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ผลการศึกษาพบว่า ยุทธวิธีในด้านนโยบายที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชน เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อกระจายความรู้ กระจายรายได้ กระจายความรับผิดชอบ และเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้รับผิดชอบควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของ นักท่องเที่ยว ชุมชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของ การออกแบบกิจกรรม หรือการพัฒนาแนวคิดภาพรวมของงาน โดยใช้การออกแบบและเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่มีความหมายต่อผู้บริโภคบนฐานทรัพยากรและอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ควรให้มีส่วนร่วมในการสะท้อนมุมมองแนวคิดที่มีต่อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อนำไปใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาพบว่าภูมิภาคตะวันตกมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดย ผู้รับผิดชอบหลักให้ความสำคัญกับการดึงการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวและชุมชนทั้งในส่วนของ การกำหนดแนวคิด การออกแบบของที่ระลึก กิจกรรมระหว่างเส้นทางการแข่งขันโดยได้นำต้นทุนทาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวมาสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เชิงกีฬาได้ เช่น การจัดตลาดนัดสินค้าชุมชน การจัดทริปปั่นนำเที่ยวแหล่งเรียนรู้ในชุมชน การเปิด บ้านเป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ สีสันจากกองเชียร์ชุมชน เป็นต้น ส่งผลให้ภาคีเครือข่ายที่ร่วมจัด กิจกรรมเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน นอกจากนี้สถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรเป็นผู้มีบทบาท สนับสนุนส่งเสริมการให้ความรู้ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการรวมถึงความรู้ด้านการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ปิรันธ ชิมโชติ และธีรวัฒน์ จันทิก (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างหรือเพิ่ม มูลค่าให้แก่ทรัพยากรที่เรามีอยู่ให้สูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมนำมา

สร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ออกมาเป็นรูปแบบเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวสินค้าหรือบริการใหม่ๆ โดยความร่วมมือจากผู้ประกอบการและชุมชนจะสามารถสร้างการมีส่วนร่วม การเรียนรู้และเพิ่มทักษะแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่นเดียวกับ ห้ามหาภูฏ ทวีแสง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจนิก เทศบาลนครยะลา ผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำสมาคมเกษตรกรเสียงภาคใต้ ให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมในการวางแผน มากที่สุด รองลงมาคือ การร่วมดำเนินการร่วมรับผลประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล และกล่าวถึงการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า ควรสร้างสรรค์บุคลากรอย่างมีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล เพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ยกกระดับมาตรฐานกระบวนการให้บริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ คิดแปลก แตกต่าง อย่างสร้างสรรค์ บูรณาการเทคโนโลยี หาช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาลักษณะทางกายภาพเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและพัฒนากระบวนการส่งเสริมการตลาดอย่างสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการท่องเที่ยวด้วยการสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยวทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ที่สอดคล้องกับผลการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าภูมิภาคตะวันตกมีกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ทั้งยังมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยการออกแบบกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักได้ยาวนานขึ้นด้วยการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) สอดคล้องกับ ปีรันธ์ ชินโชติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง เส้นทางสู่ความสำเร็จ “ฟาร์มแกะในตำนาน ชีนเนอร์รี่ วินเทจฟาร์ม” กรณีศึกษาผู้ประกอบการสวนผึ้งเพื่อศึกษาศึกษารูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบ

ความสำเร็จ โดยศึกษาลักษณะผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจในส่วนนี้ รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์หลักที่ใช้ในการบริหารการท่องเที่ยวประเด็นหนึ่งคือการตอบแทนชุมชน และสังคม ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่จะสร้างความแข็งแกร่งของภาพลักษณ์ขององค์กรแสดงให้เห็นว่าเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่ใช่เป็นผู้รับอย่างเดียวแต่ก็เป็นผู้ให้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดธุรกิจ Scenery Vintage Farm กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี เป็นอาณาจักรฟาร์มแกะเพื่อการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วประเทศ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมโดยเฉลี่ยต่อปีถึง 500,000 คน สามารถสร้างรายได้กว่า 100 ล้านบาทต่อปี เช่นเดียวกับ Yulan Y. Yuan (2013) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างความยั่งยืนให้แก่สิ่งแวดล้อมในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่สิ่งแวดล้อมได้ โดยในมุมมองของความยั่งยืนนั้นจะไม่มองเพียงแค่การเติบโตทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ต้องมองในมิติด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างสมดุลให้แก่สังคมได้ไปพร้อมกัน โดยกลุ่มที่เป็นกลไกหลักในการพัฒนายั่งยืนนั้นมุ่งเน้นที่ผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้จัดกิจกรรม ผู้เป็นเจ้าของพื้นที่ และชุมชนท้องถิ่น โดยกลุ่มผู้จัดกิจกรรมต้องมีการวางแผนและตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งต้องส่งเสริม สนับสนุนให้ความรู้ด้านแนวทางปฏิบัติ และสำนึกความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วย

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

จากผลการศึกษาพบว่า ภูมิภาคตะวันตกยังคงมีปัญหาด้านการขับเคลื่อนกลไกในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเนื่องจากขาดการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังขาดความชัดเจนในเรื่องของนโยบายและแนวปฏิบัติในแต่ละพื้นที่ ผู้วิจัยจึงได้เสนอกลยุทธ์การพัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกนำไปสู่การยกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สอดคล้องกับทัศนีย์ นาคเสนีย์ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและคณะกรรมการสภาอุตสาหกรรมจังหวัดราชบุรี ที่แสดงความความคิดเห็นเรื่องกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นลักษณะของต่างคนต่างจัด ไม่มีปฏิทินรายปีที่น่าทุกกิจกรรมมารวมกัน ขาดภาพรวมของภูมิภาค ทำให้ไม่สามารถเคลื่อนคนให้กระจายตามกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งปี ขาดการสนับสนุนจากองค์กรที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว ขาดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกัน ที่ผ่าน

มาตรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกสำเร็จจากผู้จัดที่เข้มแข็งไม่ใช่การสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ ภาครัฐไม่ใช่หน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนขาดการเข้าไปมีส่วนร่วม ต่างจากความสำเร็จของบุรีรัมย์ที่สามารถรวมคนได้เยอะเพราะภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชน ภาคตะวันตกเป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆ ที่จัดงานทำให้บางงานบางกิจกรรมอาจไม่ยั่งยืน ดังนั้นถ้ารวมตัวกันได้แล้วร่วมกันทำกิจกรรมวางเป้าหมายเดียวกัน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็จะยั่งยืน

เช่นเดียวกับแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ข้อที่ 3.3 สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ การจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ใช้กลไกและเครื่องมือการพัฒนาของภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจเอกชนอย่างบูรณาการเพื่อให้การขับเคลื่อนเกิดประสิทธิภาพผ่านกระบวนการสร้างเครือข่าย ที่สามารถตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกว่าควรมีการถ่ายทอดนโยบายและประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงภาครัฐควรสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาค้นด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0

ผลการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกไปข้างหน้า การพัฒนาของเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว วิธีการท่องเที่ยว วิธีการจอง การสมัคร การเดินทาง การแข่งขัน และบริการอื่นๆ การสื่อสารข้อมูลผ่านเทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยเฉพาะบนสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นการยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างไม่มีขอบเขตและเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น รูปภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งช่วยพัฒนาการนำเสนอกิจกรรมและบริการให้มีความน่าสนใจและมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในด้านการจัดการยังได้นำแนวคิดใหม่จัดได้ว่าเป็นนวัตกรรม เช่น การเปลี่ยนลูกค้าให้มาเป็นอาสาสมัครร่วมเป็นเจ้าภาพจัดงาน จากข้อมูลดังกล่าวจึงเห็นได้ว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถสร้างคุณภาพมาตรฐาน เป็นสีสนับและเพิ่มมูลค่าให้แก่การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ สอดคล้องกับแนวคิด ประเทศไทย 4.0 ของ สุวิทย์ เมษินทรีย์ ที่มุ่งเน้นเปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การ

ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น โดยมีเป้าหมายที่กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น จากสภาพการณ์และแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงเสนอกลยุทธ์การพัฒนาคอนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0 โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ ด้วยการพัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคตให้สามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง และมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับ อิศานต์ สหัสพาศน์ (2559 : 160) ที่ได้จัดทำข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของอารยธรรมล้านนาในประเด็นด้านการพัฒนาบุคลากรว่า ปัญหาของบุคลากรการท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาโดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนปรับปรุงคุณภาพหลักสูตรการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการและทิศทางของอุตสาหกรรม ควรเพิ่มหลักสูตรเพื่อพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัล ภาษาต่างประเทศ ความรู้ท้องถิ่น และการบริหารจัดการเบื้องต้น นอกจากนี้ควรร่วมมือกับท้องถิ่นพัฒนาหลักสูตรให้ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาทักษะและสร้างมาตรฐานในอาชีพ

4. การรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

จากการประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญาเพื่อรับรองรูปแบบ กลยุทธ์ และหาข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 นั้น กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เข้าร่วมเสวนามีความเห็นว่ารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ประกอบไปด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ เนื่องจากกระบวนการพัฒนากลยุทธ์ได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมเริ่มจากการศึกษาสภาพการณ์และความต้องการ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวและกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและครอบคลุมทุกประเด็น ในส่วนของการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ ผู้เข้าประชุมมีความเห็นว่ามีควมจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ ควรมีการกำหนดนโยบาย กำหนดแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติการในพื้นที่ มีการสื่อสารถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความ

ยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของวราจคณา ผลประเสริฐ (2554) ที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ว่าช่วยสร้างความพร้อมให้องค์กรในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ องค์กรจะต้องทำการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อคิดค้นหาแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมที่สุดในสภาพการณ์ต่างๆ การจัดการกลยุทธ์ทำให้องค์กรมีการเตรียมความพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ รวมทั้งด้านการพัฒนาบุคลากร เนื่องจากการจัดการเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจถึงเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานและถ่ายทอดแก่บุคลากรทุกส่วนในองค์กรเพื่อสร้างความตระหนักในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง สอดคล้องกับคำกล่าวของ จิรศักดิ์ เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์ ที่ปรึกษาอาวุโสกิจกรรมการแข่งขันเขาประทับช้างเทรล 2018 ในที่ประชุมว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ให้สำเร็จนั้น ต้องใช้ความรู้ในการทำงาน สร้างการสื่อสาร สร้างความรู้ความเข้าใจไปถึงทุกภาคส่วนทั้งภายในภายนอก และที่สำคัญคือนโยบาย ควรมีการกำหนดนโยบายร่วมกัน ผลักดันทุกจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาเต็มพื้นที่ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ถ้าภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน ผู้บริหารลงมาทำหน้าที่อำนวยความสะดวกด้วยตนเอง จะมีผลทำให้การปฏิบัติงานในส่วนต่างๆ มีความตื่นตัว คล่องตัวมากขึ้น นอกจากนี้ องค์กร เทียมเมฆ ผู้ทรงคุณวุฒิแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย สสส. ยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ประเด็นสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้เกิดขึ้นจริงได้นั้นจำเป็นต้องจัดทำโรดแมป มีการกำหนดโครงสร้างคณะทำงาน ระบุบทบาทหน้าที่ของแต่ละภาคส่วน สร้างเครือข่ายในการทำงานและจัดทำแผนปฏิบัติงานร่วมกันเป็นภาคีเพื่อเชื่อมโยงการใช้อำนาจในท้องถิ่นและเครือข่ายต่างๆ เอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการรวมถึงเพิ่มแนวทางในการร่วมเป็นเจ้าของชุมชน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกลุ่มชมรมวิ่ง และชมรมจักรยานกระจายทุกตำบลเพื่อสร้างนักวิ่งและจักรยานหน้าใหม่จำนวนมาก เช่นเดียวกับ เกริกยศ ชลาชนเดชะ และ ชูชัย ศรชานี (2549) ที่เสนอแนวคิดเรื่องการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic implementation) ว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด ต้องอาศัยความสามารถของผู้นำองค์กรในการกระตุ้นและอำนวยความสะดวกให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กร สามารถสร้างแรงจูงใจผู้ปฏิบัติงานในการพัฒนาศักยภาพของตน มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างวัฒนธรรมองค์การที่สนับสนุนกลยุทธ์เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนในองค์กรโดยมีผู้บริหารแต่ละหน่วยงานเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกยังขาดความเชื่อมโยงในการทำงานระหว่างหน่วยงานจึงควรมีการส่งเสริมความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยสนับสนุนให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่เพื่อศึกษา สืบสวน เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบและสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบางหน่วยขาดความรู้ ความเข้าใจในการบูรณาการการท่องเที่ยวกับกีฬา รวมถึงขาดประสบการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ประกอบกันหลายด้าน ภาครัฐ จึงควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ

1.3 จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้อัดทำฐานข้อมูล ด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาคีเครือข่าย องค์ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงานในรูปแบบ Big Data และนำเทคโนโลยีมาช่วยดำเนินการเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินการ และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.4 จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกยังขาดการประเมินผลกระทบจึงควรมีการสร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ

1.5 จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายจึงควรจัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัด ซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เกิดความต่อเนื่อง พร้อมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลการจัดกิจกรรมเพื่อจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกตลอดทั้งปี (Year Plan) เพื่อการกระจายนักท่องเที่ยวสุขภาพให้เดินทางมาเยือนได้ทุกช่วงเวลา และทุกพื้นที่ในภูมิภาค

1.6 ผู้จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถนำรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกจากข้อค้นพบในงานวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ด้วยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่ายร่วมพัฒนาคุณภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีมาตรฐาน สร้างสรรค์ และยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก โดยศึกษาเฉพาะกิจกรรมกีฬาประเภทวิ่ง และปั่นจักรยานเท่านั้น แต่เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังครอบคลุมกีฬาอีกหลายประเภท เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ วอลเลย์บอล และกีฬาทางน้ำ เป็นต้น ซึ่งในการจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทจะมีบริบทสภาพแวดล้อม การใช้องค์ความรู้และรูปแบบที่แตกต่างกัน จึงควรมีการนำองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการจัดการมาผสานสอดคล้องกันเพื่อพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวและในแต่ละพื้นที่

2.2 ควรมีการจัดทำคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งแบบที่ดำเนินการโดยองค์กรหรือชุมชน และจัดทำแบบประเมินผลกระทบเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ ยั่งยืน และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

2.3 ควรวิจัยเพื่อหาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างสร้างสรรค์ โดยการใช้กีฬาประเภทต่างๆ ที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ เช่น มวยไทย ในฐานะสื่อด้านวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะและวัฒนธรรมของไทย ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายฐานไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาชาวต่างประเทศ

2.4 ควรมีการศึกษาต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ โดยศึกษาวิธีการและรูปแบบการจัดการเพื่อสร้างเป็นแนวทางในการจัดทำองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.5 ควรมีการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบ บริบท สภาพแวดล้อมปัจจัยภายใน ภายนอก ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการที่แตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจะสามารถพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เข้มแข็งต่อไปได้

รายการอ้างอิง

- Alkhafaji, A. F. (2003). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control in a Dynamic Environment*. . New York Haworth Press.
- Anholt Simon. (2009). Place Branding and Public Diplomacy. *The Quarterly Journal*.
- Best and Kahn. (2006). *Research in Education*. Boston: Pearson Education.
- Blain C., Levy S. E., & Ritchie J. R. B. (2005). Destination Branding: Insights and practice from destination management organizations. *Journal of Travel Research* 43(4).
- Brown, W. B., & Moberg, D. J. (1980). *Organization Theory and Management : A Macro Approach*. . New York John Wiley and Sons.
- Buhalis. (2000). *Marketing the competitive destination of the future* (Vol. 21).
- Coltman, M. M. (2010). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Coulter, M. K. (2010). *Strategic management in action*. Boston: Prentice Hall.
- Dickman. (1996). *Tourism : An Introductory text*. Sydney: Hodder Education.
- Eisner, E. (1976). Education Connoisseurship and Criticism : Their Form and Functions in Educational Evaluation. *Journal of Aesthetic Education*.
- Embok. (2007). *Event Management body of Knowledge*. Washington: Embok.
- Fourie, J., Siebrits, K., & Spronk, K. (2011). *Tourist displacement in two South African sport mega-events* (J. W. a. Sons Ed.). New Jersey: Development Southern Africa.
- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sports and Tourism : A Conceptual Framework. *Journal of Tourism*, 8(1), 21-26.
- Gee, C. Y., Makens, J. C., & Choy, D. J. L. (1997). *The travel industry* (3 ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York Cognizant Communication Corp.
- Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism, 15 160-170 (2012).
- Gibson, J. H., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small scale event sport tourism: Fan as tourists. *Tourism Management*(24), 181-190.

- Goeldner, C., & Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies*. New Jersey John Wiley and Sons.
- Goldblatt, J. (1997). *Special Events : Best Practices in Modern Event Management*. New York Van Nostrand Reinhold.
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London: Belhaven Press.
- Hemphill, J. K., & Westie, C. M. (1950). The Measurement of Group Dimensions *Journal of Psychology* 29, 325-342.
- Hinch, T., & Higham, J. (2001). Sport tourism A Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-58.
- Hinch, T., & Higham, J. (2003). *Sport tourism development*. Sydney: Channel View. Publication.
- Hinch, T., & Higham, J. (2004). *Sport Tourism Development*. NSW: Channel View Publication.
- Hinch, T., & Higham, J. (2005). *Sport, tourism and authenticity* (Vol. 3): European Sport Management Quarterly.
- Hussain Kashif. et al. (2015). *Sustainable tourism and resulting resident satisfaction at Jammu and Kashmir* (Vol. 5). India: Worldwide Hospitality and Tourism Themes.
- James Higham. (2005). *Sport Tourism destinations*: Elsevier Inc Publishing.
- Jerome, C. G. (1994). Introduction to the futures research methodology series. *AC/UNU Millennium Project*.
- Kavartxis. (2004). *From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands: Place Branding*
- Keeves, P. J. (1988). *Model and Model Building. Educational Research Methodology and Measurement*. Oxford Pergamon Press.
- Kurtzman, & Zauhar. (1997). Wave in Time. *Journal of Sport Tourism* 4(2), 5-20.
- Maier J., & Weber, W. (1993). *Sport tourism in local and regional planning* (Vol. 2): Tourism Recreation Research.

- Mallen, C., & Lorne J Adams. (2008). *Sport, Recreation and Tourism Event Management Theoretical and Practical Dimensions*: Elsevier Inc Publishing.
- McIntosh, Robert W., & Charles R. Goeldner. (1984). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. Columbus, OH: Grid Publishing.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. . (2002). ***Tourism: Principles, practices, philosophies***. New York: John Wiley & Sons.
- Mike Weed. (2008). *Sport and Tourism : A Reader*. New York Routledge.
- Morgan, N., Pritchard, A Pride, R. . (2010). *Destination Branding : creating the unique destination branding proposition*. . Oxford UK.
- O'Toole, W., & Mikoliatis, P. (2002). *Corporate Event Project Management*. New York Wiley.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, , & L.L. Berry. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Perce A. John , Robinson , & Jr., R. B. (2009). *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Peter, Tomas J, & Robert H. Waterman. (1982). *In Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. New York: Harper & Row Publishers. .
- Shonk, D. J. (2006). *Perceptions of service quality, Satisfaction and the intent to return among tourists attending a sporting event*. (The Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School), Ohio State University. , Ohio State University. .
- Stanley C. Abraham. (2006). *Strategic Planning : A Practical Guide for a Competitive Success*: Emerald Group Publishing.
- Stephen D. Ross. (2001). *Developing Sports Tourism. National Laboratory for Tourism and Ecommerce*: University of Illinois.
- Stipanovic, C., & Elena Rudan. (2014). *Development concept and strategy for creative tourism of the Kvarner destination*. Paper presented at the Tourism and Hospitality Industry 2014.
- Tassiopoulos D. (2005). *Event management : A Professional and Developmental approach*. Landsdown: Juta.

- Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn. (2011). The Problem and Threat In The Management of Tourism Sustainable In Phuket. *International Journal of Management and Information System – Second Quarter 2011* 15(2).
- Turco, D. M., Riley. R., & Swart K. R. (2002). *Sport Tourism. Morgantown : Fitness information Technology.*
- Wanjiru, E. (2006). *Branding African countries: A prospect for the future: Place Branding.*
- Weed, M. (2008). *Olympic tourism.* Oxford: Elsevier.
- Weed M, & Bull. (2004). *Sports Tourism : Participant, policy and provider.* Oxford: Elsevier Butterworth-Hinemann.
- Wehrich, H., & Koontz, H. (1993). *Management: A Global Perspective.* New Delhi: Mcgraw-Hill College.
- Wheelen T. L, & Hunger J. D. (2006). *Cases in strategic management.* N.J: Prentice Hall.
- Wheelen T. L, & Hunger J. D. (2012). *Concepts in strategic management and business policy.* NJ: Pearson.
- Yu. (2010). Factors that influence international fan's intension to travel to the United State for sport tourism. *Journal of Sports and Tourism*, 15, 111-137.
- Yulan Y. Yuan. (2013). Adding environmental sustainability to the management of event tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality* 7(2), 175-183.
- กรณีศึกษา วรพันธ์, & จินณพัช ปทุมพร. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. Paper presented at the การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน นครราชสีมา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554a, 25 สิงหาคม 2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554b). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2559. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559, 23 มกราคม 2560). กยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. . Retrieved from http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). รายงานวิจัยการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
 นิเวศทางทะเลส่วนที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
 ในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. . Retrieved from
<http://www.thailandtourismcouncil.org>
- กุลชลี จงเจริญ. (2554). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อนโยบายและแผนการศึกษา.
 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กุลธิดา ภูขัง. (2558). กลยุทธ์การจัดการเครือข่ายศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วน
 ท้องถิ่น. (คุษภูนิพนธ์ปรัชญาคุษภูนิพนธ์จิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร., มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กุลพิชญ์ โภโคยอุดม. (2557). The Emergence of Sport Event Tourism in Buriram. วารสาร
 วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 15(3).
- เกริกยศ ชลาชนเดชะ, & ชูชัย ศรชานี. (2549). การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติในการวางแผนกลยุทธ์
 และการพัฒนาคุณภาพบริการของโรงพยาบาล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โกมล วงศ์อนันต์, & อภิชา ประกอบเส็ง. (2555). SWOT Analysis. Retrieved from
<http://promruca-dba04.blogspot.com/2012/10/swot-analysis-swot-swot-humphrey-swot-2.html>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ.
 Retrieved from <http://www.atta.or.th/wp-content/uploads/v1.pdf>
- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. (2548). รายงานสิ้นสุด
 โครงการระยะที่ 1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในเขตภาคกลางตอนล่าง. เพชรบุรี:
 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คมสัน สุริยะ, & กุสุมาลย์ วรงค์สุรัตน์. (2548). อุตสาหกรรมสนามกอล์ฟในจังหวัดเชียงใหม่.
 เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2530). เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR. วารสารวิจัยการศึกษา 10(5).
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2559). การวิจัยเชิงอนาคต(*Futures Research*). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวัฒน์ สุรวิชัย. (2559). การวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อความเข้าใจ และการเดินต่อที่ถูกต้องทาง.
 Retrieved from <https://siamrath.co.th/n/6692>
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณิชชา เบญจพรวัฒนา. (2558). แนวโน้มการวิจัยเชิงอนาคตในประเทศไทย. วารสารครุศาสตร์
 ปรีทรทัศน์ฯ, 2(2).

- दनัย เรียบสกุล. (2559, 21-22 กรกฎาคม 2559). ขั้นตอนการสร้างงานอีเวนท์: กรณีศึกษา
นิทรรศการอาภรณ์ 1 และ 3. การประชุมวิชาการระดับชาติ. Paper presented at the
นเรศวรวิจัย, ณ อาคารเอกาทศรถ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ดำรง วัฒนา. (2545). คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทพร วนิชอุทธา. (2550). การจัดการความรู้ในชุมชน : กรณีศึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศโดยชุมชนมีส่วนร่วม จังหวัดสมุทรสงคราม. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต),
มหาวิทยาลัยศิลปากร, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรศานต์ สหัสสพาศน์. (2559). การท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา : ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.,
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2559). การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรินทร์ หลิมไพโรจน์. (2554). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดนครราชสีมา.
(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต); มหาวิทยาลัยขอนแก่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นริศรา สนเยี่ยม. (2552). โครงสร้างและพฤติกรรมการแข่งขันของธุรกิจการให้บริการบริหารจัดการอี
เวนท์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์,
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การพัฒนาการวิจัยโดยใช้รูปแบบ. Retrieved from
www.watpon.com/boonchom/08.doc
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- ประพิณวดี ศิริศุภลักษณ์ (2557). กลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสีเขียว เชิงพื้นที่ของ
เกาะสมุยภายใต้พลวัตของโลก. (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.).
- ประยงค์ เนาวบุตร. (2557). การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา. เอกสารการสอนชุด
วิชานโยบาย การวางแผน และการพัฒนาคุณภาพการศึกษา. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไพว์ แอนด์ ไพว์
พริ้นติ้ง.
- ปรีนธ์ ชินโชติ, & และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ
สวนผึ้ง. *Veridian E-Journal, SU* 9(1).

- ปรีณัฐ ชิมโชติ, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). เส้นทางสู่ความสำเร็จ พาร์มแกะในตำนาน ซีนเนอร์รี่ วินเทจ พาร์ม กรณีศึกษาผู้ประกอบการสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal* 9(1), 981-993.
- พรพิมล ศรีธเรศ. (2551). ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการพิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ในประเทศไทย. (วิทยาศาสตร์ปริญญามหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัคตร์พวง วัฒนสินธุ์, & พสุ เตชะรินทร์. (2542). การจัดการกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2558). การให้ความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวแบบดาร์กทัวร์ริซึม พื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University* 8(2), 571-592.
- รังสรรค์ อินทน์จันทน์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าการถ่ายโอนภารกิจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณี องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในจังหวัดนครปฐม. (ดุขนิพนธ์ปริญญาดุขนิพนธ์บัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2552). การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ คำสมัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. . กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. (2554). แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรารณณ์ ฉัตรชาติชาติ. (2556). กิจกรรมพิเศษเพื่อการสื่อสารแบรนด์ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วาริชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. (ดุขนิพนธ์ปริญญาดุขนิพนธ์บัณฑิต), มหาวิทยาลัยแม่โจ้., มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วาโร เฟิงส์สวัสดิ์. (2553). การวิจัยพัฒนารูปแบบ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2(4).
- วีระพล ทองมา, & ประเจต อำนาจ. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. . เชียงใหม่: รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา, & นวนจันทร์ ทองมา. (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2547). *Brand Management*. กรุงเทพมหานคร: Higher Press.
- ศลิษา ธีรานนท์, & เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาภายหลังวิกฤติการณ์ทางการเมือง พ.ศ. 2556-2557. วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ, 7(13), 38-55.
- ศุภณัฐ ชูศิลป์ทอง. (2557). ความต้องการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแฟนคลับฟุตบอลลีกอาชีพของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไศรยา หอมชื่น, & ฐานิช ลิ้มตระกูล. (2555). Tourism and Sport event. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. *eTAT tourism journal*, 2.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). ศตวรรษที่ 21 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. . จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สัจจา ไกรสรรัตน์. (2560). การศึกษาเพิ่มเพิ่มคุณค่าและศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก. Retrieved from
- สัจจา ไกรสรรัตน์, & ทศนีย์ นาคเสนีย์. (2560). การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาชุมชนจอมบึง จังหวัดราชบุรี. Retrieved from
- สัจจา ไกรสรรัตน์, & วรลักษณ์ สุขเมธ. (2560). กระบวนการสร้างตราสินค้าให้กับตลาดชุมชนโบราณลุ่มน้ำสุพรรณบุรีในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว. . วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์ 19(2).
- สำนักงานค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2560). Retrieved from <http://www.dtn.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. Retrieved from www.nesdb.go.th
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว (Tourism Economic Review). 6, 68-70.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). วาระพัฒนาที่ 1 : การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว. . Retrieved from www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/.../063.pdf
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (2560-2579). Retrieved from <http://www.nesdb.go.th>.

- สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม. (2557). การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2557. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า. (2557). ธุรกิจบริการรับจัดงาน (Event Management). Retrieved from www.ditp.go.th/contents_attach/83468/83468.pdf
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง. (2557). การพัฒนาด่านศุลกากรชายแดนภาคตะวันตก เชื่อมโยงกับประเทศเมียนมาร์เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. . Retrieved from <https://www.slideshare.net/.../profile-of-western-border-checkpoints>.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Startup Thailand 4.0. วารสารสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี “ไทยคู่ฟ้า” 22-26.
- สิริกานต์ ผ่องประเสริฐ. (2550). ความต้องการส่วนผสมทางการตลาดของผู้ชมฟุตบอลไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่:แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559a). Thailand 4.0 : สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยสู่โลก. Retrieved from www.const.oja.go.th/Utilities/Thailand40
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559b). แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0. Retrieved from <http://www.thairath.co.th/content/613903>
- เสริมยศ ธรรมรักษ์, & ธีรฉัตร ฉางชูโต. (2549). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ *Integrated Marketing Communications*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ห้าวหาญ ทวีแสง. (2555). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ศูนย์กลางเศรษฐกิจ นคร เทศบาลนครยะลา. . (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์., บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อรัศธรรม พรหมมะ และคณะ. (2548). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬา และการออกกำลังกาย. . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม. . (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยบูรพา., มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุทัยรัตน์ ณ นคร และคณะ. (2558). การวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดตราด. Retrieved from



รายการอ้างอิง





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
รายนามผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกและให้ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR
รายนามผู้เข้าร่วมประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. นายศานติ อรรถวรธรณ | ท้องถิ่นและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี |
| 2. นางสาวแสงจันทร์ แก้วประทุมรัมย์ | ท้องถิ่นและกีฬาจังหวัดราชบุรี |
| 3. อาจารย์ ดร.กนกวรรณ แสนเมือง | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 4. ผศ.ดร.สัจจา ไกรศรีรัตน์ | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 5. อาจารย์ ดร.สุนทรตรี นิมเนติพันธ์ | อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR

ภาครัฐ

1. พลเอกจิระ โกมุทพงศ์ โฆษกคณะกรรมการธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรม และจริยธรรม
2. ดร.ธีรศักดิ์ สหัสสพาศน์ อดีตคณะทำงานรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา
3. นางจรรยาวัชร์ สาธิตกิจ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี
4. ดร.กิตติพงษ์ โพธิมุ อดีตอธิบดีกรมพลศึกษา และ ผู้ทรงคุณวุฒิ สสส.

ผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ภาคเอกชน)

1. ดร.ปิลันท์ ชินโชติ ประธานชมรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสวนผึ้ง
2. นางสาวพรรณษร ปฐมภินันท์ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ชมรมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอ สวนผึ้ง
3. นายอดิชาติ ชื่นสุวรรณ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท มูฟเอเชีย จำกัด
4. นางสุดา ทวีกาญจน์ นายกสมาคมกีฬาจักรยานราชบุรี

ผู้จัดการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (ภาครัฐ)

1. ดร.อาคม เจริญสุข ผู้รับผิดชอบโครงการ จอมบึงมาราธอน
2. ผศ.ดร.ชัชวาล แอร์มหล้า ผู้รับผิดชอบโครงการ จอมบึงมาราธอน
3. ดร.ทัศนีย์ นาคเสนีย์ ผู้รับผิดชอบโครงการ วิ่งอมยิ้ม
4. ผศ.แหล่ม บุญลุ่ม ผู้รับผิดชอบโครงการปั่นจักรยานใจเกิน 100

ภาคประชาชน/ชุมชน

1. นายชาญชัย ไร่รุ่งเรือง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลจอมบึง
2. นางสาวอมรพิมล พิทักษ์ ผู้ประกอบกิจการเพื่อสังคม

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการกีฬา

1. อ.ณรงค์ เทียมเมฆ ผู้ทรงคุณวุฒิแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย สสส.
2. ผศ.จิรศักดิ์ เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์ ที่ปรึกษา โครงการ เขาประทับช้างเทรล 2017

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1. ผศ.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
2. ดร.เสรี เพิ่มชาติ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

รายนามผู้เข้าร่วมประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา

1. นายณรงค์ เทียมเมฆ ผู้ทรงคุณวุฒิแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย สสส.
2. นายฐิติ ยะกุล ประธานคณะทำงานพัฒนาแนวทางและมาตรฐานการจัดงานวิ่ง ไทย
3. นายชาญชัย ไร่รุ่งเรือง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลจอมบึง
4. นางสาวทิชากร แฉล้มนนุช ข้าราชการประจำสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี
5. ดร.เสวี เพิ่มชาติ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
6. ผศ.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
7. นางปัญจรัตน์ สุทนต์ดำรง กรรมการผู้จัดการบริษัทหนึ่ง คอนเน็ค จำกัด
8. ดร.อาคม เจริญสุข ผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมการแข่งขันจอมบึงมาราธอน
9. ผศ.ดร.ชัชวาล แอร่มหล้า ผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมการแข่งขันจอมบึงมาราธอน
10. ดร.ทัศนีย์ นาคเสนีย์ ผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมการแข่งขันวิ่งอมยิ้ม
11. ผศ.แชลล์ม บัญลุ่ม ผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมการแข่งขันปั่นจักรยานใจเกิน 100
12. ผศ.จิรศักดิ์ เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์ ที่ปรึกษากิจกรรมการแข่งขันเขาประทับช้างเทรล
13. นางสาวอรจิรา เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์ คณะทำงานกิจกรรมการแข่งขันเขาประทับช้างเทรล
14. อ.วัฒนพงศ์ อ่อนนุ่ม คณะทำงานฝ่ายเทคนิคการแข่งขันจอมบึงมาราธอน
15. อ.สารัช ดีงาม คณะทำงานฝ่ายเทคนิคการแข่งขันจอมบึงมาราธอน
16. ดร.บุรินทร์ นรินทร์ คณะฝ่ายทะเบียนนักกีฬาและผลการแข่งขันจอมบึงมาราธอน
17. นายวัฒนา อ่วมเนตร คณะทำงานฝ่ายประชาสัมพันธ์การแข่งขันจอมบึงมาราธอน
18. นางสาวปาริฉัตร วิมลชาติ คณะทำงานกิจกรรมการแข่งขันวิ่งอมยิ้ม
19. ดร.กนกวรรณ แสนเมือง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว
20. นางสาวสิริพร นันยา นักกีฬาวิ่งและจักรยานท้องถิ่น





ที่ สร 6806 (๑๕) / ๒๕๖๔

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

13 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน นายสามดี อรรธวรรัตน

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาลัย
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพชยส ไพทยสิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806 (พร.) ๒๙๖๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

13 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจภาพเครื่องมือนิวอี้

เรียน นางสาวแสงจันทร์ แก้วประทุมรัมย์

ด้วย นางสาวประภัศร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชา
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ฐานนิยมและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือนิวอี้ให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพชิต ไพทยสิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (ษจ) / ๒๙๕3

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

13 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ศุภมรดี บัณฑิตพันธ์

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศบ 680(ค)/๒๙๔๑
๘๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

13 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.กนกวรรณ แสนเมือง

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชา
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยสุ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

วิทยาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (ทศ)/๕๙๕๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

13 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขออนุญาตเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัจจา ไกรสรรัตน์

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชา
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ ลักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพชยส ไพวิทยสิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218796

ที่ สร 6806 (สร) / พิ ๒๕๕



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

20 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว S7604907 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก " มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากท่าน เพื่อประกอบการทำ
วิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน เพื่อขอความร่วมมือในการ
เก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยสิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (นค) / ๗๕๕๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

10 เมษายน 2561

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน

ด้วย นางสาวประภัสสร มีน้อย รหัสประจำตัว 57604907 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก" มีความประสงค์ ขอเชิญ ท่าน เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ในวันที่ 20 เมษายน
2561 ณ ห้องประชุมกาสะลอง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เวลา 13.30 น. เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์
ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธีรยุทธ สุวรรณกุลสง)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายศิลปะและการออกแบบ

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790





แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัยฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการดุขภู
บัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์และความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ของภูมิภาคตะวันตก แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล
ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....
ผู้ให้ข้อมูลชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....
สถานที่ทำงานที่สังกัด.....

ตอนที่ 2 สภาพการณ์และความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

1. สภาพการณ์ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอย่างไร
 - 1) ด้านงานบริหารจัดการ
 - 2) ด้านงานวางแผน
 - 3) ด้านการตลาด
 - 4) ด้านการปฏิบัติการ
 - 5) ด้านการจัดการความเสี่ยง
2. ปัญหาและผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีอะไรบ้าง อย่างไร
3. ท่านมีความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในด้านใดบ้างอย่างไร
4. ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกอะไรบ้างที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
5. ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย (EDFR รอบที่ 1)

เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ในการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 รอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน นำไปกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก คำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล และ ตอนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้ข้อมูลชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงานที่สังกัด.....

ตอนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1. ขอรบกวนความหมายและบริบทของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
3. ท่านคิดว่าภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรมีบทบาทอย่างไรในการผลักดันให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่พื้นที่ได้
4. ท่านคิดว่าแนวทางในการเพิ่มศักยภาพให้กับภูมิภาคตะวันตกในการเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีอะไรบ้าง และใครควรเป็นผู้รับผิดชอบในส่วนใด
5. ท่านคิดว่าทิศทางในอนาคตของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกจะเป็นอย่างไร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการวางแผนเพื่อปรับตัวอย่างไรบ้าง
6. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม



แบบสอบถาม (EDFR รอบที่ 2)

เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ในการรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 รอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน นำไปกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความคิดเห็นจำนวน 2 รอบ รอบที่ 2 นี้เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับและคำถามปลายเปิด ซึ่งท่านผู้เชี่ยวชาญสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยอิสระว่าเห็นด้วยกับข้อความที่ระบุในแบบสอบถามนี้ในระดับใด แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	เห็นด้วยกับข้อความนั้นมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยกับข้อความนั้น
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจกับข้อความนั้น
2	หมายถึง	ไม่ค่อยเห็นด้วยกับข้อความนั้น
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น

ส่วนคำถามปลายเปิดนั้น ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญกรุณาระบุความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อคำตอบที่ชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์หาค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อแสดงให้เห็นว่าคำตอบของท่านกับคำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด ดังนั้นผู้วิจัย จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามรอบที่ 2 นี้ ภายในระยะเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อที่ผู้วิจัยจะได้นำคำตอบอันมีประโยชน์และคุณค่านี้ไปดำเนินการตามวิธีวิจัยและแจ้งผลกลับคืนมาให้ท่านทราบในแบบสอบถามรอบที่ 3 ต่อไป ทั้งนี้ความคิดเห็นของท่านและผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นๆ ผู้วิจัยจะไม่นำมาเปิดเผยเป็นรายบุคคล แต่จะนำเสนอเป็นข้อสรุปแสดงเป็นภาพรวมของความคิดเห็น เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุผลตามเป้าหมาย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

คำชี้แจง โปรดพิจารณาและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญ

1. สังกัดหน่วยงาน

- () ภาครัฐ () ภาคเอกชน
() รัฐวิสาหกิจ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ประสบการณ์ในการทำงาน

- () 0-5 ปี () 6-10 ปี
() 10-15 ปี () 16-20 ปี
() 20 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของร่างกลยุทธ์

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของวิสัยทัศน์และพันธกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
วิสัยทัศน์					
ภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0					
พันธกิจ					
1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น					
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน					
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน					

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของวิสัยทัศน์และพันธกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 1

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก					
เป้าประสงค์					
1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่					
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์					
3. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ					
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ					

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลใน วงกว้าง					
แนวทางการดำเนินการ					
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากรผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ					
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะสามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้					
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ					
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ สื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย					
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ
ของกลยุทธ์ที่ 2

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 2 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่ การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบน ฐานอัตลักษณ์ของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้มี ส่วนเกี่ยวข้อง					
เป้าประสงค์					
1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการ ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้					
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่าง เหมาะสม					
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดต่างๆ ที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา					
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มี คุณภาพ					
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือบุคคลต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาเพื่อรองรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้					
แนวทางการดำเนินการ					
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติเชิงบวก และเพิ่มแรงจูงใจให้ชุมชน เห็นศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง					

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 2 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม					
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีให้เหมาะสม เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค					
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษา สำรวจ เก็บข้อมูล พัฒนา รูปแบบและสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ					
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบความสำเร็จให้เป็นต้นแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็นแนวทางในการขยายผลความสำเร็จต่อไป					
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น ผ่านแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับวิถีชีวิตในชุมชนได้					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 3

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 3 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 3 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์					
1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่างๆ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม)					
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก					
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา					
4. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้					
แนวทางการดำเนินการ					
1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทุกองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผลต่อการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว					
2. จัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชาหรือข่ายองค์ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความสะดวกในการประสานงาน					
3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และประเมินผลกระทบภายหลังการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อนข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ					
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ
ของกลยุทธ์ที่ 4

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 4 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาของภูมิภาคตะวันตก					
เป้าประสงค์					
1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้าง ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬา					
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก					
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา					
4. ส่งเสริมให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา					
แนวทางการดำเนินการ					
1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก					
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของแต่ละจังหวัด ซึ่งมาจากทุก ภาคส่วนเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนนโยบายการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา					

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 4 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ในภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่					
4. ถ่ายทอดนโยบาย และประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 7 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างกลยุทธ์ เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการของกลยุทธ์ที่ 5

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 5 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคมนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0					
เป้าประสงค์					
1. พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีสามารถสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ					
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ในอนาคต					
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถปรับตัวเท่าทันกับการ					

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่ 5 เป้าประสงค์ และแนวทางการดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาท และพฤติกรรมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว					
แนวทางการดำเนินการ					
1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล					
2. สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์และผู้จัดการรายใหม่ ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคนิคในการทำงาน การสาธิต และถอดบทเรียน					
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อพัฒนากลยุทธ์และแนวทางใน การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาร่วมกัน					

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม (โปรดระบุ)

.....

.....



แบบสอบถาม (EDFR รอบที่ 3)

เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

คำชี้แจง

การตอบแบบสอบถามรอบที่ 3 นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้ตอบได้ทราบความคิดเห็นของกลุ่ม และทบทวนคำตอบของท่าน จากการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 โดยผู้วิจัยได้นำระดับของคะแนน มาคำนวณหาค่า มัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อแสดงความสอดคล้องของแต่ละข้อความ ที่ตอบพร้อมทั้งระบุคะแนนการตอบของท่านในรอบที่ 2 ไว้ด้วย ดังเครื่องหมายที่แสดงต่อไปนี้

- ค่ามัธยฐาน (แสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบทั้งหมด) ใช้สัญลักษณ์ M
- คะแนนการตอบของท่านในรอบที่ผ่านมา ใช้สัญลักษณ์ ★

เมื่อท่านได้ทบทวนคำตอบแล้ว ท่านอาจยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบใหม่ โดยการเขียน ○ ล้อมรอบตัวเลขตามระดับคะแนนที่เลือกใหม่ เมื่อสรุปผลคำตอบของแต่ละข้อในครั้ง นี้แล้ว กรุณาให้เหตุผลเพิ่มเติมด้วย โดยระดับคะแนนที่ใช้มีความหมายดังนี้

- | | | |
|---|---------|---------------------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยกับข้อความนั้นมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยกับข้อความนั้น |
| 3 | หมายถึง | ไม่แน่ใจกับข้อความนั้น |
| 2 | หมายถึง | ไม่ค่อยเห็นด้วยกับข้อความนั้น |
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้น |

อย่างไรก็ตาม ผลสรุปของแบบสอบถามในรอบที่ 3 นี้ ผู้วิจัยทำสำเร็จได้ก็ด้วยเพราะได้รับความอนุเคราะห์จากทุกท่าน จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาครั้งนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีคุณค่าและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคตได้อย่างแท้จริง

นางสาวประภัสสร มีน้อย

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตัวอย่างการตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก		M				
		★				
	5	④	3	2	1	
คำอธิบายในข้อนี้ คือ ประเด็นกลยุทธ์นี้มีค่ามัธยฐาน = 4.00 ค่าตอบเดิมของท่านอยู่ที่ระดับคะแนน 4 หาก ท่านยืนยันคำตอบเดิม ซึ่งเหมือนคะแนนของกลุ่มไม่ต้องเขียนเหตุผล						

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก		M				
		★				
	⑤	4	3	2	1	
คำอธิบายในข้อนี้ คือ ประเด็นกลยุทธ์นี้มีค่ามัธยฐาน = 4.00 ค่าตอบเดิมของท่านอยู่ที่ระดับคะแนน 4 แต่ ท่านต้องการเปลี่ยนแปลงคำตอบจากระดับคะแนน 4 ไปที่ ระดับคะแนน 5 โปรดให้เหตุผลในการเปลี่ยนแปลงคำตอบ						

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตก		M				
	★					
	⑤	4	3	2	1	
คำอธิบายในข้อนี้ คือ ประเด็นกลยุทธ์นี้มีค่ามัธยฐาน = 4.00 ค่าตอบเดิมของท่านอยู่ที่ระดับคะแนน 5 ท่าน ยืนยันคำตอบที่ระดับคะแนน 5 จะให้เหตุผลของการยืนยันคำตอบเดิมหรือไม่ก็ได้						

คำชี้แจง : กรุณา ล้อมรอบตัวเลขตามระดับคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และให้เหตุผลเพิ่มเติมในกรณีเปลี่ยนแปลงคำตอบ รายการสมรรถนะทุกข้อจะระบุค่ามัธยฐาน (แสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบทั้งหมด) ใช้สัญลักษณ์ M และคะแนนการตอบของท่านในรอบที่ผ่านมาใช้สัญลักษณ์ ★)

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ของ วิสัยทัศน์และพันธกิจ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
วิสัยทัศน์ ภูมิภาคตะวันตก เป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีศักยภาพ สร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่สังคมประเทศไทย 4.0	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
พันธกิจ 1. พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกให้มีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนท้องถิ่น	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกทั้งด้านบุคลากร โครงสร้างการดำเนินงาน องค์ความรู้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านอื่นๆ ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. ส่งเสริมให้เกิดภาคีเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยว เชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
เป้าประสงค์ 1. พัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. กระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. พัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งระยะสั้นและระยะยาวและผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
5. พัฒนาบุคลากรในชุมชน นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้จัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้กับเครือข่ายเพื่อต่อยอดขยายผลในวงกว้าง	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 1 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
แนวทางการดำเนินการ		M				
1. จัดตั้งกองทุนวิจัยหรือกองทุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสนับสนุนเงินทุนสำหรับการสร้างองค์ความรู้ การศึกษาดูงาน หรือการพัฒนาบุคลากร ผู้เกี่ยวข้องได้เพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการจัดการ	★ 5	4	3	2	1	
2. จัดโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีความรู้ และทักษะ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้	M ★ 5	4	3	2	1	
3. ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะตรงตามความต้องการ	M ★ 5	4	3	2	1	
4. จัดทำสื่อประเภทต่างๆ สื่อสารเชิงสร้างสรรค์ และป้ายสัญลักษณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย	★ 5	M 4	3	2	1	
5. สร้างเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสบการณ์ และผู้จัดหน้าใหม่ มีการถอดบทเรียนความสำเร็จร่วมกัน	M ★ 5	4	3	2	1	

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 2 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาครัฐเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
เป้าประสงค์ 1. ส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
4. พัฒนาศักยภาพให้ชุมชนสามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 2 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
5. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ หรือสร้างบุคคล ต้นแบบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านองค์ ความรู้และประสบการณ์	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
แนวทางการดำเนินการ	M					
1. สร้างความรู้ความเข้าใจ ทักษะคติเชิง บวก และเพิ่มแรงจูงใจให้ชุมชนเห็น ศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ของตนเอง	★					
	5	4	3	2	1	
2. จัดโครงการอบรมและฝึกปฏิบัติให้ ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้า และบริการ ด้วยเทคโนโลยีและ นวัตกรรม	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบ เทคโนโลยีให้เหมาะสม เพื่อสนับสนุน เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง กีฬาของภูมิภาค	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
4. จัดตั้งคณะทำงานลงพื้นที่ชุมชนเพื่อ ศึกษา สํารวจ เก็บข้อมูล พัฒนารูปแบบ และสร้างคู่มือการจัดการท่องเที่ยวเชิง กีฬาโดยชุมชนที่ได้มาตรฐานเป็นที่ ยอมรับ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
5. ยกย่องกิจกรรมหรือบุคคลที่ประสบ ความสำเร็จให้เป็นต้นแบบของการ จัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อเป็น แนวทางในการขยายผลความสำเร็จ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 2 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
ต่อไป						
6. ออกแบบเส้นทางวิ่ง ปั่น เชื่อมโยง กับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้าง เส้นทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็น เอกลักษณ์ตามบริบทของวิถีชีวิตใน ชุมชน	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 3 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุล ระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วน เกี่ยวข้อง	M					
★						
5	4	3	2	1		
เป้าประสงค์ 1. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้ตระหนัก และเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว เชิงกีฬาในมิติต่างๆ	M					
★						
5	4	3	2	1		
2. ศึกษา รวบรวม และพัฒนา ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ภูมิภาคตะวันตก	M					
★						
5	4	3	2	1		
3. ประเมินผลกระทบที่เกิดจากการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา	M					
★						
5	4	3	2	1		

<p>แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 3 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ</p>	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
<p>4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง กีฬาเพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น โดย การออกแบบกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวพำนักได้ ยาวนานขึ้น</p>	<p>M ★ 5</p>	<p>4</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	
<p>แนวทางการดำเนินการ 1. สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่าง ผู้บริหาร ผู้จัด ชุมชน และ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทุก องค์ประกอบมีความเชื่อมโยงกันส่งผล ต่อการสร้างความประทับใจแก่นัก ท่องเที่ยว</p>	<p>M ★ 5</p>	<p>4</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	
<p>2. จัดทำฐานข้อมูลด้านวิชาการ นักวิจัย บุคลากร ภาควิชา ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของ แต่ละพื้นที่ในภูมิภาคตะวันตกเพื่อความ สะดวกในการประสานงาน</p>	<p>M ★ 5</p>	<p>4</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	
<p>3. สร้างเกณฑ์การประเมิน และ ประเมินผลกระทบหลังการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาทุกครั้งเพื่อสะท้อน ข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ทั้งด้านบวก และด้านลบ</p>	<p>M ★ 5</p>	<p>4</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>1</p>	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 3 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
	5	4	3	2	1	
4. ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ สร้างสรรค์ สามารถสร้างประสบการณ์ แปลกใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปตาม ช่วงเวลา เพื่อสร้างความประทับใจแก่นัก ท่องเที่ยวและยังคงเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นได้	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 4 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
	5	4	3	2	1	
กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการ บริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของ ภูมิภาคตะวันตก	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
เป้าประสงค์ 1. สร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความ เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของ การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. วางระบบและกลไกการเชื่อมโยง เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว เชิง กีฬาของภูมิภาคตะวันตก	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคี เครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 4 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
4. ยกกระดับให้พื้นที่ในภูมิภาคตะวันตก เป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทาง ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
แนวทางการดำเนินงาน 1. จัดตั้งศูนย์เครือข่ายความร่วมมือทาง วิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของ แต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็น ผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อน นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบ ของชมรมหรือสมาคม	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ใน ภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้ เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
4. ถ่ายทอดนโยบาย และ ประชาสัมพันธ์เป้าหมายของการเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค ตะวันตกเพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับ ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงสนับสนุน ทรัพยากรให้แก่ผู้จัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเหมาะสมและ ต่อเนื่อง	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 5 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคมนด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้าง กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับ ไทยแลนด์ 4.0	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
เป้าประสงค์ 1. พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มี ความสามารถด้านดิจิทัลและการใช้ เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงกีฬา อันนำไปสู่การสร้างคุณค่าของ กิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
2. พัฒนาทักษะ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ด้านแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในอนาคต	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวและกีฬา สามารถปรับตัวเท่าทันกับการ เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความ พร้อมที่จะปฏิบัติงานตามบทบาทและ ตลาดการท่องเที่ยวของไทยและของโลก	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
แนวทางการดำเนินการ 1. สร้างระบบพี่เลี้ยงเพื่อเตรียมความ พร้อมให้แก่บุคลากรด้านความรู้ความ เข้าใจ และประสบการณ์ ในการ ปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการติดตาม ประเมินผล	M					
	★					
	5	4	3	2	1	

แนวโน้มนำสำหรับความเป็นไปได้ ของกลยุทธ์ที่ 5 เป้าประสงค์ และแนวทางการ ดำเนินการ	ระดับความคิดเห็น					เหตุผล
	M					
2. จัดให้มีคณะทำงานที่เป็นตัวแทนของ แต่ละจังหวัดซึ่งมาจากทุกภาคส่วนเป็น ผู้รับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อน นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบ ของชมรมหรือสมาคม	M					
	★					
	5	4	3	2	1	
3. ส่งเสริมให้พื้นที่ ชุมชนต่างๆ ใน ภูมิภาค นำแนวทาง/รูปแบบการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้ เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	M					
	★					
	5	4	3	2	1	





การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ



นายชาญชัย ไร่รุ่งเรือง
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลจอมบึง
อ.จอมบึง จ.ราชบุรี



ดร.ทัศนีย์ นาคเสนี
นักวิชาการ และนักวิจัย
ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ดร.ปรีนธ์ ชิมโชติ
ประธานชมรมผู้ประกอบการธุรกิจ
การท่องเที่ยวสวนผึ้ง



นายพรภิรมณ์ โหรวชิต
หัวหน้าสวนพฤกษศาสตร์วรรณคดี
บ้านจอมบึง



อาจารย์ณรงค์ เทียมเมฆ
ผู้ทรงคุณวุฒิแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย
สสส.



นางสาวแสงจันทร์ แก้วประทุมรัมย์
ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี



นางจรรยาภักษ์ สาธิตกิจ
ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี



นายศานติ อรรถวรรณ
ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี





ดร.กนกวรรณ แสนเมือง
นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว



ผศ.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ
นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา



ผศ.ดร.สัจจา ไกรศรรัตน์
นักวิชาการ และนักวิจัย
ด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การสัมภาษณ์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
ของภูมิภาคตะวันตก



กิจกรรมการแข่งขันไตรกีฬา
TOA Supershield Rockman Tri
Paradise (ราชบุรี)

กิจกรรมการแข่งขัน TCHA 100



กิจกรรมการแข่งขันเขาประทับช้างเทรล
2017

กิจกรรมการแข่งขัน จอมบึงมาราธอน
2018



กิจกรรมการแข่งขันเขาประทับช้างเทรล
2017



กิจกรรมการแข่งขันวิ่งอมยิ้ม



กิจกรรมการแข่งขัน Thai Angel
Cycling



กิจกรรมการแข่งขันจอมปีงมาราธอน
2018

การสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
เพื่อพิจารณา (ร่าง) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0



ดร.อาคม เจริญสุข
ผู้ดำเนินโครงการ จอมบึงมาราธอน



อาจารย์ณรงค์ เทียมเมฆ
ผู้ทรงคุณวุฒิแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกาย สสส.



ดร.กนกวรรณ แสนเมือง
นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว



ผศ.จिरศักดิ์ เอี่ยมพงษ์ไพฑูรย์
ผู้ดำเนินโครงการ เขาประทับช้างเทรล



ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ
(ร่าง) รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

การประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา
 เพื่อนำเสนอและรับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก
 เพื่อรองรับการสู่ประเทศไทย 4.0
 เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561
 ณ ห้องประชุมกาสะลอง มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง



บรรยากาศการประชุมเพื่อรับรองรูปแบบ
 และกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
 ของภูมิภาคตะวันตก



คุณฐิติ ยะกุล
 ให้ข้อคิดเห็นเรื่องรูปแบบการจัดการ
 ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก



ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบและกลยุทธ์
 การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค
 ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่
 ประเทศไทย 4.0



ผู้วิจัยนำเสนอรูปแบบและกลยุทธ์
 การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค
 ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่
 ประเทศไทย 4.0



ดร.อาคม เจริญสุข
 อ.ณรงค์ เทียมเมฆ และ
 ดร.ปฐนทร์ นรินทร์ ให้ข้อเสนอแนะ
 เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิง
 กีฬาของภูมิภาคตะวันตก

ที่ประชุมมีมติรับรองรูปแบบและกลยุทธ์
 การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค
 ตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่
 ประเทศไทย 4.0



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ประภัสสร มีน้อย
วัน เดือน ปี เกิด	11 มกราคม 2522
สถานที่เกิด	ราชบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2544 สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2554 ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2557 ศึกษาต่อระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	7/46 ถ.แสงชูโต อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70110

