

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย
กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2564



.....
นายวีระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์
ผู้วิจัย

.....
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์ อยู่เพชร,
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.
คณบดี
มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาลัยการจัดการ

.....
ธีรพงษ์ ปิ่นจีเสกกุล,
Ph.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย วิทยานิพนธ์ศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.บุญยิ่ง คงอาษาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ อยู่เพชร ประธานกรรมการสอบ สารนิพนธ์ และ ดร.ธีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือ ด้านสถิติ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ กลุ่มผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน กลุ่มภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน กลุ่มผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน และกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจและเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาเรื่องนี้เพิ่มเติมต่อไปได้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

วิระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

BUSINESS MANAGEMENT OF SPORTS TOURISM IN THAILAND: A CASE STUDY OF
THE ORGANIZER OF THE BANGSAEN MARATHON RUNNING EVENT

วีระศักดิ์ สวัสดิ์จันทร์ 6250264

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนินทร์
อยู่เพชร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสถิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งมาราธอน ผลการศึกษาพบว่า สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีประเด็นสำคัญที่ประกอบด้วย 1) ด้านนโยบายการจัดการกิจกรรม 2) ด้านการวางแผนภาพรวม 3) ด้านงานบริหารจัดการ และ 4) ด้านการตลาด โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจมีองค์ประกอบร่วม ประกอบด้วย 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน 3) สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อธุรกิจ และ 5) ปัจจัยสนับสนุนภายนอก กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันจะต้องเติบโตควบคู่กันไปใน 5 ส่วน อันได้แก่ 1) การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรมสินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน 3) การพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4) การพัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยว และ 5) การพัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำหรับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน ประกอบด้วย 1) นโยบาย 2) รูปแบบการบริหารจัดการ 3) งบประมาณ และ 4) การสนับสนุนองค์ความรู้

คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจ / การท่องเที่ยวเชิงกีฬา / ผู้จัดการแข่งขัน / รายการบางแสนมาราธอน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 ขอบเขตงานวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ทฤษฎีองค์การและการจัดการ	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	22
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกีฬา	32
2.4 แนวคิดกฎระเบียบและมาตรฐานการจัดการแข่งขันวิ่ง	35
2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	57
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผลข้อมูล	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	65
ส่วนที่ 1 สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย	65
ส่วนที่ 2 โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	76
ส่วนที่ 3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการ แข่งขันวิ่งมาราธอน	80
ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขัน วิ่งมาราธอน	84
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
5.1 สรุปผล	87
5.2 อภิปรายผล	93
5.3 ข้อเสนอแนะ	96
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	101
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	102
ประวัติผู้วิจัย	107

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561	2
1.2	แสดงการขยายตัวและชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561	3
	แยกตามภาค	



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 แสดงการขยายตัวและชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561 แยกตามสาขา	2
2.1 การบรรจบของการกีฬาและการท่องเที่ยว	24
2.2 มุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและวัตถุประสงค์ของปัจจัยเจกชน	24
2.3 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา	25



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางทางการค้าทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อเป็นประตูเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ทั้งยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ แอฟริกา ออสเตรเลีย หรือแม้กระทั่งในทวีปเอเชียด้วยกัน ซึ่งนอกจากการเป็นจุดยุทธศาสตร์ในภูมิภาคต่างๆ แล้ว ความมีเสถียรภาพของประเทศไทย ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญ ที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าภาพรวมของสถานะเศรษฐกิจโลกเกิดการถดถอยก็ตาม

จะเห็นได้ว่า จากรายงานสถิติด้านเศรษฐกิจและสังคมของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. ในปี พ.ศ. 2562 จะพบว่าเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังมีมีการขยายตัวร้อยละ 2.4 แต่ทั้งนี้เมื่อเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 4.2 ในปี พ.ศ. 2561 เนื่องจากการชะลอตัวของสถานะเศรษฐกิจทั่วโลก โดยในด้านการใช้จ่าย การบริโภคภาคเอกชน และการลงทุนจากภาคเอกชน ยังคงขยายตัวร้อยละ 4.5 และร้อยละ 2.8 ต่อเนื่องจากการขยายตัวร้อยละ 4.6 และร้อยละ 4.1 ในปี พ.ศ. 2561 ตามลำดับ

ส่วนการใช้จ่ายภาครัฐ และการลงทุนของภาครัฐ ขยายตัวร้อยละ 1.4 และร้อยละ 0.2 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 2.6 และร้อยละ 2.9 ในปี พ.ศ. 2561 ตามลำดับ ขณะที่ภาคการส่งออกสินค้า ซึ่งถือเป็นรายได้หลักที่สำคัญของประเทศไทย ลดลงร้อยละ 3.2 เทียบกับการขยายตัวร้อยละ 7.5 ในปี พ.ศ. 2561 ในขณะที่ การผลิตสาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง สาขาโรงแรม และภัตตาคาร สาขาการขายส่ง การขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ และสาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า ขยายตัวร้อยละ 0.1 ร้อยละ 5.5 ร้อยละ 5.7 และร้อยละ 3.4 ชะลอตัวลงจากการขยายตัวร้อยละ 5.5 ร้อยละ 7.6 ร้อยละ 6.6 และร้อยละ 4.4 ในปี พ.ศ. 2561 ในขณะที่สาขาอุตสาหกรรมลดลงร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับการขยายตัวร้อยละ 3.2 ในปี พ.ศ. 2561

โดยรวมทั้งปี พ.ศ. 2562 ยังคงทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) อยู่ที่ 16,879 พันล้านบาท (543.7 พันล้านดอลลาร์) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่

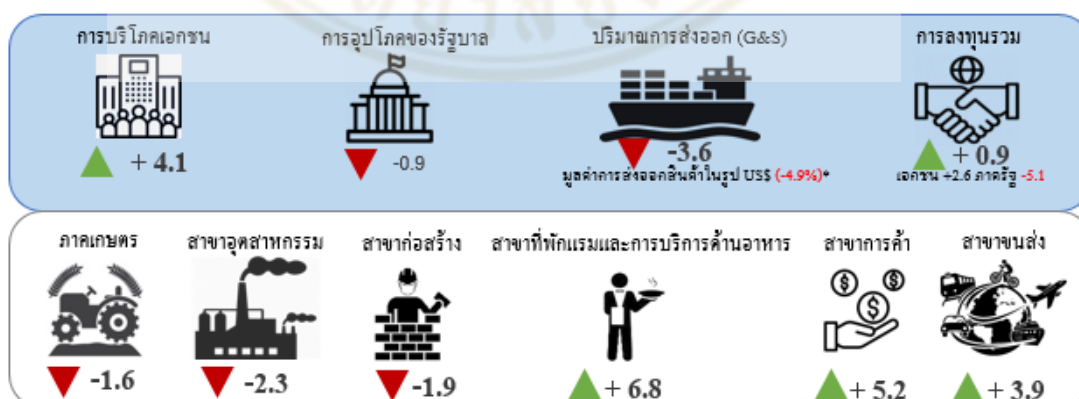
248,257.4 บาทต่อคนต่อปี (7,996.2 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี) เพิ่มขึ้นจาก 241,269.6 บาทต่อคนต่อปี (7,467.1 ดอลลาร์ต่อคนต่อปี) ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งถือได้ว่าเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ยังอยู่ในเกณฑ์ดี อัตราเงินเฟ้อทั่วไปเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.7 และบัญชีเดินสะพัดเกินดุลร้อยละ 6.8 ของจีดีพี

ตาราง 1.1 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561

	GDP Growth (%)									
	2561	2562	2561				2562			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
GDP	4.2	2.4	5.0	4.6	3.2	3.8	2.9	2.4	2.6	1.6
GDP ปรับฤดูกาล			1.7	0.8	-0.1	1.3	0.8	0.4	0.2	0.2

ด้านการใช้จ่าย : ปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวดีต่อเนื่องของการบริโภคภาคเอกชนและการปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน ในขณะที่การใช้จ่ายภาครัฐ การลงทุนภาครัฐและการส่งออกสินค้าปรับตัวลดลง

ด้านการผลิต : การผลิตสาขาที่พักรวมและบริการด้านอาหารและสาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าขยายตัวเร่งขึ้น ส่วนการผลิตสาขาการขนส่ง การขายปลีกและการซ่อมฯ ชะลอตัว ในขณะที่การผลิตสาขาอุตสาหกรรม สาขาเกษตรกรรม สาขาก่อสร้าง และสาขาไฟฟ้า ก๊าซ ฯ ปรับตัวลดลง



ภาพ 1.1 แสดงการขยายตัวและชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561 แยกตามสาขา

ตาราง 1.2 แสดงการขยายตัวและชะลอตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี พ.ศ. 2561

แยกตามภาค

Growth (%)	2561	2562	2561				2562			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ภาคเกษตร	5.5	5.5	8.3	10.4	2.9	1.3	1.7	-1.4	2.7	-1.6
ภาคนอกเกษตร	4.0	2.6	4.7	4.1	3.2	4.1	3.0	2.8	2.5	2.0
-การผลิต	2.7	0.0	3.2	2.7	1.4	3.5	0.7	1.2	-0.1	-1.9
-การบริการ	4.8	4.0	5.6	4.8	4.2	4.5	4.3	3.9	3.9	4.1
GDP	4.2	2.4	5.0	4.6	3.2	3.8	2.9	2.4	2.6	1.6

จากตาราง 1.2 จะเห็นได้ว่าการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP ในปี 2562 ของภาคบริการ แม้จะมีอัตราการชะลอตัวที่ร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ที่เติบโตร้อยละ 4.8

ทั้งนี้ภาคบริการยังคงมีส่วนการเติบโตโดยรวมเป็นอันดับสองรองจากภาคการเกษตร หนึ่งในภาคบริการที่มีความสำคัญและสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่องตลอดทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน คือ ภาคการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่ามี ความสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก โดยรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทย และต่างชาติในปี 2562 มีส่วนแบ่งถึง ร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 39.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย อินเดีย เกาหลีใต้ และลาว ซึ่งประเทศอินเดียเป็น 1 ในประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็น 1.99 ล้านคนหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า (VOA) ในนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในปีที่ผ่านมา

ในมิติของรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2562 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นมูลค่าสูงถึง 1.93 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.05 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายมากที่สุด 5 อันดับแรก ประกอบด้วย สาธารณรัฐประชาชนจีน มาเลเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น และอินเดีย ตามลำดับ

ในส่วนสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2562 ตามรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 166 ล้านคน

ลดลงร้อยละ 0.06 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ซึ่งในจำนวนนี้มีกระจายตัวในการท่องเที่ยวเมืองหลัก และเมืองรองในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน แต่จะพบว่าการท่องเที่ยวในเมืองรองมีส่วนการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.88 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ส่วนในมิติของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยอยู่ที่ 1.08 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.18 หรือคิดเป็นกว่าร้อยละ 45 ของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งหมดกว่า 3.01 ล้านล้านบาท โดยจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพฯ จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 6 ปี พ.ศ. 2560-2564 ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และมีเป้าหมายในการพัฒนาและบูรณาการตามมิติระบบงาน (Function Base) มิติยุทธศาสตร์ (Agenda Base) และมิติพื้นที่ (Area Base) ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560-2564 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม โดยมีแนวทาง คือ พัฒนา ส่งเสริม และสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา และการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและนันทนาการ โดยการส่งเสริมการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยที่มีศักยภาพและมีความสอดคล้องกับแนวโน้มระดับสากล

โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถือเป็นสาขาหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก แม้ตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทยยังไม่ได้มีการพัฒนามากนักอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ แต่แนวโน้มของการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโลกจะทำให้ขยายมาสู่ตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย เพิ่มมากขึ้น เพราะประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโลก มีการประเมินกันไว้ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโลก จะมีมูลค่าสูงถึง 6 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 14 ต่อปี ในกรณีของประเทศไทยนั้น ปี พ.ศ. 2559 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถสร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจได้กว่า 2.1 หมื่นล้านบาท ซึ่งแบ่งเป็นรายได้จากการเล่นกิจกรรมกีฬา 1.8 หมื่นล้านบาท รายได้จากการเข้าชมกิจกรรมกีฬา 2 พันล้านบาท และรายได้จากการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติกว่า 5 ร้อยล้านบาท (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ. 2560-2564)

จากข้อมูลดังกล่าวจะพบว่า รายได้จากการเล่นกิจกรรมกีฬาในมิติของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมกีฬาที่เป็นกระแสนิยม และตลาดยังมีความต้องการสูงอย่างต่อเนื่อง คือ กิจกรรมการแข่งขันวิ่งซึ่งครอบคลุมการวิ่งทั้งระยะกลาง สั้น ยาว ไปจนถึงการวิ่งตามภูมิประเทศ หรือเทรล ทั้งในเมืองหลัก และเมืองรองทั่วทุกภูมิภาค โดยในปี พ.ศ. 2561 มีการจัดการแข่งขันวิ่งมากถึง 1,200 งาน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 งาน ในปี พ.ศ. 2562 (ประชาชาติธุรกิจ, พฤศจิกายน 2562) ซึ่งมีทั้งในรูปแบบที่เป็นงานท้องถิ่น มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน 1,000 คน ค่าสมัครเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 200 บาท หรือที่เป็นงานประจำปี หรืองานวิ่งขนาดใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมได้ถึง 5,000-10,000 คน ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองหลักอย่างกรุงเทพมหานคร ชลบุรี ภูเก็ต ขอนแก่น เชียงใหม่ บุรีรัมย์ และสงขลา ค่าสมัครเฉลี่ยมากกว่า 500-1,000 บาท ซึ่งนอกจากตัวเลขดังกล่าวแล้ว ในการจัดงานวิ่งแต่ละครั้งจะมีผู้สนับสนุน (Sponsor) ผู้จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับกีฬา เสื้อผ้า รองเท้ากีฬาสินค้าเพื่อสุขภาพ ค่าใช้จ่ายการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการใช้จ่ายหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ และตลาดงานวิ่งเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย จะมีมูลค่าสูงถึง 7,000-10,000 ล้านบาทต่อปี

ทั้งนี้ การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในประเทศไทย ที่ได้รับการยอมรับและมีมาตรฐานการจัดการภายใต้สหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ หรือ International Association of Athletics Federations: IAAF จนได้รับมาตรฐานในระดับ Bronze Label คือ การแข่งขันวิ่งบุรีรัมย์มาราธอน จ.บุรีรัมย์ และระดับ Gold Label & Bronze Label คือ การแข่งขันวิ่งบางแสนมาราธอนทั้งในระยะมินิมาราธอน ฮาฟมาราธอน และมาราธอน จ.ชลบุรี ซึ่งรายการดังกล่าวได้สร้างปรากฏการณ์รวมนักวิ่งมาราธอนทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้แก่จังหวัด และประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการค้นคว้าเรื่อง การศึกษาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอนซึ่งเป็นการจัดการที่ได้รับมาตรฐานในระดับสูงสุดของสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติเพียงรายการเดียวในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การประยุกต์ใช้ การกำหนดกลยุทธ์ รวมถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือไม่ อย่างไร

1.2.2 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนเป็นอย่างไร

1.2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนมีอะไรบ้าง อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

1.3.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

1.3.4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อรับทราบแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนให้มีประสิทธิภาพในระดับมาตรฐานนานาชาติ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยภาคเอกชน ผู้ประกอบการจัดการแข่งขัน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวและกีฬาสามารถที่จะนำ เอาแนวทางไปใช้ในการกำหนดนโยบาย และวางแผนด้านการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละกิจกรรม ตลอดจนสามารถนำไปประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันรายการวิ่งมาราธอน รวมถึงรายการแข่งขันในกีฬาประเภทอื่น ๆ เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถนำ เอาองค์ความรู้ด้านการจัดการ โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไปใช้ประกอบการวางแผน จัดการในด้านต่าง ๆ ในองค์กร เช่น การจัดการด้านสถานที่ ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เป็นต้น

1.4.2 ในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักวิจัยที่สนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อการอ้างอิงในการศึกษาในอนาคต รวมถึงสามารถนำไปตีพิมพ์เผยแพร่ในเชิงงานวิชาการระดับนานาชาติเพื่อเป็นความรู้ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

1.5 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในการศึกษาถึง โครงสร้างและรูปแบบ ตลอดจนกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดยเลือกศึกษาจากมุมมองของผู้จัดการการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดยจัดขอบเขตการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรของการศึกษางานวิจัยซึ่งจะกำหนดให้สอดคล้องกับวิธีการวิจัย คือ ประชากรของการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ ได้กำหนดไว้ คือ กลุ่มผู้จัดการงานการแข่งขันงานวิ่งมาราธอน

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาของการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ การศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะศึกษาเรื่อง โครงสร้างและรูปแบบ ตลอดจนกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันกรีฑางานวิ่งมาราธอน รายการ บางแสน มาราธอน

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการครั้งนี้ 9 เดือน ตั้งแต่ เดือน ตุลาคม 2563- มิถุนายน 2564

1.6 นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดหมายเพื่อการออกกำลังกายหรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ทั้งที่ใช้กำลังและไม่ใช้กำลัง ตลอดจนการเดินทางเพื่อ ชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ จนถึงมหกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวสนใจ รวมทั้งการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์กีฬา เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบ่งรูปแบบกิจกรรมออกเป็น 2 ลักษณะ

1. การเดินทางเพื่อเล่นกีฬา (Sports Participation Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬาและ/หรือนันทนาการเพื่อสุขภาพ เช่น การเล่นกอล์ฟ การขี่จักรยานท่องเที่ยว การพายเรือแคนู คายัค การตกปลา การฝึกโยคะ เป็นต้น

2. การเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา (Sports Spectatorial Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่ชื่นชอบที่เป็นทั้งการแข่งขันกีฬาอาชีพหรือสมัครเล่น เช่น การแข่งขันเทนนิส การแข่งขันวอลเลย์บอล มหกรรมกีฬาโอลิมปิก เป็นต้น

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจ หรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จัดการแข่งขันด้านกีฬา หรือกิจกรรมด้านการกีฬา ที่มีรายได้จากการดำเนินกิจการ หรือกิจกรรมด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการจัดการ โครงสร้างและรูปแบบในการดำเนินกิจการทางธุรกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิ่ง สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ มินิมาราธอน ฮาล์ฟมาราธอน และมาราธอน ตามลำดับ อย่างไรก็ตามสำหรับการจัดแข่งขันวิ่งในบ้านเราสามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ฟันรัน (Fun run) หรือที่เรียกกันว่า เดิน-วิ่ง เพื่อการกุศล สำหรับการแข่งขันวิ่งในบ้านเรา คือ การวิ่งระยะทาง 3.5 - 5 กิโลเมตร (2.17 – 3.11 ไมล์) ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่เริ่มต้นออกกำลังกายใหม่ ๆ โดยส่วนใหญ่การวิ่งระยะนี้จะเหมาะเป็นการวิ่งแบบครอบครัวหรือเพื่อนฝูง ทำให้ผู้วิ่งรู้สึกสนุกสนานเพราะระยะทางไม่ไกลเกินไป และมีเพื่อนร่วมเดินวิ่งจำนวนมาก

2. มินิมาราธอน (Mini marathon) สำหรับการแข่งขันวิ่งในบ้านเราจะมีความหมายโดยปริยายว่าเท่ากับ ควอเตอร์มาราธอน (Quarter marathon) หรือ หนึ่งในสี่ของมาราธอน (Marathon) คือ การวิ่งระยะทาง 10.5 กิโลเมตร หรือ 10.55 กิโลเมตร (6.56 ไมล์) เป็นระยะทางที่นักวิ่งเพื่อสุขภาพนิยมกันมาก เพราะระยะทางไม่มากและไม่เหนื่อยจนเกินไป เหมาะสำหรับการออกกำลังกายจริงๆ ผู้จัดงานวิ่งมินิมาราธอนส่วนมาก จะใช้ k แทนหน่วยวัดระยะทางที่ย่อมาจาก Kilometer เช่น การแข่งขันวิ่ง 5k 10k 15k เป็นต้น เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน

3. ฮาล์ฟมาราธอน (Half marathon) คือ การวิ่งระยะทาง 21 กิโลเมตร หรือ 21.0975 กิโลเมตร (13.1 หรือ 13.11 ไมล์) หรืออาจเรียกว่าการแข่งขันวิ่งระยะ 21k หรือ 21.1k ก็ได้ ซึ่งเป็นระยะทางมาตรฐานที่จัดแข่งขันระดับนานาชาติทั่วโลก โดยเป็นอีกระยะทางหนึ่งที่นักวิ่งที่เคยผ่านการวิ่งหลาย ๆ สนามชื่นชอบ และผู้วิ่งควรผ่านการฝึกซ้อมมาพอสมควร เพื่อป้องกันการบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้นในการแข่งขันจริง

4. มาราธอน (Marathon) คือ การวิ่งระยะทาง 42.195 กิโลเมตร (26.2 หรือ 26.219 ไมล์) หรืออาจเรียกว่าการแข่งขันวิ่งระยะ 42k หรือ 42.2k ก็ได้ ซึ่งเป็นระยะทางมาตรฐานที่จัดแข่งขันระดับนานาชาติทั่วโลก สำหรับประเทศไทยมีงานวิ่งเพียง 2 รายการเท่านั้นที่ได้รับการรับรองจากสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ หรือ World Athletics Road Race คือ รายการวิ่ง บางแสน 21 ที่คว้ามาตรฐานระดับ Silver จากกรีฑาโลก ในระยะฮาล์ฟมาราธอน 21 กิโลเมตร ขณะที่บุรีรัมย์มาราธอน เป็นรายการวิ่งระดับ Bronze Label ที่แรกของประเทศไทย ถือว่าเป็นรายการแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองในระยะฟูลมาราธอน 42.195 กิโลเมตร ซึ่งทั้งสองรายการถือได้ว่าเป็นงานวิ่งที่มีคุณภาพสูงระดับโลก เช่น ระบบการจัดการแข่งขัน ความปลอดภัยของนักวิ่ง ระบบการแพทย์ฉุกเฉิน การปิดการจราจร และการตรวจวัดสารกระตุ้น เป็นต้น ซึ่งนักวิ่งระยะนี้ก็จะมีส่วนที่นักวิ่งสมัครเล่น และนักวิ่งอาชีพ หรือนักวิ่งชั้นนำตัวเทพ ๆ ระดับอีลิท (Elite) มาร่วมการแข่งขัน

5. อัลตรามาราธอน (Ultra Marathon) คือ การวิ่งระยะทางมากกว่า 42.195 กิโลเมตร (มากกว่า 26.2 หรือ 26.219 ไมล์) เช่น Suanpruek 99 10 Hour Ultramarathon และ Chiang Mai Ultramarathon (ชื่อเดิม Doi Inthanon Ultramarathon) เป็นต้น สำหรับการแข่งขันวิ่งประเภทนี้โดยทั่วไปนักวิ่งส่วนใหญ่เป็นผู้แข็งแกร่งผ่านสนามวิ่งมาอย่างโชกโชน เพื่อพิสูจน์ความมุ่งมั่นของจิตใจและความท้าทายจิตใจของร่างกายให้ก้าวข้ามผ่านเส้นชัยให้ได้ตามที่ตั้งใจไว้ จึงถือเป็นการทดสอบสมรรถภาพที่ดีของนักวิ่งทั้งมือสมัครเล่นและมืออาชีพ โดยอาจมีการวิ่งเทรล (Trail Running) รวมอยู่กับการแข่งขันอัลตรามาราธอน (Ultramarathon) ก็ได้ ขึ้นอยู่กับการจัดงานแข่งขัน เช่น Ultra-Trail Chiangrai (UTCR), Ultra-Trail Nan (UTN) และ Ultra-Trail Unseen Koh Chang (UTKC) เป็นต้น

ผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน หมายถึง ผู้ดำเนินการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ซึ่งดำเนินการตั้งแต่การวางแผนงาน การจัดทำงบประมาณ สืบหาเส้นทาง การตลาด การรับสมัครผู้เข้าร่วม การเชิญนักกีฬาวิ่งอาชีพ การจัดเตรียมรางวัล การจัดหาผู้สนับสนุน การดำเนินกำหนดระเบียบ กติกา การประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนดำเนินการจัดการแข่งขัน

บางแสนมาราธอน หมายถึง รายการวิ่งมาราธอน ในระยะที่ครอบคลุมทั้ง 10 กิโลเมตร 21 กิโลเมตร และ 42 กิโลเมตร ในชื่อรายการบางแสนมาราธอน บางแสนฮาล์ฟมาราธอน และบางแสนมินิมาราธอน ที่ดำเนินการในพื้นที่ตำบลแสนสุข อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

สหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ หมายถึง องค์กรกรีฑานานาชาติ ที่มีสมาชิกกว่า 212 สมาพันธ์กรีฑาจากนานาชาติเข้าร่วม และเป็นองค์กรกรีฑาที่ออกมาตรฐานรับรองการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในแต่ละประเทศ รวมถึงรับรองมาตรฐานในระดับเดียวกับรายการแข่งขันมาราธอนในระดับนานาชาติ

มาตรฐานการจัดการแข่งขัน หมายถึง มาตรฐานการจัดการแข่งขัน ซึ่งมีการรับรอง
โดยสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ โดยแบ่งเป็นระดับทอง เงิน และทองแดง ตามลำดับ รวมถึง
มาตรฐานรับรองการจัดการแข่งขันในระดับสากลโดยทั่วไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งราชการบางแสนมาราธอน ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ และ ทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาในการ ศึกษาวิจัย เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด (Conceptual) และแนวทางในการดำเนินการ วิจัย (Research Methodology) ดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีองค์การและการจัดการ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกีฬา
- 2.4 แนวคิดกฎระเบียบและมาตรฐานการจัดการแข่งขันวิ่ง
- 2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีองค์การและการจัดการ (Organization Theory & Management)

ทฤษฎีองค์การ หมายถึง กรอบความคิดเชิงทฤษฎีที่พรรณนาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์การที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และรวมถึงความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อม ภายนอก ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะว่าเราควรจะทำอย่างไรจึงจะทำให้องค์การปรับตัวเข้ากับ สภาพแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถทำให้องค์การดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมาย

ทฤษฎีการจัดการองค์การ ทุกองค์การไม่ว่าจะมีขนาด ประเภท หรือสถานที่ตั้งอย่างไร จำเป็นต้องมีการจัดการที่ดี ซึ่งการจัดการที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานขององค์การ การเติบโตและการดำรงอยู่ต่อไปของ องค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์การในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ โลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีทำให้้องค์การต้องมีแนวทางในการจัดการที่ทันสมัยเพื่อรับมือกับ การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ เพื่อให้เข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสมัยใหม่

แนวความคิดที่เกี่ยวกับองค์การ ได้ถูกรวบรวม และคิดค้นอย่างมีรูปแบบ จนกลายเป็น ทฤษฎีเมื่อประมาณต้นศตวรรษที่ 20 ทฤษฎีนี้เป็นเพียงนามธรรมที่อธิบาย และวิเคราะห์ถึงความจริง

และประสบการณ์ต่าง ๆ ของธรรมชาติที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว อย่างมีระบบและมีแบบแผนเชิงวิทยาศาสตร์ว่า ถ้าทำ และหรือ เป็นอย่างนั้น ผลจะออกมาแบบนี้ (Ifthen) ซึ่งในลักษณะเช่นนี้ ทฤษฎีก็เปรียบเสมือนการคาดคะเนถึง ผลที่เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน จากระยะเวลาต้นศตวรรษที่ 20 จนถึงปัจจุบัน สามารถจำแนกแนวคิดและทฤษฎี องค์การออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. ทฤษฎีสถิตยดั้งเดิม (Classical Theory) ทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิมได้เริ่มคิดค้น และก่อตั้งขึ้นเมื่อปลายศตวรรษที่ 19 จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปลายศตวรรษที่ 19 นี้ แนวความคิดเกี่ยวกับองค์การก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งสภาพแวดล้อมของสังคมยุคนั้นเป็นสังคมอุตสาหกรรมทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิมจึงมีโครงสร้างที่แน่นอนมีการกำหนดกฎเกณฑ์ และเวลาอย่างมีระเบียบแบบแผนมุ่งให้ผลผลิตมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ (Effective and Efficient Productivity) จากลักษณะดังกล่าว ทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิม จึงมีลักษณะที่มุ่งเน้นเฉพาะความเป็นทางการควมมีรูปแบบหรือรูปนัยขององค์การเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อจะได้ผลผลิตสูงและรวดเร็วของมนุษย์เสมือนเครื่องจักรกล (Mechanistic) กล่าวอีกนัยหนึ่งทฤษฎีองค์การสมัยมนุษย์ในเชิงจิตวิทยาสังคมวิทยา และมนุษย์วิทยาทุกอย่างจะเป็นไปตามกฎเกณฑ์ตามกรอบและ โครงสร้างที่กำหนดไว้อย่างแน่นอนปราศจากความยืดหยุ่น (Flexibility) ทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิมนั้นพยายามที่จะสร้างองค์การขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการเบื้องต้นทางด้านเศรษฐกิจขององค์การและสังคมนอกจากนั้นการที่มุ่งให้ โครงสร้างองค์การทางสังคมที่มีกรอบ มีรูปแบบก็เพื่อความสะดวกในการบริหาร และปกครอง ดังได้กล่าวแล้วองค์การสมัยดั้งเดิม มุ่งเน้นผลผลิตสูงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั่นเอง

หลักการของทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิม มุ่งเน้นองค์การที่มีรูปแบบ (Formal Organization) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานหลัก 4 ประการที่ได้กล่าวไว้แล้วในตอนองค์การที่มีรูปแบบ ได้แก่ การแบ่งระดับชั้นสายการบังคับบัญชา การแบ่งงาน ช่วงการควบคุม และเอกภาพ ในการบริหารงาน

กลุ่มนักวิชาการ ที่มีบทบาทมากในทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิมคือ Frederick Taylor ผู้เป็นเจ้าของการบริหารแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) Max Weber เจ้าของระบบราชการ (Bureaucracy) Lyndall Urwick และ Luther Gulick ผู้มีชื่อเสียงเรื่องทฤษฎีองค์การและกระบวนการบริหารงาน เป็นต้น

2. ทฤษฎีสถิตยใหม่ (Neo – Classical Theory of Organization) ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีองค์การสมัยดั้งเดิม โดยพัฒนามาพร้อมกับวิชาการด้านสังคมวิทยา จิตวิทยา การพัฒนาที่สำคัญเกิดขึ้นระหว่าง ค.ศ.1910 และ 1920 ในระยะนี้การศึกษา

ด้านปัจจัยมนุษย์เริ่มได้นำมาพิจารณา โดยมองเห็นความสำคัญและคุณค่าของมนุษย์ (Organistic) โดยเฉพาะการทดลองที่ Hawthorne ที่ดำเนินการตั้งแต่ ค.ศ. 1924 – 1932 ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญในการศึกษาทางพฤติกรรมศาสตร์ และในช่วงนี้เองแนวความคิดด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Movement) ได้รับพิจารณาในองค์กรและขบวนการมนุษยสัมพันธ์นี้ได้มีการเคลื่อนไหวพัฒนาในประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างเต็มที่ในระหว่าง ค.ศ. 1940–1950 ความสนใจในการศึกษากลุ่มนอกแบบหรือกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Group) ที่แฝงเข้ามาในองค์กรที่มีรูปแบบมีมากขึ้น ทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่มุ่งให้ความสนใจด้านความต้องการ (Needs) ของสมาชิกในองค์กรเพิ่มขึ้นสรุปได้ว่าทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ ให้ความสำคัญในด้านความรู้สึกรู้สึกของบุคคล ยอมรับถึงอิทธิพลทางสังคมที่มีผลกระทบต่อการทำงาน อาทิเช่น กลุ่มคนงานและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซึ่งมีความเชื่อว่าขบวนการมนุษยสัมพันธ์ จะให้ประโยชน์ในการผ่อนคลาย ความตายตัวในโครงสร้างขององค์กรสมัยดั้งเดิมลงบุคคลที่มีชื่อเสียงในทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ คือ Hugo Munsterberg เป็นผู้เริ่มต้นวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม เขียนหนังสือชื่อ Psychology and Industrial Efficiency, Elton Mayo, Roethlisberger และ Dickson ได้ทำการศึกษาที่ฮอธอร์น (Hawthorne Study) เป็นผู้บุกเบิกขบวนการมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Movement) นอกจากนั้นได้รับการสนับสนุนจากนักทฤษฎีมุขสัมพันธ์อีก เช่น McGregor และ Maslow เป็นต้น

3. ทฤษฎีสมัยปัจจุบัน (Modern Theory of Organization) ทฤษฎีองค์กรสมัยปัจจุบันได้รับการพัฒนามาในช่วง ค.ศ. 1950 หรือก่อนหน้านั้นเล็กน้อย แนวการพัฒนาทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ยังคงใช้ฐานแนวความคิดและหลักการของทฤษฎีองค์กรสมัยดั้งเดิมและสมัยใหม่มาปรับปรุงพัฒนาโดยพยายามรวมหลักการทางวิทยาการหลายสาขาเข้ามาผสมผสานที่เรียกกันว่า สหวิทยาการ (Multidisciplinary Approach) เป็นการรวมกันของหลักการทางเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์เข้าด้วยกันที่ เรียกว่า เศรษฐศาสตร์สังคม (Socioeconomic)

นักทฤษฎีองค์กรสมัยปัจจุบัน มีความคิดว่าทฤษฎีสมัยดั้งเดิมนั้น พิจารณาองค์กรในลักษณะแคบไป โดยมีความเชื่อว่าองค์กรอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่มากมาย ฉะนั้นควรเน้นการวิเคราะห์ และสังเคราะห์สิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน การศึกษาองค์กรที่ดีที่สุดควรจะเป็นวิธีการศึกษาวิเคราะห์องค์กรในเชิงระบบ (System Analysis) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ มากมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ส่วนแต่มีผลกระทบต่อโครงสร้างทั้งภายในและภายนอกองค์กรส่วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดองค์กรทั้งสิ้น แนวความคิดเชิงระบบนี้ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ที่เป็นพื้นฐาน 5 ส่วน

1. สิ่งนำเข้า (Input)

2. กระบวนการ (Process)
3. สิ่งส่งออก (Output)
4. ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)
5. สภาพแวดล้อม (Environment)

ดังนั้นองค์การในแนวความคิดนี้จึงต้องมีการปรับตัว (Adaptative) ตลอดเวลาเพราะตัวแปรต่าง ๆ มีลักษณะเปลี่ยนแปลง (Dynamic) อยู่เสมอ

องค์การสมัยใหม่ (Modern organization)

การจัดการเกิดขึ้นในองค์การ และในมุมมองด้านการจัดการองค์การ หมายถึง การที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง
2. ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน
3. องค์การต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์การ

ตามที่กล่าวข้างต้นจะเห็นว่าองค์การปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นองค์การต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ แนวคิดเกี่ยวกับองค์การในแบบเดิมกับ องค์การสมัยใหม่ก็มีความแตกต่างกัน เช่น การจัดการแบบคงเดิมกับแบบพลวัต รูปแบบไม่ยืดหยุ่นกับแบบยืดหยุ่น การเน้นที่ตัวงานกับเน้นทักษะ การมีสถานที่ทำงานและเวลาทำงานที่เฉพาะคงที่กับการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา องค์การแบบเดิมจะมีลักษณะการจัดการที่คงเดิมไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง ถ้าจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ้างก็เป็นในช่วงสั้น ๆ แต่องค์การปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา จะมีความคงที่บ้างเป็นช่วงสั้น ๆ จึงมีการจัดการแบบพลวัต สามารถปรับเปลี่ยน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา องค์การแบบเดิมมักมีการจัดแบบไม่ยืดหยุ่น ส่วนในองค์การสมัยใหม่จะมีการจัดการที่ยืดหยุ่น กล่าวคือในองค์การสมัยใหม่จะไม่ยึดติดกับแนวทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ต้องให้มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติสามารถปรับเปลี่ยนได้ถ้าสถานการณ์แตกต่างไป องค์การแบบเดิมลักษณะของงาน จะคงที่ พนักงานแต่ละคนจะได้รับมอบหมายงานเฉพาะและทำงานในกลุ่มเดิมไม่ค่อยเปลี่ยน แต่ในองค์การสมัยใหม่ พนักงานต้องเพิ่มศักยภาพของตนเองที่จะเรียนรู้และสามารถทำงานที่เกี่ยวข้องได้รอบด้าน และมีการสับเปลี่ยนหน้าที่และกลุ่มงาน อยู่เป็นประจำ ตัวอย่างเช่น ในบริษัทผลิตรถยนต์ พนักงานในแผนกผลิต ต้องสามารถใช้งานเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ได้ด้วย ซึ่งในคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) เดียวกันนี้เมื่อ 20 ปีก่อน ไม่มีการระบุไว้ ดังนั้นในองค์การ

สมัยใหม่จะพัฒนาบุคลากรให้เพิ่มทักษะการทำงานได้หลากหลายมากขึ้นและในการพิจารณา ค่าตอบแทนการทำงาน (Compensation) ในองค์กรสมัยใหม่มีแนวโน้มที่จะตอบแทนตามทักษะ (Skill based) ยิ่งมีความสามารถในการทำงานหลายอย่างมากขึ้นก็ได้ค่าตอบแทนมากขึ้น แทนการ ให้ค่าตอบแทนตามลักษณะงานและหน้าที่รับผิดชอบ (Job Based)

องค์กรแบบเดิม

พนักงานจะทำงานในสถานที่ทำงานและเป็นเวลาที่แน่นอน แต่ในองค์กรสมัยใหม่มี แนวโน้มที่จะให้อิสระกับพนักงานในการทำงานที่ใดก็ได้เมื่อไรก็ได้ แต่ต้องได้ผลงานตามที่ กำหนด เนื่องจากปัจจุบัน เทคโนโลยีเอื้อให้สามารถสื่อสารถึงกันได้ แม้ทำงานคนละแห่ง รวมทั้ง ความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและโลกาภิวัตน์ ทำให้คนต้องทำงานแข่งกับเวลามากขึ้นจนเบียดบัง เวลาครอบครัว ดังนั้นองค์กรสมัยใหม่จะทำให้เกิดความยืดหยุ่น ในการทำงานทั้งเรื่องเวลาและ สถานที่เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มวิถีการดำเนินชีวิตของพนักงานยุคใหม่

ความหมายของการจัดการ (Defining Management)

การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้ อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร (Robbins and DeCenzo, 2004; Certo, 2003) ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (Process) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ขบวนการ (Process) ใน ความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่างๆด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การโน้มนำองค์กร และการควบคุม

กระบวนการจัดการ

กระบวนการจัดการมี 5 ประการ เป็นหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การโน้มนำ (Leading/Influencing) และการควบคุม (Controlling) อย่างไรก็ตามในงานแต่ละส่วนของขบวนการจัดการที่กล่าวข้างต้นนี้มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ประกอบด้วย

การวางแผน (Planning) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายขององค์กร สร้างกลยุทธ์ เพื่อแนวทางในการดำเนินไปสู่เป้าหมาย และการกระจายจากกลยุทธ์ไปสู่แผนระดับ

ปฏิบัติการ โดยกลยุทธ์และแผนในแต่ละระดับและแต่ละส่วนงานต้องสอดคล้องประสานกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในส่วนงานของตนและเป้าหมายรวมขององค์กรด้วย

การจัดองค์การ (Organizing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างขององค์การ โดย พิจารณาว่า การที่จะทำให้ได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ นั้น ต้องมีงานอะไรบ้าง และงานแต่ละอย่างจะสามารถจัดแบ่งกลุ่มงานได้อย่างไร มีใครบ้างเป็นผู้รับผิดชอบในแต่ละส่วนงานนั้น และมีการรายงานบังคับบัญชาตามลำดับชั้นอย่างไร ใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

การโน้มนำพนักงาน (Leading & Influencing) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดการให้พนักงานทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งต้องใช้การประสานงาน การติดต่อสื่อสารที่ดี การจูงใจในการทำงาน ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำที่เหมาะสม ลดความขัดแย้งและความตึงเครียดในองค์กร

การควบคุม (Controlling) เมื่อองค์การมีเป้าหมาย และได้มีการวางแผนแล้วก็ทำการจัดโครงสร้างองค์การ ว่าจ้างพนักงาน ฝึกอบรม และสร้างแรงจูงใจให้ทำงาน และเพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งต่าง ๆ จะดำเนินไปตามที่ควรจะเป็น ผู้บริหารก็ต้องมีการควบคุมติดตามผลการปฏิบัติการ และเปรียบเทียบผลงานจริงกับเป้าหมายหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ หากผลงานจริงเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายก็ต้องทำการปรับให้เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งขบวนการติดตามประเมินผล เปรียบเทียบ และแก้ไขนี้ก็คือขบวนการควบคุม

บทบาทของการจัดการ (Managerial Roles)

เมื่อก้าวถึงหน้าที่ที่เกี่ยวกับการจัดการในองค์การมักมุ่งไปที่หน้าที่ต่าง ๆ ในขบวนการจัดการ 4 ประการ (การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มนำ และการควบคุม) ดังที่กล่าวข้างต้นซึ่งผู้บริหาร ซึ่งผู้บริหารแต่ละคนให้ความสำคัญและเวลาในการทำหน้าที่การจัดการเหล่านี้แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังขึ้นกับลักษณะการดำเนินงานขององค์การที่แตกต่างกันด้วย (เช่น มีลักษณะการดำเนินงานเป็นองค์การที่แสวงหากำไรหรือองค์การที่ไม่แสวงหากำไร) ระดับของผู้บริหารที่ต่างกัน (ระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง) และขนาดขององค์การที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่นผู้บริหารที่อยู่ในระดับบริหารที่ต่างกันจะให้เวลาในการทำกิจกรรมของแต่ละหน้าที่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมของผู้บริหารในองค์การแล้ว Mintzberg เห็นว่าบทบาทของการจัดการสามารถจัดแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม หรือที่เรียกว่า บทบาทด้านการจัดการของ Mintzberg (Mintzberg's managerial roles) ได้แก่ บทบาทด้านระหว่างบุคคล (Interpersonal roles) บทบาทด้านข้อมูล

(Informational roles) และบทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional roles) โดยแต่ละกลุ่มของบทบาทมีบทบาทย่อยดังต่อไปนี้

1. บทบาทตามตำแหน่ง (figurehead): ทำหน้าที่ประจำวันต่างๆตามระเบียบ ที่เกี่ยวกับกฎหมาย หรือตามที่สังคมกำหนด เช่น การต้อนรับแขกขององค์กร ลงนามในเอกสารตามกฎหมาย เป็นต้น
2. บทบาทผู้นำ (Leader): ต้องรับผิดชอบสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการทำงานของพนักงาน รับผิดชอบในการจัดหาคน ฝึกอบรม และงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ
3. บทบาทการสร้างสัมพันธภาพ (Liaison): โดยสร้างเครือข่ายภายใน และภายนอกเพื่อการ กระจายข้อมูลให้ทั่วถึง

บทบาทด้านข้อมูล (Informational Roles)

เป็นบทบาทด้านการกระจายและส่งผ่านข้อมูล ประกอบด้วย บทบาทย่อย ดังนี้

1. เป็นผู้ติดตามประเมินผล (Monitor): เป็นการติดตามเลือกรับข้อมูล (ซึ่งมักจะเป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน) เพื่อเข้าใจความเคลื่อนไหวขององค์กรและสิ่งแวดล้อม เป็นเสมือนศูนย์กลางของระบบ
2. เป็นผู้กระจายข้อมูล (Disseminator): รับบทบาทส่งผ่านข้อมูลไปยังพนักงานในองค์กร บางข้อมูลก็เกี่ยวกับข้อเท็จจริง บางข้อมูลเกี่ยวกับการแปลผลและรวบรวมความแตกต่าง ที่เกิดขึ้นในองค์กร
3. เป็นโฆษก (Spokesperson): ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานภายนอก เกี่ยวกับ แผนงาน นโยบาย กิจกรรม และผลงานขององค์กร เช่น เป็นผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม

บทบาทด้านการตัดสินใจ (Decisional roles)

ทำหน้าที่ตัดสินใจในการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

1. เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur): หาโอกาสและริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เช่น การปรับปรุงการปรับปรุง เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบโครงการโดยการจัดให้มีการทบทวนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโปรแกรมใหม่ ๆ
2. เป็นผู้จัดการความสงบเรียบร้อย (Disturbance handler): รับผิดชอบแก้ไขการดำเนินงานเมื่อองค์กรเผชิญกับความไม่สงบเรียบร้อย โดยการทบทวนและกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับความไม่สงบและวิกฤติการณ์ในองค์กร

3. เป็นผู้จัดสรรทรัพยากร (Resource allocator): เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดสรรทรัพยากรต่างๆในองค์กร เช่น ทำการตัดสินใจและอนุมัติในประเด็นที่สำคัญต่างๆขององค์กร โดยจัดลำดับ และกระจายอำนาจ ดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องงบประมาณ และการจัดการเกี่ยวกับการทำงานของพนักงาน

4. เป็นผู้ต่อรอง (Negotiator): รับผิดชอบในการเป็นตัวแทนต่อรองในเรื่องสำคัญ ขององค์กร เช่น มีส่วนร่วมในการทำสัญญากับสหภาพแรงงานขององค์กร หรือการต่อรองกับผู้จัดหา

ทักษะของนักบริหาร (Management Skills)

ผู้บริหารไม่ว่าจะอยู่ในระดับใด หรืออยู่ในองค์กรใดก็ทำหน้าที่ในการจัดการ 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การโน้มนำ (Leading/Influencing) และการควบคุม (Controlling) และหน้าที่ที่ผู้บริหารจะสามารถทำหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ได้ประสบผลสำเร็จนั้น ต้องมีทักษะที่ดีด้านการจัดการ ซึ่งทักษะสำคัญในเบื้องต้นที่ผู้บริหาร ควรมีอย่างน้อย 3 อย่าง ได้แก่ ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) ทักษะด้านคน (Human Skills) และ ทักษะด้านความคิด (Conceptual Skills)

1. ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) เป็นความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงาน สำหรับผู้บริหารระดับสูงทักษะความสามารถนี้จะเป็น เรื่องเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของอุตสาหกรรม ขบวนการและผลิตภัณฑ์ขององค์กร และสำหรับ ผู้บริหารระดับกลางและระดับต้น จะเป็นทักษะความสามารถเฉพาะด้านในงานที่ทำ เช่น การเงิน ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีสารสนเทศ การผลิต ระบบคอมพิวเตอร์ กฎหมาย การตลาด เป็นต้น ทักษะทางด้านเทคนิคมักเป็นความสามารถเกี่ยวกับตัวงาน เช่น ขบวนการหรือผลิตภัณฑ์

2. ทักษะด้านคน (Human Skills) เป็นทักษะในการทำให้เกิดความประสานงานกัน ของกลุ่มที่ผู้บริหารนั้นรับผิดชอบ เป็นการทำงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทัศนคติ การสื่อสาร และ ผลประโยชน์ของบุคคลและกลุ่ม เป็นทักษะการทำงานกับคน

3. ทักษะด้านความคิด (Conceptual Skills) เป็นความสามารถในการมององค์การใน ภาพรวม ผู้บริหารที่มีทักษะด้านความคิด จะสามารถเข้าใจความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ใน องค์กรว่ามีผลต่อกันอย่างไร และเข้าใจ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับปัจจัยแวดล้อมองค์กร รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในส่วนหนึ่งของ องค์กรมีผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ อย่างไร

ทักษะด้านความคิดนี้จะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเมื่ออยู่ในระดับบริหารที่สูงขึ้น ขณะที่ ทักษะด้านเทคนิคจะมีความสำคัญน้อยลงในระดับบริหารที่สูงขึ้น เนื่องจากผู้บริหารใน ระดับที่สูง จะเข้ามาดูแลในรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆในการผลิต และด้านเทคนิคน้อยลง แต่จะเน้นไป

ที่การมองภาพรวมขององค์กรและทิศทางที่จะพัฒนาไปขององค์กรมากกว่า ส่วนทักษะด้านคน ยังคงมีความสำคัญอย่างมากในทุกะดับของการบริหาร เพราะทุกระดับต้องเกี่ยวข้องกับคน

จริยธรรมของนักบริหาร (Management Ethics)

แนวทางการปฏิบัติตนด้านการเมืองในองค์กรอย่างมีจริยธรรม ควรต้องคำนึงถึงใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ประโยชน์ของส่วนรวม 2) สิทธิส่วนบุคคล 3) ความยุติธรรม กล่าวคือ

ประเด็นที่ 1 การกระทำ ที่เป็นการเล่นการเมืองในองค์กรนั้น เพื่อประโยชน์ส่วนตน หรือประโยชน์ส่วนรวม หากเป็นไปเพื่อเป้าหมายขององค์กร ก็เป็นการกระทำที่ไม่ขัดกับจริยธรรมแต่ถ้าเป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนตน ก็ถือว่าการกระทำที่ไม่มีจริยธรรม ตัวอย่างเช่น สร้างข่าวลือ ที่ไม่เป็นความจริงว่าการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรมีทุจริต เพื่อให้เกิดความไม่ไว้วางใจ ในฝ่ายจัดซื้อและระบบการจัดซื้อแบบอิเล็กทรอนิกส์นับเป็นการกระทำที่ไม่มีจริยธรรม เนื่องจาก ไม่เป็นผลประโยชน์ต่อองค์กรแต่หากฝ่ายซ่อมบำรุงทำดีเป็นพิเศษกับฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อ ทำดีเป็นพิเศษกับฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อเร่งทำงานจัดซื้ออุปกรณ์อย่างถูกต้องโปร่งใสมาให้ทันการใช้งานขององค์กร ก็ไม่ขัดกับจริยธรรม คือองค์กรโดยรวมได้ประโยชน์

ประเด็นที่สอง เป็นเรื่อง สิทธิส่วนบุคคล หากการกระทำเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลหรือสิทธิที่ควรมีของผู้อื่น ก็เป็นการขัดจริยธรรม ตัวอย่าง เช่น หากผู้จัดการฝ่ายซ่อมบำรุงเข้าไป ก้าวล่วงงานฝ่ายจัดซื้อเพื่อให้เขาทำให้เร็วขึ้น ก็ไม่ใช่การกระทำที่มีจริยธรรม

ประเด็นที่สาม เป็นเรื่อง ความยุติธรรม กล่าวคือ การกระทำนั้นก่อให้เกิด ความเท่าเทียมกัน ความยุติธรรมหรือไม่ หากเป็นการกระทำที่ทำให้บางคนได้ผลประโยชน์มากกว่า หรือทำให้บางคนเสียผลประโยชน์ ก็เป็นการกระทำที่ไม่มีจริยธรรม ตัวอย่างเช่น หัวหน้าประเมินผลการปฏิบัติงานลูกน้องอย่างไม่ยุติธรรม โดยประเมินให้ลูกน้องที่ชอบได้มีผลประเมินที่ดีกว่า และใช้ผลการประเมินเป็นตัวกำหนดรางวัลตอบแทน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการตัดสินใจว่าการกระทำใดมีจริยธรรมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก โดยเฉพาะกับผู้บริหาร ผู้ที่มีอำนาจในองค์กร เนื่องจากผู้มีอำนาจมักจะอ้างว่าการกระทำของตนนั้น เพื่อประโยชน์ส่วนรวม และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร ไม่ได้ก้าวล้ำสิทธิของใคร และทำไปอย่างยุติธรรมมีความเท่าเทียมกัน ซึ่งในทางปฏิบัติแล้ว ผู้ที่มีอำนาจมักจะเป็นผู้ที่ จะ กระทำขัดกับจริยธรรมมากกว่า พนักงานทั่วไปที่ไม่มีอำนาจ ดังนั้นผู้บริหารที่มีอำนาจควรพิจารณา การกระทำของตนเองตามความเป็นจริงให้ดีเกี่ยวกับ 3 ประเด็นข้างต้นว่า เป็นการกระทำอย่างมี จริยธรรมหรือไม่

การตัดสินใจ (Decision)

ในการทำงานหรือการบริหารงานนอกจากจะต้องมีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งของผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวหน้างานหรือผู้บริหาร คือ การตัดสินใจ (Decision Making) เพราะการตัดสินใจเปรียบเสมือนหัวใจของการปฏิบัติงานและบริหารงาน ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจจะมีอยู่ในแทบทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของการทำงาน ถ้าเรื่องที่ตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องใหญ่ หมายถึง เรื่องที่ตัดสินใจแล้วผิดพลาด จะเกิด ความเสียหายมาก หรือแก้ไขได้ยาก การตัดสินใจในเรื่องใหญ่ ๆ เหล่านี้ควรต้องพิจารณาให้ รอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจลงไป ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจในบางเรื่องของบุคคลอาจหมายถึงชีวิต หรืออนาคตของบุคคลนั้นทำนองเดียวกันกับการตัดสินใจในบางเรื่องของผู้นำหรือผู้บริหารอาจ หมายถึงของผู้นำหรือผู้บริหารอาจหมายถึงความอยู่รอดของกลุ่ม หน่วยงาน หรือองค์กร เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของปัจจัยในการกำหนดหรือทางเลือกก็ล้วนแต่ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงและ โอกาส ด้วยเหตุนี้จึงขอนิยามความหมายของคำว่า ความเสี่ยง และ โอกาส ดังนี้

1. ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือสถานการณ์ที่มนุษย์ไม่สามารถควบคุมได้ และจะส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหาย ความล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการ บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทั้งในระดับองค์กร ระดับหน่วยงาน และบุคคล เช่น ปริมาณน้ำฝน ที่ตกในแต่ละปี เครื่องจักรทำงานผิดพลาด ภาวะเศรษฐกิจเงินเฟ้อ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าว เป็นความเสี่ยงลักษณะดังกล่าว เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากสถานการณ์นอกบังคับ (State of Nature)

2. โอกาส หมายถึง ค่าที่ใช้ประเมินสถานการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยพิจารณาว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์แล้วจะเกิดในลักษณะใด มีโอกาสที่จะเกิดมากน้อยเพียงใด เช่น โอกาสที่นาย ก. จะชนะเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านช้างร้อยละ 85 หรือโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ตราสินค้า A จะมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20 เป็นต้น รวมทั้งยังสามารถสร้างโอกาส เพื่อการตัดสินใจได้อีกด้วย

องค์ประกอบในการตัดสินใจ

1. เป้าหมายของการตัดสินใจ เป้าหมาย หมายถึง ภาพชัดเจนที่สามารถทำให้บรรลุเป็น จริงได้ หรือความฝันที่กำหนดเวลาไว้ชัดเจน และควรมีผลออกมาในเชิงปริมาณ เป้าหมายจึงเป็น จุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ เพราะจะส่งผลต่อการพิจารณาประเมินผลทางเลือก ดังนั้น

การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนจะเป็นการควบคุมทิศทาง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง โดยเริ่มต้นจากการกำหนดประเด็นเป้าหมายในเบื้องต้น แล้วจึงตั้งคำถาม ทดสอบ และขัดเกลา เพื่อให้ได้เป้าหมายที่ชัดเจนถูกต้องสำหรับนำไปใช้ในกระบวนการตัดสินใจ

2. เกณฑ์ในการตัดสินใจหลักและรอง เกณฑ์ในการตัดสินใจจะช่วยให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนผู้มีอำนาจตัดสินใจควรระดมอง ปัญหาอย่างรอบด้านให้สมดุลระหว่างเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ประเมินผลการตัดสินใจ ที่จะเกิดตามมาในระยะยาว ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น โดยปราศจากอคติ และพิจารณาผลกระทบที่จะเกิดกับผู้อื่นด้วย

3. ทางเลือก การพิจารณาทางเลือกเป็นขั้นตอนสำคัญที่สุดในกระบวนการตัดสินใจ เพราะการแก้ปัญหาจะประสบผลสำเร็จตามความต้องการจะขึ้นอยู่กับทางเลือกที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ดังนั้นผู้มีอำนาจตัดสินใจจึงต้องพิจารณาด้วยหลักเหตุผล ใคร่ครวญ และไตร่ตรองให้รอบคอบ รวมทั้งแสวงหาทางเลือกใหม่สร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

4. ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ในการตัดสินใจ ผู้มีอำนาจตัดสินใจต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนซึ่งมีผลกระทบต่อ การตัดสินใจอยู่เสมอ เทคนิค AHP เป็นกระบวนการตัดสินใจที่นำเอาความเสี่ยงและความไม่แน่นอนมาสนับสนุนในการตัดสินใจด้วย โดยแบ่งการพิจารณาเป็น

- กำหนดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนให้เป็นปัจจัยหนึ่งของเกณฑ์ตัดสินใจหลักหรือรอง เหมาะสำหรับสถานการณ์ที่ค่อนข้างจะมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนรวมทั้งความสลับซับซ้อนน้อย
- กำหนดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในรูปของสถานการณ์แสดงไว้เป็นระดับชั้นของแผนภูมิ เช่น สถานการณ์ดีที่สุด สถานการณ์ปานกลาง และสถานการณ์แย่สุด เป็นต้น โดยพิจารณาให้อยู่ระหว่างเป้าหมายกับเกณฑ์ในการตัดสินใจหลัก หรืออยู่ระหว่างเกณฑ์ในการตัดสินใจหลักกับเกณฑ์ในการตัดสินใจรอง

การจัดการแบบการตัดสินใจ (Decisional Approach)

ในขณะที่วิชาพฤติกรรมศาสตร์กำลังเจริญขึ้น เพื่อสำหรับการศึกษาเรื่องราวทางมนุษย์สัมพันธ์นั่นเอง ศาสตร์วิชาการที่ค่อนข้างจะเป็นศาสตร์เอกเทศอันใหม่ก็ได้พัฒนาขึ้นมา เพื่อใช้ศึกษาวิชาการบริหาร เริ่มหันมาสนใจศึกษาในเชิงของการพิจารณาการตัดสินใจต่าง ๆ แทน ก็ได้เปลี่ยนมาเป็นวิธีแบบการศึกษาการตัดสินใจที่มีการอาศัยวิธีเชิงปริมาณทางคณิตศาสตร์เข้าช่วยในการพิจารณาองค์การและการจัดการนั้น กระบวนการตัดสินใจนับเป็นสิ่งสำคัญของผู้บริหาร ที่

เฮอริเบิร์ต เอ ไชมอน (Herbert A. Simon) ได้ระบุไว้ว่า “การตัดสินใจ” กับ “การจัดการ” เป็นคำที่ใช้แทนกันได้ ที่กล่าวเช่นนี้หมายความว่า การจัดการคือการตัดสินใจนั่นเอง ดังนั้นผู้บริหารทั้งหลายจึงไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงจากการตัดสินใจได้ เซสเตอร์ ไอ บาร์นาร์ด (Chester I. Barnard) ได้เขียนไว้ในหนังสือ “The Functions of the Executive” จากหลักการเรื่องนี้ ไชมอน ได้จำแนกขั้นตอนในการตัดสินใจออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนแรก เป็นการพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่าง ๆ (Intelligence Activity) รวบรวมข้อมูล สภาพแวดล้อม ฯลฯ ที่จำเป็นจะต้องพิจารณาในการตัดสินใจ
2. ขั้นตอนของการคิดค้นและพัฒนา (Design Activity) คือการวิเคราะห์หนทางต่าง ๆ ที่จะสามารถดำเนินการได้เกี่ยวกับปัญหานั้นๆ วางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่กำลังพิจารณาอยู่
3. ขั้นตอนของการตัดสินใจเลือกทางเลือก (Choice Activity) ที่ได้พิจารณาในขั้นที่ 2 ว่าทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด พอใจที่สุด หรือให้ผลตอบแทนมากที่สุด

วิธีการตัดสินใจ เป็นกลไกที่เน้นถึงจุดที่ผูกพัน จะต้องทำการตัดสินใจที่มีการกระทำได้หลายทางด้วยกัน โดยเฉพาะสำหรับกรณีที่มีการตัดสินใจทำการต่าง ๆ เหล่านั้น บางอย่างเป็นสิ่งที่ไม่อาจทำได้ด้วย วิธีการปฏิบัติการจัดการแบบธรรมดา โดยปราศจากเครื่องมือช่วยต่าง ๆ

การจัดการแบบการตัดสินใจ มีข้อเสียทำนองเดียวกันกับวิธีการศึกษาอื่นๆ คือ ไม่สามารถมีการกำหนดเวลาของจุดเริ่มต้นที่คงที่แน่นอนได้ และทำนองเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งส่วนให้กะทัดรัด และแจ่มชัดดีกว่าวิธีอื่นมากนัก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Conceptual)

McIntosh and Goeldner (2002, PP. 25-30) ได้ให้คำจำกัดความของ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาตามความถนัด ความสนใจในกีฬาประเภทต่างๆ เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกีนูเออร์ กระดานโต้คลื่น และสกี เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุก สนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยที่ประชาชนในท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

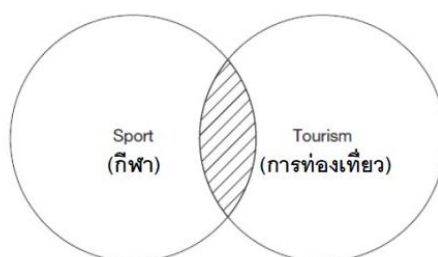
Weed (2008, P. 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของผู้คน และสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์

Weed and Bull (1997, p. 5) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวในวันหยุดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาไม่ว่าจะเป็นผู้ชมหรือเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา

Yiannakis (2002, pp.323-343) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การเดินทางออกไปจากที่อยู่อาศัย เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬาสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ หรือการแข่งขันเดินทางไปเพื่อชมการแข่งขันกีฬาและการเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่แข่งกีฬาเช่น สนามกีฬาที่มีชื่อเสียงมีการจัดการแข่งขันที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Hritz and Ross ,2010, pp.119-138) กล่าวว่า การท่องเที่ยวกีฬาเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งและสถานที่นั้นจะมีการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาเกิดขึ้น ซึ่งกลายเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในประเทศการเมืองและธุรกิจในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะตามวัตถุประสงค์ในการเล่นกีฬา คือ 1) การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ คือ นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวพร้อมกับวัตถุประสงค์ที่จะไปออกกำลังกายด้วยการเล่นกีฬา เช่น เล่นกอล์ฟ ดำน้ำ พายเรือ 2) การเล่นกีฬาเพื่อการแข่งขัน คือ นักกีฬาไปแข่งขันกีฬาระหว่างจังหวัดหรือระหว่างประเทศ หรือระดับโลก โดยจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการแข่งขัน แต่นักท่องเที่ยวก็จะได้รับสุขภาพที่แข็งแรงในทางอ้อม และยังได้ท่องเที่ยวซึ่งส่งผลทำให้สุขภาพจิตดีด้วย

Robinson and Gammon (2004, pp. 221-224) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ อาจเป็นการแข่งขัน นันทนาการ หรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม และอาจเข้าร่วมด้วยตนเองหรือถูกชักชวนจากผู้อื่น นอกจากนี้กิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วมจะเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นที่อาจเป็นคู่แข่งหรือผู้เข้าร่วมก็เป็นได้อาจสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชม กิจกรรมกีฬาและสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาหรือเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจ ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนาน ตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นและอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นเป็นการบรรจบกันของกีฬากับการท่องเที่ยวที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ดังภาพ



ภาพ 2.1 การบรรจบของการกีฬาและการท่องเที่ยว

กีฬาถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวรวมถึงการเดินทางที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกับหลายชนิดกีฬาเช่นกัน แต่การบรรจบกันของกีฬาและการท่องเที่ยวที่ต่างกันอาจแตกต่างกันไปตามมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและวัตถุประสงค์ของปัจเจกชน



ภาพ 2.2 มุมมองของผู้มีส่วนได้เสียและวัตถุประสงค์ของปัจเจกชน

ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของกีฬาและการท่องเที่ยวที่อาจกล่าวได้ว่าไม่สามารถแยกออกจากกันได้ แต่ก็ไม่อาจระบุได้ว่ากีฬาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดในการท่องเที่ยว และเป็นที่ยืนยันว่าในขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นต้องอาศัยปัจจัยหลัก 3 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กันดังภาพ ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นบริบทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วย

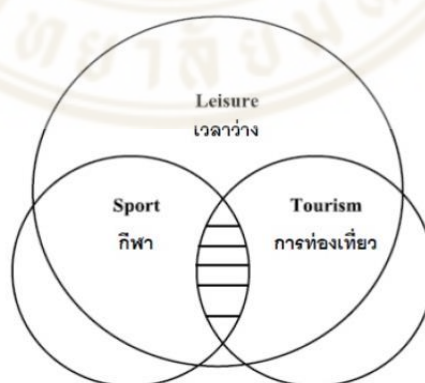
- กิจกรรมเฉพาะ/ พิเศษ (Hallmark Events) ที่มีความสำคัญ มีมาตรฐาน จัดขึ้นเป็นพิเศษ และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับกีฬา เช่น การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ นานาชาติ รวมไปถึงมหกรรมกีฬาระดับโลก เช่น กีฬาโอลิมปิกเกมส์

- กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor Recreation) ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Tourism) ที่มีที่ตั้งหรือมีการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น ท้าทาย รวมไปถึงจนถึงประสบการณ์ใหม่ ๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ

- การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสมรรถภาพ (Health and Fitness) เพราะในปัจจุบันนักท่องเที่ยวไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การบำบัดรักษาโรคเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีความต้องการที่จะประกอบกิจกรรมกีฬาต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย ดังจะเห็นได้จากรีสอร์ทหลายแห่งในปัจจุบันที่มักจะมีทั้งสปา ศูนย์บำบัด โรค และกิจกรรมกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส ในสถานที่แห่งเดียวกัน บริบทที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญและมีความสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาการให้ความสำคัญ และความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยดึงดูดและเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (Hall, 1992, p. 194; Hinch & Higham, 2005, pp. 22-23)

ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Areas of Constraint in Sport Tourism)

ในขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นประกอบไปด้วย เวลาว่าง (Leisure) กีฬาและการท่องเที่ยวซึ่งอยู่บนแนวคิดที่มีความสัมพันธ์อย่างกันอย่างใกล้ชิด ดังภาพ



ภาพ 2.3 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

เวลาว่างนั้นเป็นความหมายกว้าง ๆ โดยถือเป็นส่วนของเวลาของแต่ละบุคคลที่ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการทำงาน หรือความรับผิดชอบต่อการทำงาน รวมไปถึงถึงการพักผ่อน

อื่น ๆ ที่เป็นรูปแบบของการบำรุงรักษาหรือการดูแลตนเอง เวลาว่างนั้นหมายรวมถึงการมีเสรีภาพ และมีทางเลือกในหลาย ๆ วิธี แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลเพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าในตนเอง (Self-enrichment) ทำให้เกิดความผ่อนคลายหรือมีความสุขและต้องเป็นการเข้าร่วมหรือเลือกกิจกรรมโดยสมัครใจ (Kraus, 2001, p. 38) ในคำจำกัดความของกีฬานั้น สิ่งที่จะเรียกว่าเป็นกีฬาได้จะต้องมีโครงสร้าง (Structured), มีเป้าหมาย (Goal-oriented), มีการแข่งขัน (Competitive) และเป็นกิจกรรมทางกาย (Physical activity) และเป็นที่ชัดเจนกีฬาถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการใช้เวลาว่าง (McPherson, Curtis & Loy, 1989, p. 15) และจากคำจำกัดความของการท่องเที่ยวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของบุคคลออกจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปสู่พื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทาง ตราบใดที่การพักผ่อนของบุคคลเหล่านั้นจะไม่กลายเป็นถิ่นที่อยู่ถาวร เพื่อทำให้เกิดความสุข สนุกสนาน ผ่อนคลายและได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ (Murphy, 1985, p. 9) ดังนั้นหากพิจารณาจากภาพ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของกีฬาและการท่องเที่ยวที่มารบจบกันภายใต้ขอบเขตของการใช้เวลาว่าง จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า กีฬาและการท่องเที่ยวที่มารบจบกันจนกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นถือเป็นส่วนหนึ่ง (Subsets) ของการใช้เวลาว่างที่มีความสัมพันธ์และไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้

ตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Industry)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาถูกมองว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูด ขยายกลุ่มหรือตลาดของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประกอบด้วยตลาดเฉพาะที่แตกต่างกันในหลายระดับ การทำความเข้าใจกับตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงนับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Weed & Bull, 1997)

Maier and Weber (1993, pp. 33-43) กล่าวถึง ตลาดเฉพาะกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ 4 กลุ่ม ตามระดับของกิจกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมในสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้

กลุ่มนักกีฬาที่มีผลงานยอดเยี่ยม (Top Performance Athletes) โดยนักท่องเที่ยวกุ้มนี้นี้ คือ ผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขัน จึงมีความต้องการในการเข้าถึงสนามแข่งขันได้อย่างสะดวกต้องมีสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมที่เหมาะสมเป็นส่วนสำคัญ ผู้จัดการเดินทางและผู้ดูแลสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางจำเป็นต้องคำนึงถึงที่พัก และความต้องการในด้านอาหารและโภชนาการ รวมทั้งการจัดเตรียมบริการทางการแพทย์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็น อันจะส่งผลต่อการแสดงความสามารถและผลการแข่งขันของนักกีฬา

กลุ่มกีฬามวลชน (Mass sport) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์และแข็งแรงอยู่เสมอ มีเป้าหมายเฉพาะบุคคลที่ชัดเจนในการเดินทาง สิ่งสำคัญในการพิจารณาสำหรับกลุ่มตลาดนี้ คือ การเข้าถึงสถานที่พักผ่อนในวันหยุดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา

กลุ่มคนที่เล่นกีฬาเฉพาะบางโอกาส (Occasional sports) สำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ การชดเชยและชื่อเสียงเกียรติยศเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าความมุ่งมั่นหรือความทะเยอทะยานทางด้านกีฬา เป็นการแสวงหากีฬาที่จะเกิดขึ้นในเฉพาะบางโอกาส นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการให้ความสำคัญกับกีฬาที่ไม่ต้องใช้ทักษะและเวลาในการฝึกซ้อมมากนัก เช่น โบว์ลิ่งสกี และพายเรือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก ดังนั้นกิจกรรมกีฬาจึงไม่ได้มีความสำคัญมากไปกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นผู้เล่นกีฬา (Passive sport tourists) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มิได้แสวงหากิจกรรมกีฬาเฉพาะตัวแต่อย่างใด แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเข้าชมมหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่และมีความสำคัญ ตลอดจนสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาอันทรงคุณค่า รวมไปถึงถึงนักกีฬาผู้ฝึกสอนและบุคคลสำคัญทางการกีฬา นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ต้องการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับสูง เพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมมหกรรมกีฬาที่มีในจำนวนมหาศาล

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยนั้น สามารถแบ่งออกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมได้ 2 ประเภท คือ

การท่องเที่ยวเพื่อไปชมกีฬา เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปชมกีฬาที่ตนสนใจ ไม่ว่าจะเป็นมหกรรมกาพระระดับโลกหรือนานาชาติ เช่น กีฬาโอลิมปิกเกมส์ กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาซีเกมส์ กีฬาชิงแชมป์โลกที่จัดขึ้นตามประเทศต่าง ๆ ที่รับเป็นเจ้าภาพ รวมไปถึงการแข่งขันกีฬาอาชีพหรือกีฬาสัมครเล่นต่าง ๆ เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล อเมริกันฟุตบอล มวย เทนนิส เป็นต้น ทำให้มีผู้สนใจเดินทางไปเพื่อชมการแข่งขัน การท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีผู้คนจำนวนมากหลั่งไหลมาจากทั่วโลกถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่จัดการแข่งขันกีฬายังคงมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ โดยจะเป็นการไปรวมตัวอยู่จุดเดียวกันและมีระยะเวลาที่ไม่นาน

การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวในประเภทนี้สถานที่ที่จะไปต้องเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น ในฤดูหนาวที่มีหิมะตกนักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเล่นสกี เมืองที่มีทะเลสวยงามจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเล่นเรือใบ วายน้ำ เมืองที่มีภูเขาสูงจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปปีนเขา เป็นต้น ดังนั้น หากประเทศใดที่มีทัศนียภาพหรือภูมิประเทศหลายแบบ และเหมาะสมกับการเล่นกีฬา ประเทศเหล่านั้นมักจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ในประเภtnี้นี้มาก เพราะนักท่องเที่ยวจะพากันไปท่องเที่ยวและแวะเวียนตลอดทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (วรรณ วลัยวานิช , 2546, หน้า 17-18; สุภารัตน์ ประธานราษฎร์, 2549, หน้า 47-48)

ดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า หากมีการนำกิจกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวมาบูรณาการเติมเต็มให้กันและกันจะเป็นการเอื้อและส่งเสริมซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี การบูรณาการท่องเที่ยวกับกีฬาสามารถทำได้ 2 ลักษณะ ตามทฤษฎีของศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์ (ม.ป.ป) ดังนี้

ลักษณะที่ 1 "การใช้กีฬาเป็นกิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม" การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับผู้เกี่ยวข้องในการแข่งขันกีฬา เนื่องจากในการแข่งขันกีฬาจะมีผู้เกี่ยวข้องเดินทางมา เช่น นักกีฬา ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ กองเชียร์ แฟนคลับ (Fan cub) ผู้สื่อข่าว ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งต่างเดินทางมาทำภารกิจในส่วนที่รับผิดชอบ ดังนั้นหากสามารถวางแผนการจัดการจัดการ กิจกรรม การท่องเที่ยวเสริมให้กับบุคคลเหล่านั้น โดยอาจจะจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package tour) หรือการท่องเที่ยวตามความสนใจ โดยจัดช่วงเวลา จังหวะ และกระตุ้นความสนใจให้เขามี กิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่ไม่มีภารกิจด้านกีฬา หรือถ้าเป็นไปได้หากมีการวางแผนการจัดการที่ดี ก็สามารถที่จะทำให้อาชีพการท่องเที่ยวให้อยู่ในโปรแกรมของการแข่งขันกีฬานั้น ๆ ดังตัวอย่าง การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และกีฬาเอเชียนเกมส์ เป็นต้น ที่จะมีการดำเนินการท่องเที่ยวควบคู่กับการแข่งขันกีฬา

ลักษณะที่ 2 "การจัดการจัดการการท่องเที่ยวเป็นหลักการใช้กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมเสริม" กรณีที่เป็นการบริหารจัดการ โปรแกรมทางกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์อื่นไม่ใช่เพื่อกีฬา เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การประชุมสัมมนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว หากสามารถวางกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาแทรกเข้าไปใน โปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะเดิมให้เต็ม เช่น การเล่นกีฬา การชมกีฬา การฝึกซ้อม การหัดให้เล่นกีฬา โดยมีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์ สถานที่ ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน หรือผู้ชม/ คู่เล่นไว้ให้ก็จะเป็นแนวทางหนึ่งในการเติมให้เต็มสำหรับนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการด้านกิจกรรมกีฬา ทั้งนี้การจัดการจัดการด้านที่พเสริมให้กับนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งฝ่ายจัดการกีฬานั้น ๆ ต้องมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตั้งอยู่นอกสนามแข่งขัน (Sport tourism in peripheral location) เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ที่ไม่ใช่สนามกีฬา โดยมักอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ ยกตัวอย่างเช่น ภูเขา ทะเล ทะเลสาบ และแม่น้ำ ที่เป็นทรัพยากรพื้นฐานสำหรับกิจกรรมกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น ปีนเขา สกี ล่องแก่ง เรือใบ ดำน้ำและตกปลา เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่นอกเมืองโดยปกติจะเป็นกีฬาขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นสำคัญ ดังนั้น จึงถูกกำหนดโดยลักษณะทางธรรมชาติของภูมิประเทศมากกว่าระยะห่างจากพื้นที่บริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบของการเดินทาง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แข่งขันจะเป็นแบบเปิด (Open) ซึ่งมีลักษณะตรงกันข้ามกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาที่แข่งขันกันในสนามกีฬาในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตั้งอยู่ในสนามแข่งขันนั้นทรัพยากรธรรมชาติ ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญและเป็นตัวกำหนดพื้นที่ที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเกิดขึ้น เช่น สกีรีสอร์ท ที่ต้องขึ้นอยู่กับระดับความสูงของภูเขา สภาพอากาศ สภาพหิมะ และต้องมีลานที่มีหิมะปกคลุมมากพอที่จะสามารถเล่นสกีได้ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเฉพาะเจาะจง มีแรงจูงใจจากกีฬาประเภทใดประเภทหนึ่งที่ต้องอาศัยลักษณะเด่นของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และเมื่อใดก็ตามที่ทรัพยากรธรรมชาติเอื้ออำนวย ประกอบกับการเข้าถึงตลาดที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน สถานที่แห่งนั้นก็จะมีรายได้เปรียบในเชิงการแข่งขันการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่นอกเมืองอาจกระตุ้นการลงทุนในด้านการคมนาคมขนส่ง และโครงสร้างพื้นฐาน ทำให้เกิดการพัฒนารวมถึงการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนการพัฒนาการประกอบการเชิงพาณิชย์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเป็นแรงผลักดันสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมตัวอย่างของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่เปิดนอกเมืองที่โดดเด่นของโลก เช่นการแข่งขันจักรยานทางไกล "Tour de France" ของประเทศฝรั่งเศสที่จัดขึ้นเป็นประจำในทุกปี

ในส่วนของประเทศไทยนั้นก็มีการจัดการแข่งขันกีฬาหลายรายการ เช่น การแข่งขันกรุงเทพมหานคร ที่ถือเป็นรายการกีฬาประจำปีของกรุงเทพมหานคร หรือการแข่งขันไตรกีฬานานาชาติที่จังหวัดภูเก็ตที่จัดขึ้นเป็นประจำในช่วงเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นฤดูท่องเที่ยวของฝั่งทะเลอันดามัน

2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ตั้งอยู่ ณ สนามแข่งขัน (Sport Tourism in Central Location) การแข่งขันกีฬาที่จัดในสนามแข่งขันของเมืองต่าง ๆ ทำให้เกิดการเดินทางระหว่างเมืองและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของเมืองที่จัดการแข่งขัน ส่วนใหญ่สนามกีฬามักมีอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีประชากรค่อนข้างมาก และมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่จะเข้าชมการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่และคนที่เดินทางมาจากต่างพื้นที่ เช่น การแข่งขันฟุตบอลแบบ

เหย้า-เยือน กองเชียร์ของทีมฟุตบอลก็จะเดินทางไปเชียร์ที่สนามฟุตบอล ทั้งในนัดที่แข่งที่เมืองของตนเองรวมไปถึงนัดที่ออกไปแข่งในต่างเมือง ทั้งนี้ ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่อาจจะหากลยุทธ์ที่จะกระตุ้นให้แฟนกีฬาที่ไม่ใช่คนในพื้นที่เดินทางมาชม รวมถึงกระตุ้นให้ผู้ที่อยู่ในพื้นที่เข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬา ที่จัดขึ้นในเมืองของตนเองให้มากขึ้น

ความสำคัญและประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Standeven and De Knop (1999, p. 170) กล่าวว่า การที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญได้นั้นต้องอาศัยองค์ประกอบหลักสองส่วน คือ

1. สถานที่ (Places) ต้องมีความดึงดูด มีชีวิตชีวาและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

2. กิจกรรม (Activities) มีกิจกรรมกีฬาที่ดีเยี่ยมหรือได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่หลากหลายให้เข้าร่วม และให้ได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ กีฬาก็ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นด้วยวัตถุประสงค์หลักหรือวัตถุประสงค์รองของการเดินทางก็ตาม ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2-1 ที่แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงวันหยุดของสหราชอาณาจักร สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยนั้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) ได้สรุปถึงความสำคัญและประโยชน์ของกีฬาที่มีต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการท่องเที่ยวไว้ว่า กีฬาจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้คนในสังคมมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและสุขภาพจิตที่ดี ประกอบอาชีพและกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นกำลังสำคัญในการผลิตและบริการทำให้ผลผลิตและรายได้ของประเทศเพิ่มขึ้น และทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญก้าวหน้า โดยมีความสำคัญ ดังนี้

- การนำเงินตราเข้าประเทศ การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติ เช่น การที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 18 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 69,305 คน เป็นคณะนักกีฬาและเจ้าหน้าที่ จำนวน 4,305 คน คณะกรรมการจัดการแข่งขันและเจ้าหน้าที่ จำนวน 12,000 คน สื่อมวลชน จำนวน 3,000 คน ผู้ชมและกองเชียร์ประมาณ 50,000 คน ประมาณการรายได้จากการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 18ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของเงินที่ใช้จ่ายประมาณ 255,000,000 บาทต่อวัน นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2541 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 มีผู้เดินทางมาร่วมในการแข่งขันประมาณ 20,000 คน ประกอบด้วยนักกีฬา เจ้าหน้าที่ กรรมการ คณะกรรมการจัดการแข่งขัน คณะกรรมการโอลิมปิกแห่งเอเชีย (Olympic Council of Asia) คณะกรรมการโอลิมปิกของแต่ละประเทศ (National Olympic Committee) และสื่อมวลชน (ยังไม่นับรวมผู้ที่มาชมการแข่งขัน) ซึ่งมี

การประมาณการใช้จ่ายเงินหมุนเวียนในขั้นต้นประมาณ 64,750,000 บาท ต่อวัน รวมเวลาที่อยู่ในประเทศไทยประมาณ 20 วัน (วันที่ 4-23 ธันวาคม พ.ศ. 2541) ทำให้มียอดรวมของกรใช้จ่ายเงินหมุนเวียนประมาณ 1,295,000,000 บาท จะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายต่อเนื่องจากการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬาดังกล่าวจะส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ในระยะยาวต่อไป และยังคงส่งผลให้เกิดมีธุรกิจต่อเนื่องตามมา

- การกระจายรายได้และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค การจัดการแข่งขันกีฬานอกจากการจัดในเมืองหลวงแล้ว ได้มีการส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬาในเมืองหลักหรือเมืองที่มีความพร้อมในภาคต่าง ๆ ของประเทศ จะเห็นได้จากการจัดการแข่งขันกีฬาแห่งชาติซึ่งจะมีการจัดหมุนเวียนไปตามภาคต่าง ๆ หรือการเป็นเจ้าของภาพการจัดการแข่งขันกีฬานานาชาติที่ประเทศไทยได้มีจัดการแข่งขันตามเมืองหลักที่มีศักยภาพในการจัดการแข่งขัน การกระจายการแข่งขันกีฬาไปยังส่วนตง ๆ ของประเทศเช่นนี้ ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและการสร้างอาชีพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น

- การพัฒนาด้านสาธารณูปโภค การเตรียมการจัดการแข่งขันกีฬาแต่ละครั้งจะต้องมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันกีฬา มีการพัฒนาเครือข่ายในการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ พัฒนาระบบโทรคมนาคมและการสื่อสาร ที่พัก สถานที่จัดการแข่งขันกีฬา และโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่จำเป็น สาธารณูปโภคเหล่านี้เป็นสิ่งก่อสร้างถาวรเมื่อการแข่งขันเสร็จสิ้นแล้วจะกลายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการท่องเที่ยว และบางแห่งยังสามารถพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่อไปได้ในอนาคต

- การพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการแข่งขันกีฬาไม่ว่าจะเป็นกีฬานานาชาติกีฬาสากล หรือกีฬาพื้นบ้าน วัตถุประสงค์หลักของเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันก็คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ ไปพร้อมกันด้วย

อาจสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องอาศัยลักษณะของสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือทางวัฒนธรรม ซึ่งในปัจจุบันการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเฉพาะการจัดการกิจกรรมกีฬาให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้มาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวตามปกติแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย เป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้ได้รับประสบการณ์ตรง ไม่ต้องเฝ้าดูเพียงอย่างเดียวเหมือนการท่องเที่ยวตามปกติ และยังช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดีอีกด้วย เพราะนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมจะมีกรถ่ายทอดประสบการณ์ที่ตนได้รับให้กับนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางด้านการจัดการกิจกรรมกีฬาในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกีฬา (Sports Management)

การจัดการการกีฬา (Sport Management) ความหมายดั้งเดิมการจัดการการกีฬา คือ การรวบรวมบุคลากร วัสดุ เทคโนโลยี และแหล่งการเงินที่ต้องใช้เพื่อให้องค์กรกีฬารบรรลุเป้าหมาย ได้ผู้บริหารอาจเป็นในรูปของบุคคล หรือคณะกรรมการมีหน้าที่รวบรวมทรัพยากร บุคลากรเงิน และเครื่องมือที่จะใช้ในการทำงานและทำงานให้บรรลุเป้าหมาย "ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดงานและสั่งการ"

ความหมายในยกปัจจุบันเป็นการนำแนวคิดทางบริหารธุรกิจมาผสานกับคุณสมบัติเฉพาะของการกีฬาและประสบการณ์ในทุกบริบทของผู้บริหาร เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จตามความคาดหวังในระดับสูงคำว่าผู้บริหารในที่นี้มิได้หมายถึง รัฐมนตรี ฯหรือนายกสมาคมกีฬาหรือผู้จัดการทีมกีฬาเท่านั้น ครูพลศึกษาและครูผู้ทำทีมกีฬาก็จัดเป็นผู้บริหารทีมกีฬาในโรงเรียน กล่าวคือ เป็นทั้งผู้จัดการทีม ผู้ฝึกสอน จัดหาผู้สนับสนุน และที่สำคัญเป็นผู้สรรหาเยาวชนที่มีความสามารถเชิงกีฬาเพื่อนำมาเจียรไนให้ได้นักกีฬาที่มีพรสวรรค์และสามารถเป็นไปสู่เป้าหมายได้ งานการบริหารและการจัดการการกีฬาจึงเป็นงานที่ทำ ทายความสามารถของบุคลากรในวงการกีฬาผู้บริหาร ผู้จัดการการกีฬาในปัจจุบัน มีความจำเป็นต้องมีความรู้ ศึกษาพื้นฐานขององค์กรกีฬาอย่างละเอียด ความรู้ในสาขาการจัดการการกีฬา (Sport Management) การตลาดกีฬา (Sport Marketing) และการพัฒนานวัตกรรม (Innovation Development) ทั้งแนวคิดและทฤษฎี เพื่อให้มีความ มั่นยำในความคิด (Idea) ซึ่งจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Creative) เพื่อที่จะนำไปสู่แนวทาง (Approaches) ที่เป็นระบบ (System) ประกอบกับความ มุ่งมั่นที่จำเป็นของปรัชญาการกีฬา เป็นพื้นฐานและคุณลักษณะสำคัญของการกีฬา

การจัดการ (Management) หมายถึง ชุดหน้าที่ต่างๆ (A Set of Function) ที่กำหนด ทิศทางในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) และคุ้มค่า (Cost Effective) เพื่อให้ บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรการบริหาร ถือเป็นการชี้นำ เป็นผู้บังคับบัญชา ส่วนคำว่า Management แปลว่า การจัดการ การมีส่วนร่วม การทำงานร่วมกัน การ จัดการมีองค์ประกอบ (Management Function) ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์กร การนำนโยบายไปปฏิบัติ การควบคุม การประเมินผล เป็นต้น การจัดการการกีฬา (Sport Management) จึงเป็นการนำทฤษฎีทางการ จัดการมาปรับ ประยุกต์ในกรบริหารและจัดการองกรกีฬา รวมถึงการจัดการการแข่งขัน ผลิตภัณฑ์และการบริหาร ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา

Heni Fayol ได้กล่าวไว้ว่า ผู้จัดการต้องทำงานหลัก 5 ประการ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ ได้แก่

การวางแผน : การวางแผนงานที่ต้องการให้ทำ

การจัดการ : ดำเนินงานและสถานที่ทำงานเพื่อให้แน่ใจว่าผลงานจะดี

การสั่งงาน : ออกคำสั่ง หรือชี้แนะให้ปฏิบัติงาน

การประสานงาน : ทำให้ทุกคนมีความพยายามร่วมมือกันในการทำงาน

การควบคุมงาน : ควบคุมและสอดส่องเพื่อให้แน่ใจว่าการทำงานตรงตามแผนการที่วางไว้

การจัดการการศึกษา จึงเป็นการนำแนวคิดทางบริหารธุรกิจ มาผสานกับคุณสมบัติเฉพาะของการศึกษา และประสบการณ์ในทุกบริบทของผู้บริหาร เพื่อให้ได้วิธีการที่ดีที่สุดสามารถนำไปปฏิบัติให้ได้เกิดผลสำเร็จตามความคาดหวังในระดับสูง

หน้าที่ของการจัดการการศึกษา (Sport Management Function)

การจัดการ มีหน้าที่ ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง โดยต้องคำนึงถึงความเหมาะสม ความคุ้มค่าและทรัพยากรให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่และผลที่ได้ควรอธิบายให้เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม หน้าที่ในการดำเนินงานหรือหน้าที่ในการจัดการเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการ Drucke กล่าวว่า หน้าที่ในการจัดการ คือ งานที่ผู้บริหาร ผู้จัดการหรือ ผู้นำองค์กรจะต้องทำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร มี 4 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) คือ การกำหนดเป้าหมาย แนวทางในการดำเนินการขององค์กร การกำหนดรูปแบบในการวางแผนจะมีลักษณะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผน ได้แก่ แผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ แผนพัฒนาระยะสั้น แผนระยะยาว หรือแผนเฉพาะกิจ เป็นต้น

2. การจัดองค์กร (Organizing) คือ การนำแผนงานที่ได้จัดการวางแผนมาสู่การปฏิบัติ เป็นการออกแบบโครงสร้าง เป็นการจัดระบบการทำงาน กำหนดขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบ การจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน การวางกฎระเบียบ การจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) การสรรหาบุคลากร ฝึกอบรม เพื่อให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. การอำนวยการ หรือการนำไปปฏิบัติ (Implementing) คือ กระบวนการแปลแผนงานเพื่อให้เป็นงานที่มอบหมายให้ปฏิบัติ (Action Assignment) เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่างานที่มอบหมายนั้น สามารถนำไปปฏิบัติสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้การนำ (Leading) การสั่งการ การจูงใจ กับผู้ปฏิบัติทุกระดับ (Staffing)

4. การควบคุม (Controlling) เป็นหน้าที่ในการดูแลการดำเนินงานขององค์กรและการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรให้มีความสอดคล้องในทุกๆระดับ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ กระทบผลบวก ผลลบ ปฏิบัติงานและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพ มีระบบการรายงานผลการปฏิบัติงาน ของบุคลากร ในองค์กรที่ดีเพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การจัดการการแข่งขัน (Event Management) เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการจัดการการกีฬา (Sport Management) หน้าที่ของการจัดการการกีฬา มีความหลากหลายและกว้างขวางมากแต่เป้าหมาย คือ การคิดให้ถูก ทำให้เป็นด้วยความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ตลอดจนความสามัคคีร่วมมือกันทำงานเป็นทีมตั้งแต่ระดับนานาชาติจนถึงระดับท้องถิ่น การจัดการการกีฬามีขอบข่าย 3 ระดับใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การจัดองค์กร(Organization Management)
2. การจัดการแข่งขัน (Event Management)
3. กระบวนการจัดการ (Process Management)

การบริหารและการจัดการนั้น ขึ้นอยู่กับองค์กรที่มีผู้นำที่ดี มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และเข้าถึงการทำงานในทุกๆระดับมีระบบการจัดการที่เป็นระบบโดยมีกลยุทธ์เป็นตัวขับเคลื่อนการมีวิสัยทัศน์ (Vision) คือ การคาดถึงอนาคตที่ทุกสิ่งเป็นไปได้การมองอนาคตที่สามารถติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ๆ สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่มีและข้อมูลต่างๆ

พันธกิจ (Mission) คือ ภาระหน้าที่การสนับสนุนและเพิ่มมูลค่าขององค์กร การทำให้องค์กรมีบริการเป็นที่หนึ่ง มีคุณภาพและเป็นทางเลือกของผู้บริโภคเป็นอันดับหนึ่งอยู่เสมอ เป้าหมาย (Goal) คือ ผลที่ต้องการได้รับ อันเกิดจากพันธกิจนโยบาย และกลยุทธ์การดำเนินการ

การวางแผนนโยบายระดับนานาชาติ การจัดทำนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายพัฒนากีฬาชาติ ตลอดจนจนถึงนโยบายของการกีฬาแห่งประเทศไทย รวมถึงทิศทางของหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษา มีความละเอียดอ่อนที่ต้องสอดคล้องและเหมาะสม เป็นเสมือนเข็มทิศที่สำคัญยิ่ง ควรต้องเป็นการสร้าง (Build) การคิดค้น (Create) สามารถนำไปดำเนินการให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในทุกๆระดับ ยังเป็นปัจจัยที่สร้างโอกาสและเป็นสิ่งเกื้อกูลให้เกิดผลทางธุรกิจที่สำคัญ การบริหารและการจัดการมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรทุกประเภท การบริหารและการจัดการกีฬาจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรกีฬาที่ต้องการความสำเร็จในการบริหารงานเช่นกัน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรฐานการจัดการแข่งขันวิ่ง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมมือกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) สมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และมูลนิธิสมาพันธ์ชมรมเดิน-วิ่ง เพื่อสุขภาพไทย จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานพัฒนามาตรฐานและกำหนดแนวปฏิบัติการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมพิจารณากำหนดแนวทางในการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน และได้จัดทำคู่มือการจัดการกิจกรรมวิ่งประเภทถนนของประเทศไทย สำหรับให้ผู้จัดกิจกรรมการวิ่งประเภทถนน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนภายในประเทศไทยได้อย่างถูกต้อง โดยคำนึงถึงผลประโยชน์และความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งประเภทถนนเป็นสำคัญ ทั้งยังจะเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่นำไปใช้พิจารณาเพื่อให้การสนับสนุน และบริหารจัดการกิจกรรมวิ่งประเภทถนนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีมาตรฐานการจัดการต่อไป

1. วัตถุประสงค์การจัดการกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดงานให้ชัดเจน ซึ่งวัตถุประสงค์อาจมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการประกอบกัน ได้แก่

1.1 วัตถุประสงค์เพื่อการแข่งขัน โดยจะต้องมีการระบุให้ชัดเจนว่าการแข่งขันนั้นมีเจตนาที่จะให้บังเกิดผลจากการแข่งขันในลักษณะใดกล่าวคือ

- มีการรับรองระยะทางและผลการแข่งขันอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะเป็นการรับรองสำหรับใช้ประโยชน์ในกรบันทึกข้อมูลสถิติ อันประกอบด้วย ระยะทาง เวลา ผลการแข่งขัน หรือสถิติอื่นๆ เพื่อรับรองผล การแข่งขันในระดับต่างๆ ในรายการแข่งขันที่เป็นทางการ หรือเป็นสากล ซึ่งจะเป็สถิติของประเทศที่ซึ่งรับรองโดยสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

- ไม่มีการรับรองระยะทางและผลการแข่งขันอย่างเป็นทางการ ซึ่งไม่มีการรับรองระยะทางและผลการแข่งขันในลักษณะเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม อาจมีการบันทึกสถิติด้วยแต่เป็นการบันทึกเพื่อใช้ประโยชน์อื่น อาทิ สถิติส่วนตัว สถิติของการแข่งขัน

1.2 วัตถุประสงค์เพื่อความสนุกสนาน ควรระบุให้ชัดเจนว่าการจัดกิจกรรมวิ่งนั้นเพื่อการสร้าง ความสนุกสนาน หรือเพื่อกิจกรรมนันทนาการ (Recreation) หรือเพื่อกิจกรรมความบันเทิงอื่น ให้เกิดประโยชน์สำหรับประชาชนในพื้นที่หรือประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ หรือประชาชนทั่วไป

1.3 วัตถุประสงค์เพื่อการกุศล ควรระบุให้ชัดเจนว่าการจัดกิจกรรมวิ่งนั้นเพื่อนำรายได้ที่ได้รับไปใช้ในการสร้างสาธารณกุศล หรือสาธารณประโยชน์ หรือกิจสาธารณะอื่น

1.4 วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรระบุให้ชัดเจนว่าการจัดกิจกรรมวิ่งนั้นจัดทำขึ้น เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่ หรือการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ หรือการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอื่น

1.5 วัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ ควรระบุให้ชัดเจนว่าการจัดกิจกรรมวิ่งนั้นจัดทำเพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ หรือการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อ สรรพคุณ และรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องไม่มีเจตนาารมณ์ที่ขัดต่อกฎหมาย หรือไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือไม่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชนและภาคประชาสังคม

1.6 วัตถุประสงค์อื่น ๆ ควรระบุให้ชัดเจนว่าการจัดกิจกรรมนั้นจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์อื่น

2. ประเภทของการจัดกิจกรรมวิ่งที่นิยมในประเทศไทย ประกอบด้วย 4 ประเภท ดังนี้

2.1 การวิ่งเพื่อความสนุกสนาน หรือฟันทัน (Fun Run) หรือที่เรียกกันว่า "เดิน-วิ่งเพื่อการกุศล" ระยะทาง ไม่เกิน 5 กิโลเมตร

2.2 การวิ่งมินิมาราธอน (Mini Marathon) ส่วนใหญ่ในประเทศไทยมักนิยมใช้ระยะทาง 10 กิโลเมตร

2.3 การวิ่งครึ่งมาราธอน (Half Marathon) ระยะทาง 21.1 กิโลเมตร

2.4 การวิ่งมาราธอน (Marathon) ระยะทาง 42.195 กิโลเมตร เป็นการจัดกิจกรรมวิ่งทางถนนระยะไกลที่เป็นมาตรฐานและได้รับความนิยมทั่วโลก

3. การกำหนดกลุ่มนักวิ่งเป้าหมาย

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนควรกำหนดกลุ่มนักวิ่งเป้าหมาย เช่น นักวิ่งชั้นนำของโลก นักวิ่งแนวหน้าระดับชาติของไทย นักวิ่งที่มีความสามารถในระดับแชนของกลุ่มอายุต่าง ๆ นักวิ่งของชมรมต่าง ๆ นักวิ่งเพื่อการกุศล นักวิ่งที่เป็นนักท่องเที่ยวดังชาติ นักเดิน (ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่ง แต่จะเป็นการเดินแทนการวิ่ง) นักวิ่งทั่วไปและ/หรือนักวิ่งมวลชน เป็นต้น

4. ปริมาณของนักวิ่งที่เข้าร่วมงาน

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนควรจะมีการจำกัดปริมาณนักวิ่งที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของระบบสาธารณูปโภคเชิงพื้นที่ สภาพ

การจรรยา ตลอดจนการอำนวยความสะดวก และการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นสำคัญ

5. การวัดผลการแข่งขันและการมอบรางวัล

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนต้องตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดงาน โดยพิจารณาปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้

5.1 การจัดกิจกรรมวิ่งบนถนนส่วนใหญ่ ผู้จัดจะจัดกิจกรรมวิ่งหลายประเภทในการจัดงานครั้งเดียว จึงทำให้มีกลุ่มนักวิ่งประเภทต่าง ๆ หลายกลุ่มผสมผสานรวมกัน

5.2 มีเพียงนักวิ่ง 3 ประเภท คือ นักวิ่งทั่วไปและ/หรือนักวิ่งมวลชน นักวิ่งเพื่อการกุศลและนักเดิน ที่เหมาะสมกับการวิ่งเพื่อความสนุกสนาน (Fun Run) ซึ่งไม่เน้นเรื่องการแข่งขันได้รับรางวัล และอาจไม่จำเป็นต้องมีสถิติอย่างเป็นทางการก็ได้

5.3 นักวิ่งประเภทอื่น ๆ เช่น นักวิ่งชั้นนำของโลก นักวิ่งแนวหน้าระดับชาติของไทย นักวิ่งที่มีความสามารถในระดับแข่งขันของกลุ่มอายุต่าง ๆ นักวิ่งของชมรมต่างๆ นักวิ่งที่เป็นนักท่องเที่ยวดังชาติ เป็นต้น จะเน้นการเข้าร่วมงานวิ่งที่มีการแข่งขันอย่างแท้จริง มีการวัดระยะทางอย่างถูกต้อง มีการจับเวลาอย่างเป็นทางการ และมีรางวัลมอบให้

5.4 รางวัลที่มอบให้ผู้ชนะการแข่งขันไม่จำเป็นต้องมีมูลค่าสูง ผู้จัดกิจกรรมวิ่งทุกคนต้องระลึกไว้ว่า มูลค่าของรางวัลเป็นเพียงปัจจัยที่ใช้ดึงดูดนักวิ่งที่เร็วที่สุดและนักวิ่งในกลุ่มอายุเท่านั้น ยิ่งรางวัลมีมูลค่าสูงเท่าใด ยิ่งมีโอกาสดึงดูดนักวิ่งที่ดีที่สุดของโลกได้มากขึ้นเท่านั้น แต่การได้รับความสนใจจากนักวิ่งชั้นนำระดับโลกอาจเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ หรือกระทั่งไม่ใช่เรื่องที่สำคัญเลยก็ได้

6. คุณภาพและมาตรฐานของการจัดงานหรือการจัดกิจกรรมวิ่ง ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

6.1 มาตรฐานการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรเป็นไปตามคู่มือการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนของประเทศไทย ตามประกาศของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

6.2 คู่มือการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนของประเทศไทย ถือเป็นเอกสารประกอบการพิจารณาและกำกับดูแลร่วมของผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

6.3 ในกรณีที่ต้องการให้มีการรับรองมาตรฐานในระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ (International Association of Athletics Federations)

: IAAF) จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชนว่าการจัดกิจกรรมวิ่งจะดำเนินไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

6.4 ได้รับการประชาสัมพันธ์ในปฏิทินการจัดกิจกรรมวิ่งประจำอย่างเป็นทางการตามประกาศของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

6.5 ได้รับความเชื่อมั่นต่อกติกาการแข่งขันซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปตามข้อกำหนดของสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ (IAAF) หรือสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ หรือกติกาที่เป็นไปตามประกาศของผู้จัดงานเฉพาะกิจกรรมในพื้นที่นั้น (Local Rules)

7. ช่วงวันและเวลาของการจัดกิจกรรมวิ่งผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

ควรคำนึงถึงกับสภาพอากาศในแต่ละพื้นที่ (เช่น อุณหภูมิ ความชื้นสัมพัทธ์ เป็นต้น) ช่วงเวลาของวันที่ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รับอันตรายจากความร้อนน้อยที่สุด สภาพการจราจร ความสะดวกของท้องถิ่น เทศกาลของท้องถิ่น ความสามารถในการบริการด้านที่พัก งานวิ่งอื่น ๆ ที่จัดในพื้นที่ใกล้เคียงหรือมีกลุ่มนักวิ่งเป้าหมายคล้ายกัน

8. การเลือกพื้นที่เพื่อจัดงานวิ่งผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

ควรคำนึงถึงขนาดของพื้นที่ที่เหมาะสมต่อจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในบริเวณจุดปล่อยตัวและเส้นชัย รวมทั้งควรเลือกจุดบริเวณจุดปล่อยตัว และเส้นชัยที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของการจัดกิจกรรมครั้งนี้ ทิศทางกาเคลื่อนที่ของมวลชนควรมีลักษณะเป็นการเคลื่อนที่ในทิศทางเดียวกัน โดยไม่กีดขวางซึ่งกันและกัน

9. ความปลอดภัยของผู้มีส่วนร่วมทุกฝ่าย

รวมไปถึงประชาชนที่จะได้รับผลกระทบจากการจัดกิจกรรมผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนจำเป็นต้องติดต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อกำหนดระดับรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมวิ่ง

10. ความรับผิดชอบตามกฎหมายและข้อบังคับท้องถิ่นผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

ควรดำเนินการดังนี้

- จัดทำประกันภัยที่คุ้มครองผู้เข้าร่วมกิจกรรมและ/หรือเจ้าหน้าที่จัดกิจกรรมตามรายชื่อที่ฝ่ายจัดกิจกรรมแจ้ง

- มีการจัดการข้อมูลและเอกสารการรับสมัครอย่างรอบคอบ เนื่องจากเป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถนำไปใช้เป็นการเฉพาะตามวัตถุประสงค์ในกิจกรรมนั้นๆ ดังนั้นผู้จัดกิจกรรมควรปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับคาปกป้องกันและรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนบุคคล

การบริหารจัดการ

1. การจัดการองค์กร ผู้จัดกิจกรรมวิประเภทถนนควรมีบุคลากรและหน่วยงานรับผิดชอบดูแลงานด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

- ผู้อำนวยการการแข่งขัน
- ฝ่ายออกแบบและจัดการเส้นทาง สนามแข่งขัน
- ฝ่ายการแพทย์และพยาบาล
- ฝ่ายทะเบียน รับสมัคร ประสานงานกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งระหว่างการรับสมัคร

และในวันรับอุปกรณ์ (Race Kit)

● ฝ่ายดูแลบริเวณปล่อยตัวและเส้นชัย การสร้าง ประกอบ ติดตั้งวัสดุต่างๆ อันได้แก่ ห้องน้ำ สถานที่เปลี่ยนชุด จุดรับฝากสัมภาระ จุดบริการเครื่องดื่ม อุปกรณ์กันลมฝุ่นชน โครงสร้างเพื่อติดตั้งระบบจับเวลา เป็นต้น ทั้งนี้ รวมถึงการรื้อถอนและขนย้ายออกเมื่อกิจกรรมวิ่งเสร็จสิ้น

- ฝ่ายดูแลจุดบริการน้ำ และจุดบริการ
- ฝ่ายควบคุมการจัดกิจกรรมวิ่ง
- ฝ่ายประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของรัฐในพื้นที่ ตำรวจ รถพยาบาล
- กลุ่มอาสาสมัคร
- ฝ่ายดูแลการคมนาคมโดยรอบและที่จอดรถ
- ฝ่ายรักษาความปลอดภัย
- ฝ่ายสื่อสารทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ อีเมล สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น
- ฝ่ายสื่อสาร วิทยุสื่อสาร โทรศัพท์ ทุกช่องทางในวันจัดกิจกรรมวิ่ง
- ฝ่ายรักษาความสะอาด และดูแลการกลับคืนสภาพ
- ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง เสื้อ ของที่ระลึก เหรียญ รางวัล อุปกรณ์จับเวลา และอื่นๆ
- ฝ่ายสิทธิประโยชน์ การคัดเลือกสปอนเซอร์
- การเงิน การควบคุมรายรับและรายจ่าย
- ฝ่ายประสานงานสื่อ การโฆษณา
- ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ เช่น งานเอ็กซ์โป และการแสดงต่างๆ เป็นต้น
- ฝ่ายอำนวยความสะดวก พิธีการ พิธีเปิด ตลอดจนพิธีมอบรางวัลตอนจบ การ

รับรองผู้สนับสนุน และบุคคลสำคัญที่มาร่วมงาน

2. การประชาสัมพันธ์ก่อนการรับสมัคร ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานแก่ผู้ที่สมัครร่วมกิจกรรม ซึ่งควรมีรายละเอียดตามนี้เป็นอย่างน้อย

- ชื่อองค์กร นิติบุคคล บุคคล หรือชมรมของผู้จัดกิจกรรมวิ่ง หน่วยงานร่วมจัด และรายชื่อหน่วยงานร่วมสนับสนุน

- วัตถุประสงค์การจัดงานวิ่ง
- วัน เวลา และสถานที่ของการจัดงาน
- ระยะเวลาทางการจัดการแข่งขัน การรับรองระยะทาง และผลการแข่งขันอย่างเป็นทางการ

ทางการ

- รูปแบบของเส้นทางการแข่งขัน
- การบริการทางการแพทย์
- โครงสร้างรางวัล (อายุ เพศ ระยะ หรืออื่นๆ)
- ข้อจำกัดด้านอายุสำหรับเด็ก
- การแข่งขันจะยึดกติกาขององค์กรวิ่งใด หรือมีกติกาพิเศษของการแข่งขันอย่างไร
- เวลาปล่อยตัวและตัดตัวของการแข่งขันแต่ละระยะ
- นักวิ่งกำกับเวลา (Pacer)
- การประเมินความเสี่ยงของเส้นทาง
- จำนวนสูงสุดของนักวิ่งที่จะรับสมัครในกรแข่งขันแต่ละระยะ และเงื่อนไขต่าง ๆ

ในการรับสมัคร

- วิธีรับสมัคร ค่าสมัคร วิธีการชำระเงิน การขอคืนค่าสมัคร การเปลี่ยนแปลงการสมัคร

สมัคร

- คุณสมบัติผู้สมัคร
- กำหนดการ
- สิ่งที่ผู้สมัครจะได้รับ และข้อมูลการรับอุปกรณ์การแข่งขัน
- เครื่องดื่มและจุดบริการระหว่างเส้นทาง รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเข้าเส้นชัย
- ข้อมูลการเดินทางสู่งานวิ่ง จุดจอดรถ และปริมาณรถที่จอดได้ในแต่ละจุด การรับ

ฝากสัมภาระ สถานที่กางเต็นท์ และอื่นๆ

- ข้อมูลการจราจรบนเส้นทางวิ่ง แสดงลักษณะการปิดกั้นการจราจรบนเส้นทางวิ่งที่อาจแตกต่างกัน ในเส้นทางวิ่งช่วงต่าง ๆ

- เงื่อนไขในการเลื่อนและ/หรือยกเลิกการจัดกิจกรรมวิ่ง

3. การจัดเตรียมระบบรับสมัคร (Online/On Site)

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนต้องมีการจัดทำระบบรับสมัครผ่านระบบออนไลน์ (Online) หรือระบบสมัครด้วยตนเอง (On Site) รวมทั้ง จัดเตรียมเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมของการรับสมัคร เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้ ผู้จัดต้องคำนึงถึงช่วงระยะเวลาและสถานที่ที่เปิดบริการรับสมัครให้เหมาะสม

4. กำหนดการ

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนต้องมีการจัดทำกำหนดการ (Timelines) เพื่อให้การดำเนินการจัดกิจกรรมวิ่งประสบความสำเร็จ จึงต้องมีกำหนดครรายละเอียดต่างๆ ในช่วงเวลาตั้งแต่ 24 ชั่วโมงก่อนการจัดกิจกรรมจะเริ่มขึ้น จนถึงเวลาสิ้นสุดการจัดกิจกรรม

5. การลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน อาจใช้วิธีการหลายรูปแบบในการลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งประเภทถนนขึ้นอยู่กับขนาดของการจัดกิจกรรมวิ่ง ซึ่งอาจจะมีทั้งการสมัครผ่านระบบออนไลน์ และสมัครโดยใช้ใบสมัครที่เป็นเอกสาร และใช้ระบบจับฉลาก (Lottery system) เพื่อกำหนดว่าใครได้รับสิทธิ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่ง สำหรับกิจกรรมวิ่งประเภทถนนขนาดกลาง และขนาดเล็กอาจจะให้มีการสมัครในวันจัดกิจกรรมได้สำหรับการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนขนาดใหญ่จะแจกจ่ายหมายเลขวิ่ง (BIB) ร่วมกับงานจัดแสดงและขายสินค้า (Expo) และไม่อนุญาตให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรับหมายเลขวิ่งในวันจัดกิจกรรม วิธีการแจกจ่ายหมายเลขวิ่ง และของที่ระลึก เช่น เสื้อ เหมียวรางวัล เป็นต้น ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ขนาดของพื้นที่ ระยะเวลาที่มี และจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จำเป็นต้องมีวางแผนอย่างรัดกุม เพื่อเตรียมพื้นที่ให้เพียงพอกับการแจกจ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

6. กติกาการแข่งขัน

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน สามารถสืบค้นศึกษากติกาการแข่งขันมาตรฐานสากลของสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ ได้จาก <https://www.iaaf.org/about-iaaf/documents/rules-regulations> ควรกำหนดกติกาการแข่งขัน (Rules) ที่เหมาะสมกับการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ถือเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรประกาศกติกาการแข่งขันก่อนถึงวันจัดกิจกรรม

7. อาสาสมัคร

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรมีอาสาสมัคร (Volunteers) เพื่อช่วยงานในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนที่ไม่ใช่รายการใหญ่ส่วนมากจะจัดโดย

อาสาสมัคร และมีการใช้ผู้รับจ้างเพียงในเส้นทางเทคนิคเท่านั้น เช่น การจับเวลา ระบบเครื่องเสียง เป็นต้น จึงควรดำเนินการ ดังนี้

- แต่งตั้งผู้ประสานงานอาสาสมัครตั้งแต่กระบวนการวางแผน
- ผู้ประสานงานอาสาสมัครควรพบปะกับหัวหน้าทีม ผู้จัดการทีมทุกคน เพื่อกำหนดจำนวนและประเภทของอาสาสมัครที่ต้องการในการดำเนินงานแต่ละครั้ง
- ควรฝึกอบรมอาสาสมัครให้เข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบในตำแหน่งด้านต่างๆ ในการจัดกิจกรรม เพื่อลดความเสียหายต่อการบริหารจัดการกิจกรรมวิ่งประเภทถนน
- จัดเตรียมรายชื่อเจ้าหน้าที่อาสาสมัครทุกคน พร้อมรายละเอียดสำหรับติดต่ออย่างครบถ้วน

8. แผนการประกอบติดตั้งและรื้อถอนอุปกรณ์สนามและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ควรคำนึงถึงความปลอดภัย ประสิทธิภาพของการใช้งาน และระยะเวลาในการประกอบและจัดเก็บอุปกรณ์ต่างๆ

9. ข้อมูลสรุปสุดท้ายเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรให้ข้อมูล "ข้อมูลสรุปสุดท้ายเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม" (Final Details) ให้กับผู้ที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมในวันสมัคร หรือภายในวันที่กำหนดไว้ก่อนวันจัดกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 7 วัน ซึ่งควรมีรายละเอียดตามนี้เป็นอย่างน้อย

- การเดินทางสู่จุดปล่อยตัวหรือกองอำนวยความสะดวกกิจกรรมวิ่ง
- รายละเอียดกระบวนการปล่อยตัว เช่น ระบุช่องทางเดินเข้าออก ปล่อยตัว ระบุการจัดลำดับการ

● กระบวนการต่าง ๆ หลังเข้าเส้นชัย เช่น การรับป้ายอันดับ รับเหรียญ รับของที่ระลึก

- ขั้นตอนการประท้วงผลการแข่งขัน
- สิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณงาน เช่น สุขา ห้องอาบน้ำ การฝากสัมภาระ เป็นต้น

- กำหนดการของพิธีการต่างๆ
- บริการแจ้งผลการแข่งขัน
- แผนที่แสดงกองอำนวยความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
- ระยะเวลาและลักษณะของเส้นทางวิ่งที่ชัดเจน
- แผนที่เส้นทางวิ่งฉบับล่าสุด ระบุการปิดการจราจรตามที่ปรับแก้ล่าสุดแล้ว

- ระบุช่วงระยะที่จะตั้งจุดบริการน้ำ

การวางแผนเส้นทางการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนและองค์ประกอบเส้นทาง

1. การขออนุญาตและประสานแจ้งหน่วยงานต่าง ๆ

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตามกฎหมาย และประสานแจ้งให้ส่วนต่างๆ ทราบล่วงหน้า ดังนี้

- ส่วนราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบการอนุญาตให้ใช้พื้นที่
- แจ้งโรงพยาบาลและสถานพยาบาลในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียงทราบล่วงหน้าว่าจะมีการจัดกิจกรรมวิ่ง
- แจ้งให้ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่และโดยรอบเส้นทางวิ่งทราบล่วงหน้าว่าจะมีการจัดกิจกรรมวิ่ง

● หน่วยงานจราจร/ทางหลวง/ตำรวจในพื้นที่

2. การออกแบบและวัดเส้นทางการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรคำนึงถึง

- ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่ง โดยพิจารณาความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น และวางแผนป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงนั้นๆ
- บริเวณที่เหมาะสมสำหรับเป็นจุดปล่อยตัวและเส้นชัย โดยต้องมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อปริมาณผู้เข้าร่วมงาน และการจัดวางจุดอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- พยายามให้ชุมชนในบริเวณที่จัดกิจกรรมได้รับผลกระทบน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ เช่น เลือกเส้นทางวิ่ง ที่คนในชุมชนสามารถหลบเลี่ยงได้หากมีการปิดการจราจร เส้นทางวิ่งต้องไม่ปิดกั้นการเข้าถึงสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับความช่วยเหลือฉุกเฉิน เช่น สถานพยาบาล สถานีดับเพลิง เป็นต้น

- เส้นทางวิ่งมีแสงสว่างเพียงพอ
- เส้นทางวิ่งกว้างเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม
- พื้นผิวของเส้นทางวิ่งมีความเรียบแข็งตลอดเส้นทาง หากมีช่วงใดของเส้นทางวิ่งที่ผิดไปจากนี้ต้องแจ้ง ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งทราบล่วงหน้า

- กรณีสามารถปิดการจราจรได้ทั้งหมด ต้องมีอุปกรณ์กั้นแบ่งเส้นทางวิ่งกับเส้นทางจราจรเพื่อความปลอดภัย

- ประสานงานกับผู้ให้บริการคมนาคม เพื่อให้บริการในเรื่องสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างเพียงพอ

- รายการแข่งขันที่ต้องการรับรองสถิติ ควรได้รับการวัดระยะทางและรับรองจากสมาคมกีฬากรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ หรือผู้ได้รับการอนุญาตจากสมาคมกีฬากรีฑา โดยใช้การวัดระยะทางด้วยจักรยานที่สอบเทียบแล้ว (Calibrated Bicycle) หากผู้จัดกิจกรรมวิ่งทำการวัดระยะเอง ต้องระบุเครื่องมือและวิธีการวัดระยะด้วย

3. การวางแผนผังงาน การคำนวณและการประเมินทรัพยากรในบริเวณงานและจุดบริการระบุรายละเอียดของการจัดเตรียมการวางแผนผังงานและการพิจารณาความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากร ตลอดทั้งในบริเวณที่จัดกิจกรรมวิ่ง เส้นทางวิ่ง จุดปล่อยตัว เส้นชัย และจุดบริการ โดยมีแนวทางการพิจารณาดังนี้

3.1 การวางแผนเส้นทางวิ่ง

เส้นทางวิ่งเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยพิจารณาความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นและวางแผนป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงนั้น ๆ โดยบริเวณที่เหมาะสมสำหรับเป็นจุดปล่อยตัวและเส้นชัย โดยต้องมีพื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อปริมาณผู้เข้าร่วมงาน และการจัดวางจุดอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งนี้ พึงตระหนักในเรื่องต่อไปนี้

- การจัดระบบบริเวณจุดปล่อยตัวควรคำนึงถึงความปลอดภัยและรองรับกับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งและผู้ชม

- การจัดทิศทางและผังบริเวณจุดปล่อยตัว โดยคำนึงถึงกระแสการเคลื่อนที่ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่จะเข้าสู่บริเวณปล่อยตัว ไม่ให้เกิดการติดขัด และไม่ให้มีการตัดหรือลัดคิวบริเวณปล่อยตัวการกำหนดเส้นทางควรตระหนักว่าพยายามให้ชุมชนในบริเวณที่จัดงานได้รับผลกระทบน้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ อาทิ การเลือกเส้นทางวิ่งที่คนในชุมชนสามารถหลบเลี่ยงได้หากมีการปิดการจราจร เส้นทางวิ่งต้องไม่ปิดกั้นการเข้าถึงสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับความช่วยเหลือฉุกเฉิน เช่น สถานพยาบาล สถานีดับเพลิง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เส้นทางวิ่งควรมีการสำรวจตรวจสอบ และวางแผนดำเนินการ โดยพิจารณาจาก

3.2 ความสว่างของเส้นทางวิ่งที่มีเพียงพอ

3.3 เส้นทางวิ่งกว้างเพียงพอกับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

3.4 พื้นผิวของเส้นทางวิ่งมีความเรียบแข็งตลอดเส้นทาง หากมีช่วงใดของเส้นทางวิ่งที่ผิดไปจากนี้ต้องแจ้งให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งทราบล่วงหน้า

3.5 กรณีไม่สามารถปิดการจราจรได้ทั้งหมด ต้องมีอุปกรณ์กั้นแบ่งเส้นทางวิ่งกับเส้นทางจราจรเพื่อความปลอดภัย

3.6 การประสานงานกับผู้ให้บริการ โทรคมนาคม เพื่อให้บริการในเรื่อง สัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างเพียงพอ

4. การจัดการและควบคุมดูแลเส้นทางวิ่ง

ผู้จัดควรจัดให้มีการวางแผนในการควบคุมดูแลเส้นทางวิ่งอย่างเหมาะสมและปลอดภัย ดังนี้

- การแต่งตั้งหัวหน้ามาร์แชล (Marshal) เพื่อควบคุมดูแลและสั่งการกิจกรรมต่าง ๆ ในเส้นทางวิ่ง

- มีมาร์แชล (Marshal) เพียงพอทั่วพื้นที่จัดกิจกรรมวิ่ง คณะมาร์แชล (Marshal) ต้องมีวุฒิภาวะเพียงพอในการควบคุมดูแลผู้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม ดูแลตลอดเส้นทางวิ่ง โดยเฉพาะจุดเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ทางร่วมทางแยก จุดตัดต่าง ๆ เป็นต้น

- มาร์แชล (Marshal) ต้องแต่งกายหรือติดแสดงอุปกรณ์ที่ทำให้ผู้พบเห็นแยกแยะได้ว่าเป็นมาร์แชล (Marshal)

- มีวิทยุสื่อสารระหว่างหัวหน้ามาร์แชล (Marshal) และมาร์แชล (Marshal) ที่รับผิดชอบด้านต่าง ๆ

- ก่อนวันจัดกิจกรรมวิ่ง มาร์แชล (Marshal) จะต้องได้รับการแจ้งบทบาท หน้าที่ ตำแหน่งที่ประจำการ และขั้นตอนการปฏิบัติ หากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน (แผนสำรองเพื่อรับเหตุฉุกเฉิน) รวมทั้งมีรายชื่อ หมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน และข้อมูลต่าง ๆ

- การจัดกิจกรรมวิ่งจะมีรถนำหน้านักวิ่ง โดยขับหรือขี่ไปตามเส้นทางวิ่งนำหน้านักวิ่งคนแรก ประมาณ 50 - 100 เมตร

- เส้นทางวิ่งต้องไม่มีสิ่งกีดขวางที่ทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากต้องเบี่ยงเส้นทาง และแออัด หากไม่สามารถเคลื่อนย้ายสิ่งกีดขวางได้ จะต้องทำเครื่องหมายว่ามีสิ่งกีดขวางให้ชัดเจน และควรมีมาร์แชล (Marshal) ประจำจุดนั้นด้วย

- มาร์แชล (Marshal) จะอยู่ประจำในตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายจนกว่าจะได้รับแจ้งยุติภารกิจ

- เก็บป้ายบอกเส้นทาง อุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม และขยะต่างๆ ที่เกิดจากการจัดกิจกรรม ออกจากพื้นที่ทั้งหมดโดยเร็วหลังจากจบกิจกรรม

5. จุดปล่อยตัวและการปล่อยตัวผู้จัดควรพิจารณาให้มีองค์ประกอบของจุดปล่อยตัว และการปล่อยตัว ดังนี้

5.1 แต่งตั้งผู้อำนวยการจุดปล่อยตัว และคณะทำงานด้านการปล่อยตัว มีหน้าที่ควบคุมการปล่อยตัว

5.2 มีแนวเส้นปล่อยตัว ซึ่งมีขนาดที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมและกรรมการทุกคนมองเห็นได้ชัดเจน

5.3 กั้นพื้นที่ปล่อยตัวให้เป็นพื้นที่สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยเฉพาะ แยกจากผู้ติดตาม ผู้ชม และบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งกั้นก่อนผู้เข้าร่วมกิจกรรมเข้าสู่บริเวณจุดปล่อยตัว พื้นที่สำหรับจุดปล่อยตัวคำนวณโดยประมาณไม่ควรเกิน 3 คน ต่อตารางเมตร กั้นจุดปล่อยตัวเป็นช่อง โดยมีความยาวขึ้นกับปริมาณนักวิ่ง

5.4 ก่อนการปล่อยตัว 10-30 นาที เส้นทางวิ่งหน้าจุดปล่อยตัวต้องปลอดการกีดขวางจาก ผู้แข่งขันที่เดินสู่จุดปล่อยตัวล่าช้า ช่างภาพ และผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด

5.5 การออกแบบจุดปล่อยตัวควรมีลักษณะดังนี้

- มีพื้นที่สำหรับนักวิ่งขึ้นนำโดยเฉพาะ โดยอยู่ลำดับแรกจากเส้นปล่อยตัว

- หลังจากพื้นที่สำหรับนักวิ่งขึ้นนำ จะมีพื้นที่ซึ่งปลอดจากผู้แข่งขันอยู่ระยะหนึ่ง 3-5 เมตร เพื่อกันมิให้ผู้แข่งขันกลุ่มต่อไปมาผลักดันนักวิ่งขึ้นนำจนนักวิ่งขึ้นนำอาจล้ำเส้นปล่อยตัวได้

- หลังจากนั้นจะแบ่งลำดับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมออกเป็นช่วง ๆ ตามความเร็วลดหลั่นจากเร็วไปช้า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความเร็วสูงอยู่ด้านหน้า เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความเร็วต่ำกีดขวาง ทางวิ่งของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความเร็วสูงกว่า

5.6 มีกระบวนการปล่อยตัวที่เห็นและได้ยินชัดเจน โดยต้องมีระดับเสียงที่ดังกว่า ระบบกระจายเสียงประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การปล่อยตัวราบรื่น

5.7 ผู้ตัดสิน ผู้ปล่อยตัว และผู้จับเวลา จะต้องอยู่ในตำแหน่งที่เห็นเส้นปล่อยตัวได้อย่างชัดเจน

5.8 ผู้ประกาศควรบอกเวลาถอยหลังก่อนถึงการปล่อยตัว ควรบอกที่เวลานับถอยหลังก่อนการปล่อยตัว

5.9 จัดตำแหน่งของรถนำขบวนนักวิ่งให้ออกตัวได้สะดวก และไม่เป็นอันตรายต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม

6. บริเวณเส้นชัย ผู้จัดจะต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเส้นชัย ดังนี้

6.1 เส้นชัยเป็นบริเวณที่มีความสำคัญเทียบเท่ากับจุดปล่อยตัว ซึ่งจะต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้บริเวณทั้งสองนี้ปลอดจากบุคคลผู้ไม่เกี่ยวข้อง และมีเพียงเจ้าหน้าที่ถือริบบิ้นเส้นชัยเท่านั้นที่ยืนอยู่เมื่อนักวิ่ง คนแรกวิ่งเข้ามา ส่วนบริเวณข้างเส้นชัยให้เป็นพื้นที่ของเจ้าหน้าที่และผู้จับเวลา ควรออกแบบเส้นทางวิ่งระยะ 200 เมตร ก่อนถึงเส้นชัยเป็นทางตรงและราบ

และต้องมีป้ายบอกระยะ 40 เมตร และ 200 เมตร ก่อนถึงเส้นชัย มีการติดตั้งนาฬิกาจับเวลา นอกจากนี้ อาจกันพื้นที่อย่างน้อย 20 เมตรหลังเส้นชัย เพื่อเป็นพื้นที่หลังวิ่งสำหรับนักวิ่งชั้นนำ และควรมีพื้นที่สงวนไว้สำหรับ ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ ช่างภาพ หน่วยแพทย์ หน่วยตรวจสอบสารกระตุ้น และอื่น ๆ

6.2 เส้นชัยส่วนใหญ่เป็นแบบมีซุ้มเหนือศีรษะ เพื่อค้ำปีกและนาฬิกาสนามซึ่งโครงสร้างของซุ้มจะต้องแข็งแรงและทนต่อแรงลม และต้องสามารถวางเครื่องส่งและรับสัญญาณของอุปกรณ์จับเวลาแบบไร้สายและอุปกรณ์ถ่ายรูปรูขุมเข้าเส้นชัย การจัดการกิจกรรมวิ่งบางรายการอาจมีการจัดเส้นชัยหลายช่องทาง จะติดตั้งซุ้มหลังเส้นชัยประมาณหนึ่งเมตร เพื่อให้จุดที่เป็นเส้นชัยจริง ๆ มีทัศนวิสัยปลอดโปร่งสำหรับการถ่ายรูปนักกีฬาขณะเข้าเส้นชัย

6.3 เส้นชัยควรใช้ระบบจับเวลาสำรองแบบบันทึกวิดีโอ เพื่อให้สามารถเรียงอันดับการเข้าเส้นชัยได้แม่นยำ และสามารถตรวจสอบได้กรณีที่มีการประท้วงผลตัดสิน ถ้าบันทึกเวลาด้วยชิป (CHIP) อิเล็กทรอนิกส์ต้องมีระบบสำรองเพื่อเก็บข้อมูลเวลาและข้อมูลลำดับการแข่งขัน ในกรณีที่ระบบหลักไม่สามารถใช้งานได้ ผู้จัดการควรมีวิธีการเพื่อยืนยันลำดับกาเข้าเส้นชัยแบบทันทีสำหรับนักวิ่งที่ได้รับรางวัลจนถึงอันดับสำรอง โดยที่การจับเวลาด้วยมือและการจัดอันดับด้วยคณะกรรมการซึ่งมีความชำนาญ และมีทีมที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้จับเวลาและผู้บันทึกเวลา ผู้จัดอันดับ ผู้ชี้ขาดอันดับ เป็นต้น ส่วนอุปกรณ์จับเวลาแบบไร้สาย (Transponder) โดยอุปกรณ์นี้จะถูกติดตั้งให้กับนักวิ่งทุกคน เพื่อให้เกิดการบันทึกสถิติเข้าไปยังคอมพิวเตอร์ โดยอัตโนมัติเมื่อนักวิ่งแต่ละคนวิ่งข้ามเส้นชัย วิธีนี้เป็นวิธีบันทึกเวลาการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ผลการแข่งขันสามารถแสดงผลได้ทันที แต่จะต้องหมายเหตุว่า "ผลการแข่งขันอย่างไม่เป็นทางการ" จนกว่าจะมีการตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งนี้ งานวิ่งที่ใช้ระบบจับเวลาด้วยอุปกรณ์ไร้สาย และมีจุดตรวจสอบเวลาที่ จุดปล่อยตัว จะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งได้รู้เวลาเฉพาะบุคคล "net time" ของแต่ละคนได้ คำนี้หมายถึง ระยะเวลานับตั้งแต่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมคนนั้นข้ามเส้นปล่อยตัวจนถึงข้ามเส้นชัย ซึ่งคำนี้แตกต่างจากเวลาสนาม "GUN TIME" ซึ่งจะเริ่มจับเวลาตั้งแต่สิ้นเสียงปืนปล่อยตัว เวลาเฉพาะบุคคลนี้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เข้าแข่งขันในงานวิ่งขนาดใหญ่ ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนอาจข้ามเส้นปล่อยตัวด้วยเวลาที่ต่างกันหลายนาที (ตามกติกาของ IAAF เวลาอย่างเป็นทางการจะยึดตามเวลาสนาม) แต่ในงานวิ่งขนาดใหญ่หลายงานที่ไม่ใช่ระดับชิงชนะเลิศ จะบอกเวลาเฉพาะบุคคลด้วย และใช้เวลานี้เพื่อหาผู้ชนะในประเภทกลุ่มอายุ

7. บริเวณจุดบริการ ผู้จัดการพิจารณาถึงรายละเอียดในการกำหนดจุดบริการต่าง ๆ อาทิ จุดอำนวยความสะดวกและแจกอุปกรณ์ต่างๆ จุดบริการระหว่างเส้นทาง จุดประมวลผลการแข่งขัน จุดบริการอาหาร จุดแจกรางวัล และจุดบริการอื่นๆให้เกิดความพร้อม โดยจะพิจารณารายละเอียดของ

จุดบริการในหมวดต่อไป ทั้งนี้ การพิจารณาของผู้จัดควรจะต้องพิจารณาทั้งในภาพรวมและรายละเอียดของการวางแผน ดำเนินการ การประเมินการใช้ทรัพยากร การจัดสรรทรัพยากร การพิจารณางบประมาณ และการวางแผนเผชิญเหตุในกรณีฉุกเฉินหรือในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการใช้ทรัพยากร โดยจะต้องพิจารณาบนพื้นฐานของความปลอดภัย ความสะดวกในการให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ความเหมาะสมของพื้นที่ กฎกติกาการแข่งขันที่ได้รับยอมรับโดยทั่วไปและความสุขที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมพึงได้รับซึ่งจะนำมาสู่ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมในรายการต่อไป โดยระบุให้ชัดเจนว่าได้มีการดำเนินการเรียบร้อยแล้วในทุกเรื่องที่สำคัญหรือไม่เรียบร้อยนั้นเกิดจากปัญหาอุปสรรคใดและมีการแก้ไขเบื้องต้นอย่างไร ทั้งนี้ สามารถจัดทำพร้อมแนบเอกสารและ/หรือรายละเอียดรวมทั้งภาพถ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องได้ตามความเหมาะสม การให้ข้อมูลบริเวณงานผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรให้ข้อมูลบริเวณการจัดงาน ดังนี้

- ควรมีแผนผังและป้ายแสดงที่ตั้งของจุดอำนวยความสะดวกของงานอย่างชัดเจนทุกด้านของทางเข้า เช่น ที่จอดรถ จุดประชาสัมพันธ์ จุดรับฝากสัมภาระ จุดพยาบาล ห้องสุขา/ห้องอาบน้ำ จุดปล่อยตัว/เส้นชัย จุดบริการอาหาร/เครื่องดื่ม เป็นต้น

- ควรคำนึงถึงจำนวนห้องสุขาที่สัมพันธ์กับปริมาณผู้เข้าร่วมกิจกรรม ควรมีผู้รับผิดชอบดูแลทำความสะอาดห้องสุขาอย่างต่อเนื่อง ห้องสุขาควรถูกสุขอนามัย กรณีการจัดกิจกรรมวิ่งที่มีระยะเกินครึ่งมาราธอน ควรพิจารณาเพิ่มห้องสุขาระหว่างเส้นทางวิ่งด้วย

- ควรมีป้ายแสดงเส้นทางไปยังจุดจอดรถก่อนถึงบริเวณงานให้เพียงพอทุกจุดโดยคำนึงว่าผู้เข้าร่วมงานอาจเดินทางมาจากหลายเส้นทาง

- ควรมีป้ายแสดงผังเส้นทางวิ่ง เลขกิโลเมตร จุดบริการน้ำ และจุดอำนวยความสะดวกต่างๆตลอดเส้นทาง หากเส้นทางวิ่งไม่ใช่ทรงราบ ต้องมีกราฟแสดงระดับความสูงของพื้นที่ด้วย

- ควรมีกองอำนาจการ โตะ หรือเต็นท์ประชาสัมพันธ์อยู่บริเวณศูนย์กลางของงาน โดยมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ประจำอยู่ตลอดเวลาการจัดงาน

- ควรมีพื้นที่ให้นักวิ่งกรอกข้อมูลติดต่อฉุกเฉินและข้อมูลสุขภาพบนหมายเลขติดหน้าอก

8. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความพิการ หรือนั่งวีลแชร์ และประเภทอื่นๆ

8.1 งานวิ่งหลายงานจัดให้มีกิจกรรมวิ่งสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีความพิการ หรือนั่งวีลแชร์ด้วย จะต้องมีการเตรียมปล่อยตัวผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งประเภทนี้แยกต่างหาก เพื่อให้แน่ใจว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนจะได้รับความปลอดภัย

8.2 การปล่อยตัวผู้เข้าร่วมกิจกรรมวีลแชร์ก่อนผู้เข้าร่วมกิจกรรมประเภทอื่น 5 นาที ขึ้นไป

8.3 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมในประเภทอื่น ๆ มักต้องใช้เวลาในการวิ่ง และต้องการความช่วยเหลือมากกว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั่วไป ผู้จัดงานจึงมักให้สิทธิ์ในการปล่อยตัวก่อน และอนุญาตให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้พาผู้ช่วยประจำตัววิ่งไปด้วยตลอดเส้นทาง

9. จุดบริการน้ำและเครื่องบริโภคน้ำเพื่อความสดชื่น ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ต้องจัดจุดบริการน้ำให้มีความเพียงพอ ต่อเนื่อง และไม่ติดขัด ซึ่งต้องคำนึงถึงจำนวนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสภาพอากาศ ดังนี้

9.1 การจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ต้องจัดให้มีน้ำดื่มและเครื่องบริโภคน้ำเพื่อความสดชื่นที่เหมาะสม เมื่อเข้าเส้นชัยของทุกรายการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน

9.2 การจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนทุกรายการ ต้องมีจุดบริการน้ำดื่มก่อนการปล่อยตัว ที่เส้นชัยและมีจุดบริการน้ำดื่มตลอดเส้นทางวิ่ง ทุกระยะ 2-3 กิโลเมตร ในกรณีที่อากาศร้อนต้องจัดจุดบริการน้ำหรือเครื่องบริโภคน้ำเพื่อความสดชื่น ทุก 2 กิโลเมตร สำหรับการวิ่งที่มีระยะทางมากกว่า 10 กิโลเมตร ในจุดบริการ ดังกล่าว ควรจัดให้มีเครื่องบริโภคน้ำเพื่อความสดชื่นอื่นๆ นอกเหนือจากน้ำดื่มด้วยก็ได้

9.3 เครื่องบริโภคน้ำเพื่อความสดชื่น อาจเป็นเครื่องดื่มหรืออาหารเสริมให้พลังงาน เช่น เครื่องดื่มเกลือแร่ หรือน้ำหวาน หรืออาจมีผลไม้ทานง่าย เช่น แดงโม เป็นต้น ผู้จัดกิจกรรมวิ่งควรกำหนดว่าสิ่งใดเหมาะสม โดยพิจารณาจากสถานการณ์แวดล้อมประกอบการตัดสินใจ ทั้งนี้ กรณีมีเครื่องดื่มหลายประเภท ควรวางไว้แยกโต๊ะ มีป้ายบอกชัดเจน และจะต้องมีน้ำเปล่าไว้ไว้สะดวกถ่ายของจุดบริการน้ำ

9.4 การจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนที่มีเส้นทางแบบไป-กลับ อาจแยกจุดให้น้ำเป็นสองฝั่ง แต่อย่างไรก็ตามสามารถตั้งจุดบริการตรงกลางถนนเพื่อใช้แจกจ่ายน้ำหรือเครื่องบริโภคน้ำให้กับนักกีฬาทั้งขาไปและขากลับได้ ทั้งนี้ จุดบริการน้ำและเครื่องบริโภคน้ำ ต้องไม่กีดขวางเส้นทางวิ่ง และไม่ตั้งจุดบริการน้ำตรงกับจุดบันทึกเวลาระหว่างเส้นทาง (Check Point) มีป้ายแจ้งเตือนอย่างชัดเจนอย่างน้อย 100 เมตรก่อนถึงจุดบริการน้ำ

9.5 มีระบบการจัดเตรียมและขนส่งน้ำดื่มและ/หรือน้ำแข็ง รวมถึงอุปกรณ์การบริการสอดคล้องตามหลักสุขอนามัย หากให้บริการน้ำดื่มเย็น ไม่ควรมีน้ำแข็งในแก้ว เพราะก้อนน้ำแข็งอาจทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมลื่นและ เป็นอันตรายต่อการก้าววิ่ง หรือหากมีจะต้องไม่มีน้ำแข็งมากเกินไป

9.6 ผู้จัดกิจกรรม ควรเตรียมภาชนะและปริมาณน้ำให้เพียงพอสำหรับ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งทุกคนผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่ง 1 คน จะใช้น้ำมากกว่า 1 แก้ว โดยเฉลี่ยควรเตรียม น้ำดื่มแต่ละจุดบริการ ไม่น้อยกว่า 250-330 มิลลิลิตรต่อคน และกรณีเส้นทางเป็นแบบไป-กลับ แต่ ละจุดบริการควรเตรียมน้ำปริมาณสองเท่า ทั้งนี้ ควรพิจารณาจากสภาพอากาศ โดยพื้นที่ที่มีอุณหภูมิ สูงต้องมีการเพิ่มปริมาณน้ำดื่มให้มากกว่าปกติ โดยเฉพาะต้องมีการจัดเตรียม ในกรณีที่ผู้เข้าร่วม กิจกรรมบางคนอาจใช้ราดตัวหรือล้างหน้าด้วย

9.7 ขนาดของจุดบริการน้ำและเครื่องบริ โภคเพื่อความสดชื่น ควร ออกแบบให้สอดคล้องหรือเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมและระยะทางระหว่างจุดบริการ โดยให้เข้าถึงง่าย ซึ่งทำได้ในลักษณะของการจัดโต๊ะแจกจ่ายน้ำและเครื่องบริ โภคเพื่อความสดชื่น ให้กระจายตัวไปตามระยะทางที่ยาวขึ้น ให้หลีกเลี่ยงการตั้งจุดบริการไว้ ตรงทางเลี้ยว โดยตำแหน่ง ที่เหมาะสมที่สุดคือบนเส้นทางวิ่ง ซึ่งถนนก่อนหน้าและหลังจากตำแหน่งนั้นเป็นทางตรงระยะทาง มากกว่า 200 เมตร และบริเวณจุดบริการควรมีถังขยะ อุปกรณ์ทำความสะอาด และถุงมือให้ อาสาสมัคร เพื่อเก็บแก้วน้ำและขวดที่ถูกทิ้งในช่วงที่จำนวนของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเบาบางลง การทำ เช่นนี้ก็เพื่อลดอันตรายที่จะเกิดขึ้นหากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเหยียบแก้วน้ำหรือขวด

9.8 ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนควรแสดงพื้นที่สำหรับแจกจ่ายเครื่อง บริโภคเพื่อความสดชื่นให้เห็นชัดเจน ด้วยแผงกั้น โต๊ะ หรือการทำเครื่องหมายบนพื้น โดยวาง เครื่องบริโภคให้นักวิ่งเข้าถึงได้ง่าย หรืออาจให้บุคคลผู้ได้รับอนุญาตหยิบส่งให้นักวิ่งก็ได้ โดย บุคคลดังกล่าว ควรอยู่ในบริเวณที่จัดไว้สำหรับแจกจ่ายเครื่องบริ โภคฯ ตลอดเวลา ไม่ล้ำเข้าไปใน เส้นทางวิ่งและไม่กีดขวางผู้เข้าร่วมกิจกรรม อีกทั้ง ไม่ควรมีเจ้าหน้าที่คนใดวิ่งเคียงข้างนักกีฬาเพื่อ แจกจ่ายเครื่องบริ โภคหรือน้ำดื่ม

9.9 ผู้จัดกิจกรรมจะเป็นผู้เตรียมเครื่องบริ โภคเพื่อความสดชื่น ซึ่งผู้จัด อาจอนุญาตให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นำเครื่องบริ โภคเพื่อความสดชื่นของตนเองมาได้ ซึ่งถ้าเป็นเช่นนี้ จะต้องแจ้งนักกีฬาว่าจุดบริการใดเป็นจุดที่สามารถรับเครื่องบริ โภคที่ตนเองเตรียมไว้ เครื่องบริ โภค ควรถูกเก็บรักษาภายใต้การควบคุมของเจ้าหน้าที่ผู้ได้รับมอบหมาย จากผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภท ถนน

9.10 ในการแข่งขันที่ยึดถือกติกาสากล IAAF จะอนุญาตให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมถือน้ำหรือเครื่องบริ โภค เพื่อความสดชื่น ด้วยมือหรือพกพาติดไว้กับร่างกายได้ ก็ต่อเมื่อได้ พกสิ่งเหล่านี้ออกมาจากจุดปล่อยตัวหรือรับมาจากจุดบริการที่จัดไว้ของการแข่งขันเท่านั้น (เว้นแต่ จะรับมาเนื่องจากเหตุผลด้านการแพทย์จากเจ้าหน้าที่ของการแข่งขัน หรือภายใต้คำสั่งของเจ้าหน้าที่ จัดกิจกรรมวิ่ง)

9.11 นักกีฬาชั้นนำจะมีเครื่องดื่มน้ำส่วนตัววางบนโต๊ะ พร้อมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต่ละคนหยิบไปดื่มได้ทุก ๆ 5 กิโลเมตร ตามเส้นทางวิ่ง ควรประกาศเรื่องการเตรียมเครื่องดื่มดังกล่าวในการประชุมทางเทคนิคควรแจ้งให้ นักวิ่งชั้นนำ /ผู้ฝึกสอน/ผู้จัดการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบว่า โดยจะต้องนำเครื่องดื่มส่วนตัวของนักวิ่งชั้นนำไปมอบให้ผู้จัดกิจกรรมที่ใด เมื่อใด โดยจะต้องเตรียมเครื่องดื่มดังกล่าวจุดบริการละหนึ่งขวด ผู้จัดอาจเตรียมขวดไว้ให้ มิฉะนั้นก็ควรแนะนำผู้เข้าร่วมกิจกรรมล่วงหน้าว่าพวกเขาต้องเตรียมขวดมาเอง ซึ่งต้องไม่เป็นขวดที่ทำจากแก้วหรือโลหะ จะต้องมียี่ห้อของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นเจ้าของเขียนไว้บนขวดอย่างชัดเจน รวมทั้งหมายเลขผู้เข้าร่วมกิจกรรมและต้องระบุว่าจะให้วางขวดนี้ไว้ที่กิโลเมตรที่เท่าใด โต้สำหรับวางขวดเหล่านี้ควรถูกทำเครื่องหมายอย่างชัดเจน แยกออกจากจากจุดให้น้ำปกติ ทั้งนี้ควรจะต้องมีป้ายสัญลักษณ์แยกออกจากกันด้วย

9.12 เครื่องบริโภคน้ำที่นักวิ่งชั้นนำเตรียมมาเองควรถูกเก็บรักษาภายใต้การดูแลของเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดกิจกรรมวิ่ง จึงควรทำให้แน่ใจว่าเครื่องบริโภค จะไม่ถูกเปลี่ยนแปลงหรือเจอปนในทุกกรณีเนื่องจากน้ำดื่มและเครื่องบริโภคเป็นสิ่งสำคัญของการจัดกิจกรรมวิ่งระยะไกลทุกประเภท

9.13 ควรจัดเตรียมถังขยะ ภาชนะรองรับขยะหลังจุดบริการน้ำให้เพียงพอกับปริมาณแก้วน้ำ ทั้งนี้ หากขาดจุดบริการน้ำหรือเครื่องบริโภคฯ หรือมีจุดบริการไม่เพียงพอ จะทำให้เกิดปัญหาทางการแพทย์ที่ร้ายแรงจนถึงขั้นเสียชีวิตได้ ดังนั้น จึงต้องมีการวางแผนที่ลงลึกถึงรายละเอียด เพื่อให้แน่ใจว่าจุดบริการเครื่องบริโภคทุกจุดมีน้ำดื่มและเครื่องบริโภคเพียงพอ

10. ระบบการสื่อสารภายในสนามที่จัดกิจกรรมวิ่ง

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ต้องจัดให้มีระบบการสื่อสารให้เพียงพอ ทั้งถึงและต่อเนื่องระหว่างเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ในบริเวณเส้นทางวิ่งตลอดเวลาที่จัดกิจกรรมวิ่ง โดยอย่างน้อยมีระบบการสื่อสารดังต่อไปนี้

10.1 มีบุคลากรที่มีประสบการณ์ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานการสื่อสาร

10.2 มีศูนย์กลางการสื่อสาร ที่เป็นจุดรวมการสื่อสารทุกรูปแบบที่ใช้งาน เช่น อาจใช้วิทยุสื่อสารสองทางหลายช่วงความถี่สำหรับแต่ละภารกิจ โดยศูนย์กลางการสื่อสารจะสามารถติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่แพทย์และพยาบาลและเจ้าหน้าที่ตำรวจได้

10.3 มีระบบกระจายเสียง เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ และใช้ในการบรรยายการจัดกิจกรรมวิ่ง

10.4 ควรจัดเตรียมฐานข้อมูลรายชื่อ หมายเลขของผู้ร่วมกิจกรรมวิ่ง ทั้งหมด รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่น่าติดตาม ข้อมูลจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม ข้อมูลในการปล่อยตัว และสถิติอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อมอบให้กับผู้ประกาศหรือผู้บรรยาย ทั้งนี้ให้พิจารณาตามความเหมาะสมของการจัดกิจกรรมวิ่ง

11. หน่วยแพทย์และพยาบาล และการเตรียมรับมือเหตุฉุกเฉิน

ผู้จัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนน ควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานทางการแพทย์ เพื่อให้บริการและกำลังคนสำหรับจุดบริการปฐมพยาบาลตลอดเส้นทางวิ่ง จุดบริการปฐมพยาบาลหลักควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีความเสี่ยงสูงว่าอาจมีผู้บาดเจ็บ หรือตำแหน่งที่การเข้าถึงเพื่อนำผู้บาดเจ็บส่งโรงพยาบาลเป็นไปได้ยาก จุดบริการปฐมพยาบาลหลักควรมีเครื่องมือและบุคลากรเทียบเท่ากับจุดให้บริการทางการแพทย์หลังเส้นชัย โดยปกติควรมีจุดบริการปฐมพยาบาลทุก 5 กิโลเมตร และตั้งอยู่ในระยะประมาณ 100 เมตรหลังจากจุดให้น้ำ รวมทั้งควรจัดให้มีจุดบริการได้แก่ เต็นท์พยาบาล ใกล้เคียงเส้นชัย จุดจอร์จพยาบาลและทีมงานที่จอดได้สะดวก แพทย์ผู้รับผิดชอบ ทีมแพทย์ และผู้ช่วยเวชกรรมที่ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรการช่วยชีวิตฉุกเฉิน (Sport Medicine) การสื่อสารระหว่างทีมแพทย์ น้ำแข็ง น้ำเย็นและ น้ำร้อน ผ้าห่ม เตียงผู้ป่วย เวชภัณฑ์ที่จำเป็น รถบริการการแพทย์ฉุกเฉินหรือรถพยาบาลฉุกเฉินประจำจุดในเส้นทาง เครื่องกระตุกหัวใจ (AED) อุปกรณ์การแพทย์ฉุกเฉินอื่น ๆ โรงพยาบาลใกล้เคียง และอื่น ๆ รวมถึงควรกำหนดให้มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

11.1 ต้องมีหัวหน้าแพทย์สนามทำหน้าที่สั่งการบุคลากรทางการแพทย์ได้

11.2 มีแผนปฏิบัติการทางการแพทย์และพยาบาล และเอกสารการประเมินความเสี่ยงทางการแพทย์และพยาบาล ที่วางแผนร่วมกันระหว่างผู้อำนวยการการแข่งขัน และหัวหน้าแพทย์สนาม เพื่อกำหนดระดับการบริการทางการแพทย์

11.3 มีหน่วยแพทย์และพยาบาล และหน่วยปฐมพยาบาล ตามจุดต่าง ๆ ทั้งในเส้นทางวิ่ง ที่บริเวณจุดปล่อยตัว และบริเวณเส้นชัย ตามความเหมาะสมของพื้นที่

11.4 ผู้จัดกิจกรรมวิ่งควรหาความร่วมมือจากหน่วยงานทางการแพทย์ เพื่อให้บริการที่จุดบริการพยาบาลตลอดเส้นทางวิ่งคู่มือการจัดกิจกรรมวิ่งประเภทถนนของประเทศไทย โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

11.5 มีทีมกู้ชีพฉุกเฉินที่สามารถช่วยฟื้นคืนชีพ (นวดหัวใจและผายปอด กู้ชีพ – Cardiopulmonary Resuscitation: CPR) และมีเครื่องกระตุกหัวใจด้วยไฟฟ้า

(AED/Defibrillator) ประจำทีมที่มีพาหนะเคลื่อนที่เร็ว เช่นจักรยาน หรือจักรยานยนต์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงเหตุฉุกเฉินในทุกตำแหน่งในสนามที่จัดกิจกรรมวิ่งได้ภายใน 4 นาที

11.6 มีรถพยาบาลที่มีอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับชุดปฏิบัติการแพทย์ชั้นสูงประจำรถ เพื่อรับช่วงดูแลผู้ประสบเหตุฉุกเฉิน และส่งต่อสถานพยาบาล โดยให้มีจำนวนรถพยาบาลที่สัมพันธ์กับทั้งจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งและระยะทาง ถ้ามีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เกิน 2,000 คน ให้มีรถพยาบาล 2 คัน (เพื่อให้มีคันหนึ่งประจำที่สนามในกรณีที่อีกคันหนึ่งต้องขนย้ายผู้ป่วย) ทั้งนี้ ให้มีรถพยาบาลเพิ่มหนึ่งคัน เมื่อมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้นทุก 2,000 คน และเงื่อนไขด้านระยะทางของการจัดกิจกรรม จะต้องมีการจัดเตรียมพร้อมปฏิบัติงานที่สามารถเข้าถึงเหตุฉุกเฉินภายใน 4 นาที คิดเป็นระยะห่างของการจอดรถพยาบาลทุก 5 กิโลเมตร และหากมีเศษที่ไม่ถึง 5 กิโลเมตร ต้องเพิ่มรถอีก 1 คัน ตัวอย่างเช่น หากระยะทางการวิ่งเป็น 6 กิโลเมตร จะต้องมีการจัดรถพยาบาล 2 คัน เพื่อจอดที่หัวและท้ายสนามตำแหน่งละคัน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาทั้งสองเงื่อนไขประกอบกันแล้ว ให้ยึดจำนวนรถพยาบาลตามเงื่อนไขที่จะมีมากกว่าเป็นหลัก

11.7 การกู้ชีพในการจัดกิจกรรมวิ่งและการช่วยชีวิตฉุกเฉิน

11.8 การจัดเตรียมการกู้ชีพและปฐมพยาบาลในเบื้องต้นสำหรับกรณีฉุกเฉินหรือวิกฤติตามมาตรฐานของสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ (สพฉ.) และมาตรฐานทางการแพทย์อื่นที่เกี่ยวข้อง

11.9 การจัดให้มีเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ระบบปฏิบัติการแบบอิเล็กทรอนิกส์พกพาตามแนวทางและมาตรฐานของสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ (สพฉ.) ทั้งนี้ เครื่อง AED เป็นอุปกรณ์ที่ประชาชนทั่วไปสามารถใช้งานได้ หากได้รับการอบรม โดยหลังจากผู้ใช้งานกดปุ่มเปิดสวิตซ์การทำงาน ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในเครื่องจะออกคำสั่งให้ปฏิบัติตามอย่างง่ายดาย (บางยี่ห้อออกคำสั่งเป็นภาษาไทย) โดยทั่วไปมีขั้นตอนดังนี้

- ผู้ที่ทำการช่วยเหลือจะต้องเปิดฝาเครื่อง AED และฉีกซองบรรจุอิเล็กทรอนิกส์ โดยแผ่นอิเล็กทรอนิกส์จะมีอยู่ 2 ชิ้น

- ชิ้นแรกจะต้องนำไปติดบนทรวงอกตอนบนของผู้ป่วย

- แผ่นที่สองจะต้องติดบนผิวหนังทรวงอกตอนล่างของผู้ป่วย

- จากนั้นเครื่อง AED จะทำการวิเคราะห์จังหวะการเต้นของหัวใจ ซึ่งขณะนี้ห้ามผู้ที่ช่วยเหลือสัมผัสตัวผู้ป่วยเด็ดขาด

- เมื่อเครื่องวินิจฉัยเสร็จแล้วจะขึ้นสัญญาณให้ทำการช็อคไฟฟ้า ให้ผู้ช่วยเหลือกดที่ปุ่มช็อคตามสัญญาณ ที่ปรากฏอยู่บนตัวเครื่อง สลับกับการนวดหัวใจผายปอดกู้ชีพ

อย่างต่อเนื่องจนกว่าเจ้าหน้าที่กู้ชีพจะมาถึงการช่วยเหลือควรทำภายใน 3-5 นาที จะช่วยเพิ่มโอกาสการรอดชีวิตของผู้ป่วยฉุกเฉินได้มากขึ้น

2.5 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของปรางทิพย์ ยูว นนท์ ที่ศึกษาสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรีและบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชลบุรีและบุรีรัมย์มีความเห็นเกี่ยวกับสภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ และด้านความต้องการการสนับสนุน การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

วิทยานิพนธ์ของประภัสสร มีน้อย เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นการวิจัยและพัฒนาและการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารการสังเกตแบบ มีส่วนร่วมการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยผลการศึกษา พบว่า (1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว (2) ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อ รองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เรียกว่า “SPORT- K Model” ประกอบด้วย S – Standard, P – Participation, O – Organizing, R – Responsibility, T - Technology and Innovation และ K – Knowledge (3) กลยุทธ์การจัดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพ ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่ การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬานานาชาติลักษณะชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่าง นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาค

ตะวันตก และ กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 (4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่ารูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

งานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล เรื่อง **ทัศนคติและมุมมองของ PACER ต่อการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์ประเภทกีฬาในรั้วมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา Silpakorn Cha-am Mini Half Marathon** โดยงานวิจัยมุ่งศึกษา สภาพปัญหาและอุปสรรคการจัดงานอีเวนต์ประเภทกีฬาในรั้วมหาวิทยาลัย และ แนวทางการจัดงานอีเวนต์ประเภทกีฬาในรั้วมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา ศิลปากรชะอำ ฮาฟมาราธอน โดยใช้วิธีการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่ม ผู้ควบคุมความเร็ว (Pacer) ของงาน ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า การจัดเส้นทางวิ่งภายนอกมหาวิทยาลัยเป็นสิ่งควบคุมได้ยาก เนื่องจากเป็นลักษณะของถนนที่ใช้สัญจรร่วมกับคนในชุมชน รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เพียงพอ เช่น จุดปฐมพยาบาล ป้ายบอกระยะทาง จุดบริการน้ำดื่ม เป็นต้น ด้านแนวทางการจัดงานภายใต้เงื่อนไขสู่ความสำเร็จประกอบด้วย ด้านการนำเสนอจุดเด่นของงานวิ่งให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เป็นกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ด้านการกำหนดกติกาและการแบ่งประเภทการแข่งขัน โดยการอ้างอิงจากกติกาสากลสำหรับใช้ในการตัดสินใจ ด้านการจัดหาระบบการลงทะเบียนออนไลน์และระบบชำระเงินอัตโนมัติ ที่มีความรวดเร็ว ด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าร่วมงานด้วยอาหารพื้นถิ่นของจังหวัด ด้านการแบ่งภาระหน้าที่ของบุคลากรภายในงานให้มีชัดเจนเป็นระบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานได้ การบริการการรักษาความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น และด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสังคมออนไลน์และการใช้เว็บไซต์คนกลางจะช่วยให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มผู้ที่สนใจมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยค้นคว้าอิสระของ อัครวิน แผ่นเทิดไทย เรื่อง **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์มาราธอน** โดย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมงานอีเวนต์มาราธอน โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปัจจัยด้าน ราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ รวมถึงปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เพื่อที่จะทำให้ผู้รับจัดงานอีเวนต์มาราธอนทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึง

พอใจของผู้ร่วมงาน และนำข้อมูลไปใช้ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการร่วมงานอีเวนท์มาราธอน โดย เรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและบรรยากาศภายในงาน ปัจจัยด้านราคา ขั้นตอนการสมัครและของที่ได้รับแจก ปัจจัยด้านการดูแลผู้ร่วมงาน และปัจจัยด้านการบริการ สภาพแวดล้อม และการส่งเสริมการขาย ส่วนปัจจัยด้านการรับ-ฝาก ของใช้ส่วนตัว และการบริการที่จุดแวะพัก และปัจจัยด้านสถานที่จัดงานไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการร่วมงานอีเวนท์มาราธอน

ในส่วนของลักษณะประชากรศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า ผู้ร่วมงานที่มีอายุและระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการร่วมงานอีเวนท์มาราธอน แตกต่างกัน โดยผู้ร่วมงานที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี จะมีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ร่วมงานที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป และผู้ร่วมงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ร่วมงานที่มีระดับการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี ส่วนผู้ร่วมงานที่มีเพศชายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการ ร่วมงานอีเวนท์มาราธอนไม่แตกต่างกัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการพรรณนาความ (Description Method) จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารค้นคว้า (Documentary Research) ที่ศึกษาสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย รวมถึงการใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-dept Interview) ของผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ซึ่งเป็นรายการมาตรฐานการวิ่งระดับโลกที่ได้รับการรับรองจากสหพันธ์กรีฑานานาชาติ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ที่ทำให้การจัดการแข่งขันประสบผลสำเร็จมากที่สุดในประเทศไทย เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเจาะลึกและครบถ้วน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษากลุ่มที่ 1 เป็นประชากรด้านเนื้อหาที่ต้องการค้นคว้า ที่ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างในการค้นคว้าได้แก่ หนังสือ หรือรายงานผลการดำเนินงาน หรือผลการศึกษากิจการการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ของหน่วยงานภาครัฐ สมาคม หรือองค์กรด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษากลุ่มที่ 2 เป็นประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวม 5 ท่าน ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารระดับสูงของภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 2 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ว่าการภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทย หรือรองผู้ว่าการภารกิจกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการฝ่ายแผน และนโยบาย หรือผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาอาชีพ หรือผู้อำนวยการฝ่ายสิทธิประโยชน์
2. ผู้บริหารระดับสูงของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือรองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือรับผิดชอบพื้นที่ภาคกลางหรือภาคตะวันออก
3. ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่นหรือส่วนพื้นที่ที่ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดชลบุรี หรือบางแสน จำนวน 1 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี หรือรองผู้ว่าการจังหวัดชลบุรี นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี นายกองค้การบริหารเทศบาลตำบลแสนสุข (บางแสน) กำนันหรือผู้ใหญ่บ้าน
4. สมาคมกีฬาแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน รวม 6 ท่าน ประกอบด้วย

5. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทกิจการโรงแรมต่อการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน ในส่วนของพื้นที่จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย ผู้บริหารโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องพักมากกว่า 100 ห้อง จำนวน 1 ท่าน ผู้บริหารโรงแรมขนาดกลางที่มีห้องพักมากกว่า 30 ห้องแต่ไม่เกิน 100 ห้องจำนวน 1 ท่าน และผู้บริหารโรงแรมขนาดเล็กที่มีห้องพักต่ำกว่า 30 ห้อง จำนวน 1 ท่าน ในพื้นที่ตำบลแสนสุข (บางแสน) อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี
6. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทกิจการร้านอาหารต่อการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน ในส่วนของพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 1 ท่าน
7. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทกิจการร้านสะดวกซื้อ ต่อการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย ผู้จัดการร้าน 7-11 จำนวน 1 ท่าน
8. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเภทกิจการห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ต่อการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแหลมทองพลาซ่า จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มตัวอย่างของภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน รวม 5 ท่าน ประกอบด้วย

9. ผู้บริหารบริษัท โอเอสสภา จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 ท่าน
10. ผู้บริหารบริษัท เฮอร์มัน สปอร์ต แอนด์ ไลฟ์สไตล์ จำกัด (ผลิตภัณฑ์พู่มา) จำนวน 1 ท่าน
11. ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง MONO 29 จำนวน 1 ท่าน
12. ผู้บริหาร บริษัท ไทยคอร์ทัน จำกัด จำนวน 1 ท่าน
13. ผู้บริหารกลุ่มโรงพยาบาลพญาไท หรือสมิติเวช จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จำนวน 1 ท่าน ประกอบด้วย

14. กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด จำนวน 1 ท่าน

กลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

15. ผู้บริหารหรือตัวแทนสหพันธ์กรีฑานานาชาติ (International Association of Athletics Federation หรือ IAAF) จำนวน 1 ท่าน
16. ช่างภาพ จำนวน 1 ท่าน
17. ทีมอาสาสมัคร จำนวน 1 ท่าน

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้รูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารค้นคว้าหรือ หลักฐานที่เกี่ยวข้อง (Data Collection) โดยจะมีการเก็บสิ่งที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิเคราะห์ประมวลผลประกอบการรายงานผล ได้แก่

- เอกสารในรูปแบบที่เป็นทางการ เป็นเอกสารที่สามารถใช้อ้างอิงได้ชัดเจนมีผู้รับผิดชอบในการผลิตสามารถติดตามได้เช่น บันทึกข้อความ รายงานการประชุม สิ่งพิมพ์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของงาน หรือข่าวสารที่เกิดจากการเผยแพร่ของสื่อมวลชนที่สามารถอ้างอิงได้

- เอกสารรายงานประจำปีหรือกรณีศึกษา (Lesson Learns) ที่เป็นการถอดบทเรียนจากกรณีศึกษา หรือผลงานตัวอย่างที่ประสบผลสำเร็จ

- เอกสารหรือข้อมูลเชิงสถิติหรือข้อมูลที่เป็นตัวเลขเชิงปริมาณ ที่มีการเก็บรวบรวมใช้อ้างอิงเพื่อความสมบูรณ์ประกอบการรายงานผลให้กับข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยและผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญที่สุด นักวิจัยจะใช้ภาษาในการสื่อสารพูดคุยหรือที่เรียกเป็นทางการว่าการสัมภาษณ์ โดยในการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลด้านข้อเท็จจริง ข้อมูลความคิดเห็น หรือเจตคติ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

โดยมีแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอาจใช้คำถามเพื่อบอกว่าใคร Who/ทำอะไร What/ที่ไหน Where/เมื่อไหร่ When/ทำไม Why/อย่างไร How รวมถึงการสัมภาษณ์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่างๆ แสดงความคิดเห็น เหตุผล และมุมมอง โดยแนวทางการถามจะประกอบด้วย

- คำถามทั้งที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เพื่อหลีกเลี่ยงแนวคำถามแบบโครงสร้าง ที่มุ่งให้คนตอบเลือก หรือการตอบแบบบังคับให้ตอบใช่ไม่ใช่ การการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพมักจะเริ่มต้นจากคำถามทั่วไป เพื่อสร้างความรู้เข้าใจระหว่างผู้สนทนาก่อน จากนั้นจึงจะค่อยเข้าสู่คำถามกึ่งโครงสร้าง

- คำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) จะเป็นการสร้างแนวข้อคำถามไว้ล่วงหน้า โดยอาจจัดเป็นข้อแต่ไม่ระบุชุด กำหนดเป็นลำดับข้อไว้แล้วค่อยๆ ต่อมถาม อย่งไรก็ตาม การถามแต่ละครั้งของแต่ละคน จะแตกต่างกันไปตามบริบทของคำตอบของผู้ให้ข้อมูล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภาครัฐในระดับยุทธศาสตร์ประเทศ และระดับกระทรวงรวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเป็นอย่างไร

2. การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านใดบ้าง และแนวโน้มในอนาคตจะเป็นอย่างไร

3. มูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างไร และสาขาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสัดส่วนเป็นอย่างไรถ้าเทียบกับสาขาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ

4. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีอย่างน้อยแค่ไหน และความต้องการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านมาและในอนาคต รองรับความต้องการได้หรือไม่ อย่างไร

5. นอกจากทรัพยากรบุคคลแล้ว ทรัพยากรด้านภูมิศาสตร์รองรับการเติบโต รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มากน้อยเพียงใด

6. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นรูปธรรมและสร้างมูลค่าให้แก่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มากที่สุดมีอะไรบ้าง และแนวโน้มเป็นอย่างไร

7. ทำอย่างไรให้การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเติบโตอย่าง ยั่งยืน และมีมาตรฐานสากล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการ จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรม โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าในจังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร ได้รับผลกระทบเชิงบวกต่อนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างน้อยเพียงใด อย่างไร

2. การเข้ามาของธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง กีฬาในจังหวัดชลบุรีได้สร้างผลดีแก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมในพื้นที่หรือไม่ มากน้อย เพียงใด หากเทียบกับในช่วงฤดูกาลปกติ

3. แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของอุตสาหกรรม โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าใน จังหวัดชลบุรีจะเป็นอย่างไร

4. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการเติบโต รวมถึงการรองรับการให้บริการทั้งใน ส่วนของ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร หากมีการเข้ามาของกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มากเพิ่มจำนวนขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

5. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่จังหวัดชลบุรีควรมีทิศทางอย่างไร

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างของภาคเอกชนที่ร่วม สนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. เหตุผลและความสำคัญของการสนับสนุนของภาคเอกชน ในการจัดการแข่งขันวิ่ง รายการบางแสนมาราธอนคืออะไร และปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนมีอะไรบ้าง อย่างไร

2. ผลประโยชน์ และความคุ้มค่าที่ผู้สนับสนุนได้รับจากการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน คืออะไร และมีผลดีต่อภาคเอกชนหรือผู้สนับสนุนอย่างไรบ้าง

3. กระแสตอบรับจากผู้บริโภคในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์เป็นอย่างไร เมื่อเข้ามาสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

4. ข้อคิดเห็นของแบรนด์หรือผู้สนับสนุนต่อการให้การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบันเป็นอย่างไร และในอนาคตคิดว่าพัฒนาการของการสนับสนุนจะเป็นไปในทิศทางใด

5. ข้อเสนอแนะของผู้สนับสนุนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง และควรมีเงื่อนไขหรือการส่งเสริมจากหน่วยงานอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. อยากให้อธิบายถึงที่มา วิสัยทัศน์ พันธกิจ บทบาท และกล่าวถึงผลงานของบริษัทฯ

2. โครงสร้างทางธุรกิจก่อนและปัจจุบันที่มาสู่การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

3. บริษัทฯ มองเห็นอะไรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4. งานแรกที่เริ่มที่สนับสนุนอุตสาหกรรมเชิงกีฬา คืองานอะไร และผลตอบรับเป็นอย่างไรบ้าง

5. อยากให้พูดถึงบางแสนมาราธอนตั้งแต่เริ่มแรก และพัฒนาการมาสู่ปัจจุบัน

6. กระบวนการ ขั้นตอนในการทำงานของบริษัท ในการจัดการวิ่งรายการบางแสนมาราธอน เป็นอย่างไร องค์กรพหุที่เกี่ยวข้องมีอะไรบ้าง

7. ปัญหาและอุปสรรคที่พบหลัก ๆ คืออะไร แล้วแก้ปัญหาอย่างไร

8. กว่าจะถึงวันนี้ ปัจจัยสำคัญในการไปสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้จัดการแข่งขันที่ได้รับมาตรฐานระดับโลกคืออะไร และสิ่งเหล่านี้จะพัฒนาไปสู่ทิศทางใดได้อีก

9. คิดว่าต่อจากนี้ในระยะสั้น กลาง ยาว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะปรับไปในทิศทางใด และบริษัทเองมีกลยุทธ์ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจการจัดการแข่งขันอย่างไรบ้าง

10. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะการสนับสนุนผู้จัดการแข่งขันให้มีมาตรฐานระดับสากล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. เหตุผลที่ทำให้สหพันธ์กรีฑานานาชาติมอบรางวัลมาตรฐานเหรียญทองให้แก่การจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนของประเทศไทย
2. สหพันธ์กรีฑานานาชาติมองเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในอนาคตเป็นอย่างไร และสหพันธ์พร้อมให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร
3. สหพันธ์กรีฑานานาชาติ คิดว่าประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการบางแสนมาราธอนมีความเป็นไปได้ไหมที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นรายการวิ่งมาราธอนที่เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักวิ่งทั่วโลกในอนาคต ที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย อย่างเช่น รายการโตเกียวมาราธอน เป็นต้น
4. รายได้ที่ได้รับจากการถ่ายภาพนักวิ่งในรายการบางแสนมาราธอน เฉลี่ยตกอยู่ที่เท่าไรต่อรายการ และหากเทียบกับรายได้ที่ได้รับจากการถ่ายภาพในรายการวิ่งอื่น ๆ เป็นอย่างไร
5. การถ่ายภาพในการรายการวิ่งบางแสนมาราธอน แตกต่างจากงานวิ่งอื่น ๆ ไหมอย่างไร
6. ผลตอบรับจากการซื้อภาพส่วนใหญ่เป็นนักวิ่งประเภทไหน และจำนวนภาพที่ถ่ายในแต่ละรายการเป็นอย่างไร
7. ทีมอาสาสมัครคิดอย่างไรต่อการเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ซึ่งเป็นระดับมาตรฐานของสหพันธ์กรีฑานานาชาติ และผู้จัดมีนโยบายในการดูแลทีมอาสาสมัครอย่างไร
8. ข้อเสนอแนะที่ต้องการเห็นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนมีหรือไม่ อย่างไร

3.3 การวิเคราะห์และการรายงานผลข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์และรายงานผลข้อมูลออกเป็น การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารค้นคว้า และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการวิเคราะห์เนื้อหา หรือ Content Analysis มีกระบวนการในการกำหนดเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่ (Grouping) การทำความเข้าใจกับข้อมูลหลายๆ รอบทั้งจากข้อมูลค้นคว้าและข้อมูลจากชุด

สัมภาษณ์ (Familiarization) จากนั้นกำหนดหาประเด็นร่วม (Thematic Framework) และทำการถ่ายทอดเนื้อหาด้วยการพรรณนาความ (Description) หรืออธิบายสภาพปรากฏการณ์ที่มีแนวคิด ทฤษฎีอยู่เบื้องหลังสนับสนุนชุดข้อมูลดังกล่าว รวมถึงการรายงานผลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการ วิจัยให้ครบถ้วนทุกข้อ



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารค้นคว้า (Documentary Research) ที่ศึกษาสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย รวมถึงการใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 5 ท่าน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จำนวน 6 ท่าน ภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จำนวน 5 ท่าน แล้วจึงนำผลการศึกษาที่ได้มาวิเคราะห์ในรูปแบบของการพรรณนาความ (Description Method) สามารถอธิบายผลการศึกษาได้ 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ส่วนที่ 3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

ส่วนที่ 1 สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่การท่องเที่ยวประเทศไทยกำลังให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของ

การท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตที่ใหญ่ที่สุดและเร็วที่สุด ซึ่งโดยในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติขึ้นหลายรายการ และมีสนับสนุนให้มีการจัดการแข่งขันรายการใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยจัดทำให้อาจมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษาในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการสัมภาษณ์ 1) รองผู้ว่าการฝ่ายกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย และ 2) รองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว สามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภาครัฐในระดับยุทธศาสตร์ประเทศและระดับกระทรวงรวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่า รองผู้ว่าการฝ่ายกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภาครัฐในระดับยุทธศาสตร์ประเทศ และระดับกระทรวงรวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว ว่า “การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่มีหน้าที่หลักในการขับเคลื่อนงานทางด้านการกีฬาของประเทศในทุกมิติ ทั้งมิติด้านการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศ หรือที่เรียกว่า *Sports for Excellence* และการพัฒนากีฬาเพื่ออาชีพ หรือ *Professional Sports* รวมถึงการพัฒนาเรื่องอุตสาหกรรมกีฬา *Sports Industry* และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา *Sports Tourism* ซึ่งนโยบายในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือ *Sports Tourism* นั้น มีการบรรจุวาระแผนงานการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในประเด็นเรื่องยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น โดยหนึ่งในวาระหลักในการผลักดันไปสู่

เป้าหมายการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีแนวทางการพัฒนา พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจให้มีความพร้อมสำหรับการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดการกิจกรรม และการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ มีการสนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งสร้างความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องตลอดห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การจัดเลี้ยง ของที่ระลึก บริการโลจิสติกส์ สถานบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยว การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจเริ่มต้น และชุมชนท้องถิ่น ได้มีโอกาสในการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ที่สำคัญมีการส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในระดับนานาชาติ รวมทั้งประชาสัมพันธ์เมืองหรือพื้นที่ที่ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และส่งเสริมกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งก่อน ในระหว่าง และหลังการประกอบธุรกิจหรือการจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ต่อยอดอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ซึ่งที่ผ่านมา การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการขับเคลื่อนพันธกิจดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในมหกรรมการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เพื่อให้เกิดเป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลชิงแชมป์เอเซีย การจัดการแข่งขันแบดมินตันระดับซูเปอร์ซีรีส์ การจัดการแข่งขันโมโตจีพี การจัดการแข่งขันกีฬาทางน้ำ เป็นต้น รวมถึงกิจกรรมการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง อย่างการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ในเมืองหลักของประเทศ ไทยไม่ว่าจะเป็น ชลบุรี บุรีรัมย์ เชียงใหม่ ขอนแก่น เป็นต้น รวมถึงการจัดการแข่งขันวิ่งทลมาตรฐานระดับสูงอย่างคอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่”

2. การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยที่ผ่านมา ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุน และแนวโน้มในอนาคตต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากผลการศึกษาพบว่า รองผู้ว่าการฝ่ายกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ที่ผ่านมา ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุน และแนวโน้มในอนาคตต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า “การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19) ซึ่งรายได้จากการ

ท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับ 4 ของโลก มูลค่ากว่า 60.5 พันล้านเหรียญดอลลาร์ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาถือเป็นสาขาหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมโดยทั่วไปในตลาดการท่องเที่ยวโลก การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยถือเป็นที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาค่อนข้างมาก เนื่องจากมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ภูมิอากาศที่เหมาะสม ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถประกอบกิจกรรมกีฬาได้หลากหลายรูปแบบในแต่ละพื้นที่ของประเทศ ในกรณีของประเทศไทยนั้น ปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรมทางด้านกีฬากว่า 5 แสนคน เทียบกับปี พ.ศ. 2561 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมด้านกีฬา 2 แสนคน หรือมีอัตราการเติบโตกว่าเกือบ 100% โดยหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การวิ่งมาราธอน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และในปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนมากกว่า 1,800 งาน มูลค่าของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนมีมูลค่ามากกว่า 1.7 พันล้านบาท โดยหากแนวโน้มการแพร่ระบาดหมดลง การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนคงจะกลับมาเติบโตอีกแน่นอน”

รองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของกีฬา ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจับกลุ่มคลัสเตอร์การท่องเที่ยวใน 4 ชนิดกีฬาหลัก ได้แก่ การแข่งขัน โมโตจีพี การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน กิจกรรมกีฬาจักรยาน และกีฬาออล์ฟผ่านแบรนด์หลักของการท่องเที่ยว นั่นคือ *Amazing Thailand* ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ขับเคลื่อนความนิยมของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยนำเสนอสถานที่ ความพร้อม และมาตรฐานรวมทั้งกิจกรรมนันทนาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมาถือว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีอัตราการใช้จ่ายอันเกิดจากการเดินทางเข้ามาทำกิจกรรมกีฬาอย่างต่อเนื่อง ในกรณีของโมโตจีพีที่ซัดเงินมาก ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการจัดการแข่งขัน อัตราการจองห้องพัก ตัวเครื่องบิน เต็ม 100% ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นทั่วจังหวัดบุรีรัมย์ รวมถึงในกรณีของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในภูมิภาคต่างๆ ที่มีชื่อเสียงและได้รับการตอบรับจากชาวต่างชาติ อาทิ ลากูน่า ภูเก็ต บางแสนมาราธอน ขอนแก่นมาราธอน อะเมซิ่งไทยแลนด์มาราธอน เป็นต้น”

กลุ่มที่ 2 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากการสัมภาษณ์ 1) ผู้บริหาร โรงแรม 2) เจ้าของกิจการร้านอาหาร 3) ผู้จัดการร้าน

สะดวกซื้อ 7-11 และ 4) ผู้บริหารสรรพสินค้าแหลมทองพลาซ่า สามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

1. ผลกระทบเชิงบวกต่อนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่อุตสาหกรรมโรงแรม, ร้านอาหาร, ร้านค้าในจังหวัดชลบุรี ได้รับจากการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้แสดงความคิดเห็นต่อผลกระทบเชิงบวกต่อนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่อุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดชลบุรีได้รับจากการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ว่า “เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมในอนาคตจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพและอนามัยมากขึ้น ซึ่งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้คนหันมาสนใจดูแลสุขภาพเห็นได้จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา เช่น การปั่นจักรยานการวิ่งมาราธอน รวมถึงความนิยมการออกกำลังกาย หลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญเพิ่มเติมกับนโยบายด้านสาธารณสุขของจุดหมายปลายทางและสุขภาพอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว ขณะที่กิจกรรมกลางแจ้งได้รับความนิยมมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีคนหนาแน่น แออัด หรือพื้นที่ปิด ผู้บริหารโรงแรมจึงควรร่วมมือกับชุมชนรอบข้าง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้มีความปลอดภัย สะอาด ปราศจากความเสี่ยงต่อโรค”

เจ้าของกิจการร้านอาหาร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “บางแสนในปัจจุบันเน้นเรื่องการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพตลอดทั้งปีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้คนเกิดความตื่นตัวใส่ใจดูแลสุขภาพ รวมถึงคนเมืองชลบุรี หรือในเขตบางแสนเองด้วย ขณะที่การจัดกิจกรรมด้านกีฬาแต่ละครั้งก็มีผู้คนจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาดูบางแสนจนสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งนับเป็นจุดแข็งของบางแสนที่พร้อมรับการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทำให้มีผู้คนเข้ามาในบางแสน และเพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของกิจการร้านอาหารได้ในระดับหนึ่งเลยทีเดียว แล้วจากในอดีตมีการจัดงานจบในสัปดาห์เดียว เป็นการกระจายเดือนออกไปเป็น พฤศจิกายน ธันวาคม และมกราคม ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจของบางแสนได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิธีการนี้ค่อนข้างดีสำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่บางแสน”

ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ 7-11 ได้แสดงความคิดเห็นว่า “บางแสน มีความพร้อมทางด้านการจัดการแข่งขันกีฬาทั้งประเภททางน้ำ และทางบก อีกทั้งยังมีโรงแรมที่พักที่พร้อมรองรับนักกีฬาและนักท่องเที่ยว ขณะที่อาหารการกินก็อุดมสมบูรณ์ แหล่งท่องเที่ยวก็มีเยอะ และยังมีความร่วมมือร่วมใจของคนท้องถิ่น ซึ่งทั้งหมดถือเป็นจุดแข็งของบางแสน ซึ่งการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทำให้เกิดการกระจายตัวในการใช้จ่ายตามร้านค้าต่าง ๆ รวมถึงร้านสะดวกซื้ออย่าง 7-11 ผลกระทบที่ขยายดีแน่นอนคงหนีไม่ผลอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนัก

วัง อาทิ กล้วยหอม กล้วยน้ำว้า เครื่องดื่มเกลือแร่ ขนมปัง รวมถึงผลิตภัณฑ์ใช้สอยอย่างเช่น ยากันยุง ครีมอาบน้ำ ยาสระผม ยาสีฟัน เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีการจัดงานอัตราการเติบโตจะพุ่งสูงกว่า 2-3 เท่า อาหารพร้อมทานรวมถึงผลไม้ ต้องนำมาเพิ่มอย่างต่อเนื่อง นี่คือ ผลจากการส่งเสริมการจัดการแข่งขันมาราธอนในบางแสน”

ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแหลมทองปลาซ่า ได้แสดงความคิดเห็นว่า “บางแสนถือเป็นเมืองหนึ่งของจังหวัดชลบุรี ที่ถือเป็นเมืองชายฝั่งภาคตะวันออกที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับไทยจากการเป็นเมืองท่าขนส่งสินค้า และอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเป็นเมืองที่ได้เน้นแนวทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือ สปอร์ตทัวร์ริซึม เข้ามาเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนพัฒนาจนก้าวสู่การเป็น สปอร์ตซิตี ชัยนำของเมืองไทย จึงส่งผลกระทบต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ซึ่งห้างสรรพสินค้าแหลมทอง ถือเป็นห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในทำเลของกิจกรรมการจัดการแข่งขัน ทำให้ทราฟฟิก (ปริมาณคน) หลังไหลเข้ามาเดินใช้สอยในห้างอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาของการจัดกิจกรรม ซึ่งทางห้างสรรพสินค้าจึงได้เพิ่มพื้นที่ตลาดหรือมหกรรมอาหารในห้าง เพื่อจำหน่ายอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้บรรยากาศเป็นไปอย่างคึกคัก”

2. การเข้ามาของธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรี ได้สร้างผลดีแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้แสดงความคิดเห็นต่อการเข้ามาของธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรี ได้สร้างผลดีแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่า “การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน สามารถเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งจะต้องมีการกระจายของเม็ดเงินที่เพิ่มจากช่วงฤดูกาลปกติอย่างแน่นอน โดยเฉพาะในช่วงจัดงานมีอัตราการเข้าพักสูงถึง 80% และมีอัตราเข้าพัก 100% ในระยะที่ใกล้กับพื้นที่จัดกิจกรรม โดยเฉพาะที่พักทั้งในส่วนของโรงแรมขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และบังกะโล มีอัตราการเข้าพักก่อนจนถึงวันจัดงานเต็ม แต่ทั้งนี้ในช่วงเวลาปกติ เนื่องจากบางแสนเป็นเมืองท่องเที่ยวและใกล้กรุงเทพฯ ทำให้ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง นักท่องเที่ยวจึงไม่ได้พักค้างแรม ตรงนี้อาจเป็น Pain Point ที่ทำให้บางแสนต้องมีการจัดกิจกรรมที่ทำให้มีการพักค้างแรมที่หลากหลายรูปแบบทั้งกิจกรรมกีฬาทางบก ทางน้ำ บันเทิง รวมถึงกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรมอีกด้วย”

เจ้าของกิจการร้านอาหาร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การจัดแข่งขันวิ่งมาราธอนก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดทั้งการจัดหาวัตถุดิบ อย่างอาหารทะเล ของสด รวมถึงเบียร์เลี้ยงหรือทริปที่พนักงานที่จะได้รับจากนักท่องเที่ยว ซึ่งมากกว่าช่วงเวลาปกติ ถึง 20%”

ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ 7-11 ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ที่เห็นได้ชัดคือ จำนวนคน และ ปริมาณกล้วยหอม ซึ่งทางร้านต้องทำการสำรองสินค้าไว้มากกว่าช่วงปกติกว่า 3 เท่า รวมถึง เครื่องดื่มเกลือแร่ และเจลให้พลังงาน”

3. แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้าใน จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้แสดงความคิดเห็นต่อแนวโน้มการเติบโต ในอนาคตของอุตสาหกรรมโรงแรม ในจังหวัดชลบุรี ว่า “ธุรกิจโรงแรม (โรงแรม รีสอร์ท และ เกสต์เฮาส์) เป็นธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และมีอัตราการเติบโตตามภาคการ ท่องเที่ยว ซึ่งจากการคาดการณ์ของสถาบันการเงินต่าง ๆ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและ นักท่องเที่ยวไทยจะมีอัตราการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีอัตราการเข้าพักที่เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยมีปัจจัยที่สนับสนุน อันได้แก่ 1) การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ 2) การพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการปรับปรุง/ขยายสนามบิน การขยาย เส้นทางคมนาคม ทั้งทางรถไฟและมอเตอร์เวย์ 3) นโยบายการจัดการเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งรวมถึงชลบุรี และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ และ 4) ความได้เปรียบในการ แข่งขันเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งเมื่อก้าวถึงความได้เปรียบของการแข่งขัน นั้นจะเห็นได้ว่า บางแสน มีความได้เปรียบในเรื่องของสภาพพื้นที่ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยว เิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นกีฬาทางบกหรือทางน้ำได้อย่างดีเยี่ยม”

เจ้าของกิจการร้านอาหาร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ ประเภทร้านอาหารในภาวะที่ความท้าทายรอบด้านสูง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจ มาเป็นร้านอาหารขนาดเล็กมากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การเคลื่อน เข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว โดยการเลือกลงทุนใน ร้านอาหารประเภท ฟู๊ดทรัค ลดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการลงทุน เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสั่งอาหาร ไปยังที่พักโดยเฉพาะ และความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ ที่รวมถึงความยืดหยุ่นในช่องทาง การตลาด หรือความสามารถในการปรับเปลี่ยนขั้นตอนและรูปแบบต่างๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจ อาทิ การปรับลดเวลาเปิดปิด การจำกัดประเภทเมนูอาหาร การปรับหน้าที่ของพนักงานในร้าน ซึ่งจะ ส่งผลต่อเนื่องให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนในร้านได้ง่ายขึ้น แต่ในปัจจุบันเนื่องจาก บางแสน มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งมาราธอน การแข่งขันเจ็ทสกี หรือการแข่งขันกีฬาประเภทอื่น ๆ ทำให้เป็นการดึงดูดผู้คนเข้ามาอยู่ในเขตพื้นที่บางแสนจำนวน เพิ่มขึ้น ก็จะเป็นส่วนที่ส่งผลให้ธุรกิจประเภทร้านอาหารได้รับรายได้จากกลุ่มคนกลุ่มนี้ด้วย เช่นกัน”

ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ 7-11 ได้แสดงความคิดเห็นว่า “แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของร้านค้าประเภทร้านสะดวกซื้ออย่าง 7-11 ได้มีการกลยุทธ์เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เริ่มจากการหันมาเน้นขายสินค้าแบบออนไลน์ผสมผสานกับออฟไลน์ และการใช้กลยุทธ์ O2O นั้นได้นำมาใช้เร็วกว่าแผนที่วางไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการนำเสนอสินค้าในหลากหลายช่องทาง อาทิ เซเว่นอีเลฟเว่น ดีลิเวอรี่, ALL ONLINE และ 24 Shopping เป็นต้น และยังมีการเพิ่มความสะดวกในการสั่งผ่านบริการเก็บเงินปลายทาง หรือรับสินค้าที่ร้านได้ และสิ่งที่ต้องพัฒนาต่อเนื่องก็คือ ต้องวางแผนคิดค้นผลิตภัณฑ์และบริการการตลาด และการคัดเลือกสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ในแต่ละพื้นที่ ให้แตกต่างกันและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของภาพรวมตลาด อย่างเช่นในเขตจังหวัดชลบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สินค้าที่มีจำหน่ายภายใน 7-11 ควรจะต้องมีสินค้าอุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของกรีกกีฬาในบางส่วน เช่น เครื่องดื่มและอาหารเสริมที่เป็นสินค้าเฉพาะสำหรับนักกีฬาที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถให้บริการส่งสินค้าแก่ลูกค้าได้ถึงที่พักในโรงแรมบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง โดยใช้เครือข่ายของร้าน 7-11 ที่มีสาขาครอบคลุมให้เป็นประโยชน์ หรือแม้กระทั่งการร่วมมือกับผู้ใช้บริการแกร็บหรือไลน์แมน ในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ซึ่งเป็นโอกาสที่จะทำให้ผู้ซบซึ่รับจ้างได้รายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย เป็นต้น”

ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแหลมทองพลาซ่า ได้แสดงความคิดเห็นว่า “รูปแบบการดำเนินธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับอี-คอมเมิร์ซและสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ห้างสรรพสินค้าในปี 2564 จะต้องปรับรูปแบบการทำธุรกิจในแง่ของการสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์และบริการเสริม เพื่อรักษาความนิยมจากนักช้อปชาวไทย และคนรุ่นใหม่ ซึ่งการปรับตัวของห้างสรรพสินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการ ด้วยการปรับเปลี่ยนพื้นที่เดิม ๆ ให้เป็นพื้นที่ที่มีความแปลกใหม่ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ รวมถึงการมีสินค้าที่หลากหลายหลากหลายสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กว้างขึ้น 2) กิจกรรมด้านการขายและการตลาดที่สร้างสรรค์ ด้วยการจัด โปรโมชันและกิจกรรมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการร่วมมือกับบัตรเครดิตต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมลดราคา และ 3) บริการเสริมที่มีให้แก่ลูกค้า ขณะที่มียุคคนรุ่นใหม่จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่ยังคงเป็นที่เชื่อว่า ร้านค้าที่มีหน้าร้านยังคงได้รับความนิยมจากผู้ซื้อคนไทยอยู่มาก ห้างสรรพสินค้าจึงควรมีความคล่องตัวมากขึ้นในยุคของอี-คอมเมิร์ซและนำเอานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมาปรับใช้ เช่น ระบบการให้บริการอัตโนมัติภายในร้านค้า และการชำระเงินผ่านมือถือเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอายุน้อย เป็นต้น”

4. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการเติบโต รวมถึงการรองรับการให้บริการทั้งใน ส่วนของโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า หากมีการเข้ามาของกิจกรรมการเที่ยวเชิงกีฬาที่เพิ่มจำนวน มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จากผล การศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้แสดงความคิดเห็นต่อปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการเติบโต รวมถึงการรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ว่า “ปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการเที่ยวเชิงกีฬาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในบาง แขนง นั้น พบว่า ทางธุรกิจโรงแรมอาจได้รับผลกระทบทางด้านของจำนวนห้องพัก หรือการบริการ ที่สอดคล้องกับความต้องการกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างเช่นการ จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เช่น ในบางครั้งสถานที่ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนเข้าพัก ไม่มีสะดวกต่อการเดินทางมายัง ณ จุดบริเวณที่จัดการแข่งขัน อาจทำให้เกิดการเสียเวลา หรือการเหนื่อยล้าจากการเดินทาง อีกทั้งสภาพแวดล้อมของสถานที่พัก อาจจะไม่เอื้ออำนวยต่อตัวนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงทำให้เป็นอุปสรรคต่อ การเติบโตของธุรกิจโรงแรม ซึ่งผู้บริหารโรงแรมจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือกลยุทธ์การ บริการต่าง ๆ ให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง”

เจ้าของกิจการร้านอาหาร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะ เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการเที่ยวเชิงกีฬาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในบางแขนง อาจเกิดในรูปแบบของ ลักษณะของประเภทอาหารที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากส่วนใหญ่แล้ว ผู้บริโภคอาหารที่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา มักจะให้ความสำคัญกับเรื่องของอาหารเพื่อ สุขภาพเป็นอย่างมาก ซึ่งในบางครั้ง ร้านอาหารอาจจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เพียงพอต่อความต้องการ”

ผู้จัดการร้านสะดวกซื้อ 7-11 ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ปัญหาและอุปสรรคที่อาจจะ เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการเที่ยวเชิงกีฬาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในบางแขนง อาจจะขาดการบริการใน เรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น อาหารเสริม เครื่องดื่ม อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการชัฟพอร์ตร่างกาย เป็นต้น”

ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแหลมทองพลาซ่า ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ปัญหาและ อุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการเที่ยวเชิงกีฬาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในบางแขนง อาจเกิด ปัญหาในเรื่องของความไม่เพียงพอของสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความเกี่ยวกับการจัดการแข่งขันวิ่ง มาราธอนหรืออาจจะไม่สามารถสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้อย่างเต็ม คัญภาพ”

5. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่จังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารโรงแรมได้แสดงความคิดเห็นต่อข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่จังหวัดชลบุรี ว่า “นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนใหญ่มีความต้องการใช้บริการทางด้านที่พักที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ในการจัดกิจกรรมการแข่งขันวิ่งมาราธอน หรือการแข่งขันกีฬาประเภทอื่น ๆ ซึ่งที่พักจะต้องมีความเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในช่วงจัดกิจกรรม มีความปลอดภัยสำหรับผู้ให้บริการสูง มีความสะอาดและตรงตามมาตรฐาน ได้รับการบริการที่ดี และที่สำคัญคือเรื่องของราคาที่พักจะต้องมีความเหมาะสมกับคุณค่าที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับ ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจโรงแรม ควรทำการศึกษาถึงความต้องการใช้บริการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อที่จะนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาธุรกิจโรงแรมให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้”

เจ้าของกิจการร้านอาหาร ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ควรมีการบริการที่หลากหลายและได้มาตรฐาน โดยอาจจะมีบริการเน้นอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับความต้องการให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน สำหรับเป็นทางเลือกในการเลือกใช้บริการให้กับนักท่องเที่ยวได้”

ผู้จัดการร้าน 7-11 ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้ออย่าง 7-11 ควรทำการศึกษาถึงความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภค สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อจัดหาและจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จะต้องใช้เป็นประจำ เพื่อรองรับความต้องการในช่องทางการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน”

ผู้บริหารห้างสรรพสินค้าแหลมทองพลาซ่า ได้แสดงความคิดเห็นว่า “ทางห้างจะต้องทำการศึกษาถึงความต้องการใช้สินค้า ในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดหาของใช้ต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถรองรับความต้องการในช่องทางการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน”

สรุปได้ว่า สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย มีประเด็นสำคัญ ได้แก่

1. ด้านการวางแผนภาพรวมของงาน การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือร่วมใจกันจัดกิจกรรม และมีการทำงานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่

และนอกพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้กิจกรรมมีมาตรฐานเป็นไปตามแผนที่วางไว้

2. ด้านงานบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ขับเคลื่อนด้วยการสร้างกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้างคุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของกิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล การกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ การขอรับการสนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมาตรฐานและความปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงต้องมีโครงสร้างการจัดงานที่บุคลากรในโครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน

3. ด้านการตลาด มีการกำหนดแนวคิดที่ชัดเจน โดยการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย สร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีการสื่อสารข้อมูล ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษซึ่งคือนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพตามช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยสร้างเนื้อหา กิจกรรมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบนพื้นที่สังคมออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล คำถามข้อสงสัยระหว่างผู้จัดและนักท่องเที่ยวเสมอ โดยทั้งนี้มีปัจจัยหลายอย่างที่มีผู้จัดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมเหล่านั้นต้องคำนึงถึง ได้แก่ มาตรฐานการแข่งขันที่เป็นสากล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ผู้จัดจำเป็นต้องวางมาตรฐานในการจัดการแข่งขัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน รวมถึงงานเทคนิคและการปฏิบัติการด้านต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมทางด้านกีฬาหรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบางแสน นับเป็นจุดแข็งของบางแสนซึ่งมีสภาพของพื้นที่ที่พร้อมรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งประเภททางน้ำ และทางบก อีกทั้งยังมีโรงแรมที่พักที่พร้อมรองรับนักกีฬา และนักท่องเที่ยว ความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดจึงให้เกิดการกระจายตัวในการใช้จ่ายให้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ ทำให้บางมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องปรับรูปแบบการทำธุรกิจในแง่ของการสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่สร้างสรรค์และบริการเสริมให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการ

เติบโต อาจเกิดจากความไม่เพียงพอของจำนวนห้องพัก และการบริการที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการ และการขาดการบริการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น อาหารเสริม เครื่องดื่ม อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการชัฟพอร์ร่างกาย เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ๆ ส่วนกับการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน ควรทำการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในเรื่องของความต้องการด้านที่พัก การบริโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะมีองค์ประกอบหลักที่เป็นตัวขับเคลื่อนการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนความรู้ 2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน 3) การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และ 5) ปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษาในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการสัมภาษณ์ ตัวแทนสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เกี่ยวกับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย กับการรองรับความต้องการและการมีส่วนร่วม จากผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้แสดงความคิดเห็นต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย กับการรองรับความต้องการและการมีส่วนร่วม ว่า “สมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการรับรองการแข่งขันและการกำกับการแข่งขันในฐานะองค์กรภายใต้สมาชิก

สหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ หรือ *World Athletics* ซึ่งสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ หรือ *IAAF* (ชื่อก่อนหน้าที่จะเปลี่ยนแปลง) เดิมทีนั้นใช้ชื่อว่า สหพันธ์กรีฑาสมัครเล่นนานาชาติ (*International Amateur Athletics Federation*) และได้มีการอนุมัติให้มีการเปลี่ยนชื่อและโลโก้ใหม่ขององค์กรอีกครั้งเป็น *World Athletics* ซึ่งจะทำหน้าที่ในการให้การรับรองการจัดการแข่งขันกรีฑาประเภทต่างๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานของสหพันธ์สมาคมกรีฑานานาชาติ ตามประเภทชนิดของกรีฑา ซึ่งครอบคลุมทั้งประเภทลู่ ลาน ถนน เดิน วิ่งข้ามทุ่ง (เทรล) และประเภทรวม โดยผลการรับรองดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้อ้างอิงสถิติการแข่งขัน เพื่อเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกในมหกรรมหรือการแข่งขันกรีฑาระหว่างประเทศได้ รวมถึงเป็นมาตรฐานให้กับผู้จัดการแข่งขันปฏิบัติตามกฎกติกาของกรีฑาสากล ซึ่งรายการบางแสนมาราธอน ถือเป็นรายการการแข่งขันที่ได้มาตรฐานสูง และทำให้มีนักวิ่งมาราธอนระดับโลกเข้าร่วมการแข่งขันในทุก ๆ ปี”

กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

ความคิดเห็นของภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน สามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

1. เหตุผลและความสำคัญของการสนับสนุนของภาคเอกชน ในการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารภาคเอกชน ทั้ง 5 ท่าน กล่าวว่า “มีความยินดีให้การสนับสนุนการจัดงานวิ่งมาราธอนบางแสน ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของจังหวัดชลบุรีในการจัด *Sport Tourism* โดยบางแสน ถือเป็นสถานที่ที่เป็นทำเลที่เหมาะสม ไม่ไกลจากกรุงเทพ และสนามบิน อีกทั้งยังเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกไปยังสถานที่ท่องเที่ยวและจังหวัดต่างๆ บางแสนจึงมีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักวิ่งจำนวนมาก รวมทั้งกีฬาประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นจักรยาน การแข่งขันรถยนต์ทางเรียบ ไตรกีฬา เรือใบ และกีฬาทางอากาศ รวมทั้งมีเส้นทางที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักวิ่งเหมาะที่จะจัดงานที่ยิ่งใหญ่ระดับประเทศคุณภาพระดับสากล ซึ่งทางภาคเอกชนได้ให้การสนับสนุนการจัดงานวิ่งมาราธอนบางแสน และจะส่งผลในแง่บวกให้กับชาวบางแสน ทั้งในด้านเศรษฐกิจภายในชุมชนและละแวกใกล้เคียง รวมทั้งชาวบางแสนจะได้มีการตื่นตัว และรู้สึกมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าภาพต้อนรับนักวิ่งที่เข้าร่วมแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน”

2. ผลประโยชน์ และความคุ้มค่าที่ผู้สนับสนุนได้รับจากการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารที่เป็นผู้สนับสนุนรายการแข่งขันหรือสปอนเซอร์ (*Event Sponsorship*) รายหลัก รายที่ 1 และ 2 ได้กล่าวว่า “ยิ่งการจัดการจัดการแข่งขันวิ่งรายการ

บางแสนมาราธอน มีสปอนเซอร์เข้ามามาก ก็ยิ่งจะส่งผลดีเพราะไม่ใช่แค่ในเรื่องของเงินสนับสนุน เท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการจะมีบูธต่าง ๆ เพื่อมารองรับนักกีฬาและนักท่องเที่ยงได้เพียงพอด้วย เช่นกัน รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดกับสปอนเซอร์ ต้องมีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่างๆ อย่างชัดเจนเพราะบริษัทผู้สนับสนุนจะเลือกเฉพาะรายการ แข่งขันกีฬาที่น่าสนใจและมีคนเข้าร่วมจำนวนมาก โดยมูลค่าของเงินสนับสนุนจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิทธิประโยชน์ที่ต้องการได้รับ ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นผู้สนับสนุนหลัก (Title Sponsor) ก็จะได้สิทธิประโยชน์มากที่สุด เช่น การมีชื่อสินค้าร่วมในชื่อรายการแข่งขัน ซึ่งประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนได้รับคือการได้โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ถ่ายทอดสดผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ตราสัญลักษณ์สินค้าบนเสื้อกีฬาและป้ายต่างๆ ในงาน เป็นต้น ทำให้ตราสินค้าของผู้สนับสนุนเป็นที่รู้จักของประชาชนเพิ่มมากขึ้น”

3. กระแสตอบรับจากผู้บริโภคในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ เมื่อเข้ามาสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทั้ง 5 ท่าน ได้กล่าวว่า “ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนครั้งนี้ เพิ่มมากขึ้น และสามารถกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น เกิดความประทับใจ ในรูปแบบของพฤติกรรมมีส่วนร่วม (Participation Behavior) ที่เกิดจากการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จึงถือได้ว่าผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ได้รับกระแสตอบรับจากผู้บริโภคในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์ได้เป็นอย่างดี”

4. ข้อคิดเห็นของแบรนด์หรือผู้สนับสนุนต่อการให้การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบันและในอนาคต จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทั้ง 5 ท่าน ได้เสนอแนวคิดไว้ว่า “แบรนด์ที่ทำการสนับสนุนการจัดการแข่งขัน ได้มีการจัดการตลาดโดยกำหนดแนวคิดที่ชัดเจน คือ การดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ตามแนวคิดของการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการรับรู้แบรนด์ จุดจำ สร้างอารมณ์ ความรู้สึกร่วม จนนำไปสู่การจัดการครั้งต่อไป ที่จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ในอนาคต เช่น การจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ในครั้งนี้เป็นต้น โดยผู้จัดอาจใช้สื่อดิจิทัลในการติดต่อสื่อสารและรักษาสายสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่เคยมีความผูกพันกันมาก่อน อาจเป็นในฐานะกองเชียร์ อดีตนักกีฬา ผู้สนับสนุน หรือประชาชนในพื้นที่ โดยสื่อดิจิทัลนั้นเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้นทุนต่ำ และมี

ประสิทธิภาพ ทำให้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลักดันตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของบางแดนให้เติบโตได้ในอนาคต”

5. ข้อเสนอแนะของผู้สนับสนุนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแดนมาราธอน ทั้ง 5 ท่าน เสนอแนะกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ว่า “ควรมีการเน้นด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับ เช่น ระบบการสมัครออนไลน์ การจองที่พักการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบการแข่งขัน กฎกติกา เป็นต้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ และควรมีการนำเสนอเรื่องราวโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จัก และสภาพภูมิประเทศที่สวยงามของบางแดนเป็นตัวดำเนินเรื่อง โดยสร้างเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจสะท้อนภาพลักษณ์ และแสดงเอกลักษณ์ของกิจกรรมในพื้นที่บางแดน สื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคและผู้สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ได้”

กลุ่มที่ 3 ผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแดนมาราธอน

ความคิดเห็นของผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแดนมาราธอน จากการสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของ บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด จากผลการศึกษาพบว่า “บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมูนิเคชั่น จำกัด เป็นบริษัท Sport Event Management ด้านการจัดงานวิ่ง อันดับ 1 ของประเทศไทย และระดับชั้นนำของโลก มีพันธกิจ ในการสร้างประสบการณ์ของงานวิ่งที่ดีที่สุด ในรูปแบบของไมซ์ ให้กับทุกฝ่ายและมีค่านิยม ในการทำงาน คือ Family Teamwork & Family Relationship ทีมงานครอบครัวไมซ์ / Ownership Spirit ทำงานเสมือนเป็นเจ้าของงานนั้น / Very Details Planning วางแผนการทำงานอย่างละเอียดสุด ๆ / Creative & Think Out of the Box มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าทำ นอกกรอบ / Send WoW Experience through the work สร้างความประทับใจอย่างคาดไม่ถึงให้กับลูกค้า / Learning & Development เรียนรู้ และพัฒนาตลอดไป / Positive Thinking & Put fun in work คิดบวกและใส่ความสนุกลงไปในการทำงาน และ Release You and Your Team Hidden Potential ดึงศักยภาพของตัวเองและทีมงานออกมา โดยเน้น Can Do Attitude เราต้องทำได้”

สรุปได้ว่า โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา องค์ประกอบร่วมของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน 3) สร้างสรรค์

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อธุรกิจ ที่เป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดผลสำเร็จจากปัจจัยภายใน และ 5) ปัจจัยสนับสนุนภายนอก ที่เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จจากปัจจัยภายนอก และยังคงต้องประกอบไปด้วยทีมงาน การทำงานที่เสมือนตนเองเป็นเจ้าของ การวางแผนงานที่ดี การมีความคิดสร้างสรรค์ การสร้างความประทับใจ การเรียนรู้และพัฒนา และการคิดบวกต่อการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ทำให้การจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประสบความสำเร็จ

ในส่วนของภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน พบว่า บางแสนจึงมีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมทั้งกีฬาประเภทอื่น ๆ เหมาะที่จะจัดงานที่ยิ่งใหญ่ระดับประเทศคุณภาพระดับสากล และจะส่งผลในแง่บวกทั้งในด้านเศรษฐกิจภายในชุมชนและละแวกใกล้เคียง ทั้งนี้หากว่ามีผู้สนับสนุนภาคเอกชนเป็นจำนวนมาก ก็จะส่งผลดีทั้งในเรื่องของเงินสนับสนุน รวมทั้งได้ข้อเสนอทางการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนได้รับคือการได้โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ถ่ายทอดสดผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ตราสัญลักษณ์สินค้าบนเสื้อกีฬา และป้ายต่างๆ ในงาน เป็นต้น ทำให้ตราสินค้าของผู้สนับสนุนเป็นที่รู้จักของประชาชนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนครั้งนี้ เพิ่มมากขึ้น และสามารถกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และควรมีการจัดการตลาดโดยการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว เกิดการรับรู้แบรนด์ จดจำ สร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วม จนนำไปสู่การจัดงานครั้งต่อไป รวมทั้งการเน้นด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับ เช่น ระบบการสมัครออนไลน์ การจองที่พัก การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบการแข่งขัน กฎกติกา เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน จะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาที่จะต้องเติบโตควบคู่กันไป 5 ส่วน อันได้แก่ 1) ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3) การพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยว

เชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4) การพัฒนาไกด์
 ขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 5) การพัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
 เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการ
 ท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบาง
 แสนมาราธอน ครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษาในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มได้
 ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและ
 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการสัมภาษณ์ นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข จังหวัดชลบุรี
 เกี่ยวกับ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรด้านภูมิศาสตร์ที่ส่งผลต่อการรองรับการเติบโต รวมถึงการ
 บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากผลการศึกษาพบว่า นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข จังหวัด
 ชลบุรี ได้แสดงความคิดเห็นต่อทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรด้านภูมิศาสตร์ที่ส่งผลต่อการรองรับ
 การเติบโต รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า “ในฐานะนายกเทศมนตรีเมืองแสน
 สุข มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เทศบาลเมืองแสนสุข หรือที่เราเรียกกันในนามของ “บางแสน” ได้เกิดการ
 พัฒนาในหลายๆ ด้านเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการผลักดันให้บางแสนเป็นเมืองท่องเที่ยวและที่พัก
 อาศัยระยะยาวของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษ
 EEC ซึ่งเป็นผลกระทบทางบวกโดยตรงการเติบโตของบางแสนในอนาคต เนื่องจากชัยภูมิของที่ตั้ง
 ตั้งอยู่ไม่ไกลจากทั้งกรุงเทพมหานคร และใจกลางศูนย์กลางของ EEC ทำให้มีมีความต้องการ
 ในการพักอาศัยในพื้นที่ รวมถึงการเติบโตของอสังหาริมทรัพย์มากขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งก็ตามมาแน่นอน
 คือการยกระดับเมืองบางแสน ให้สามารถรองรับการเจริญเติบโตในทุกๆ ด้านได้ ทั้งการคมนาคม
 ขนส่ง ถนน โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว รวมถึง
 การพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่ให้มีรายได้สูงขึ้น พร้อม ๆ กับมาตรฐานการการผลิตหรือ
 การให้บริการแก่คนที่มาเยือนตั้งแต่ในอดีต ทุกคนทราบกันดีว่า “บางแสน” คือแหล่งท่องเที่ยวยอด
 นิยม เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งชายหาด และแหล่ง
 ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเราก็พัฒนา เพื่อให้เกิดการแข่งขันและมาตรฐาน ที่สำคัญมาเยือนแล้ว
 ต้องปลอดภัย จนตั้งแต่ผมเข้ามารับตำแหน่งในฐานะนายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองบางแสน เราก็มา
 มองหาโอกาสในการพัฒนาพื้นที่บางแสน ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากศักยภาพทั้งมี

ชายหาด ทะเลที่สวยงาม มีเส้นทางที่มีภูมิอากาศที่ดีที่เหมาะสมสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย ทั้งกีฬาทางน้ำ กีฬาทางบก ซึ่งที่ผ่านมา มีการจัดการแข่งขันไตรกีฬา แข่งขันรถยนต์ทางเรียบ และการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2561 จังหวัดชลบุรี ได้รับคัดเลือกให้เป็น 1 ใน 16 เมืองกีฬา (Sports City) ของประเทศไทย ที่จะได้รับการส่งเสริมให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ซึ่งบางแสน คือ 1 ในนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน ซึ่งมีการจัดด้วยกัน 3 ระยะ ทั้ง มาราธอน ฮาฟมาราธอน และมินิมาราธอน ในแต่ละปี ที่ผ่านมา รายการบางแสนมาราธอน ได้สร้างชื่อเสียงในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เป็นอย่างดี ในแต่ละปีมีการเดินทางเข้ามาในพื้นที่บางแสน เพื่อร่วมกิจกรรมมากกว่า 1 หมื่นคน โรงแรม ร้านอาหาร สาธารณูปโภค ร้านค้า สินค้าโอท็อป ต่างได้รับการสนับสนุนจากผู้มาเยือนอย่างคับคั่งทั้งสิ้น ที่สำคัญความร่วมมือของคนในท้องถิ่นทำให้การจัดการแข่งขันประสบความสำเร็จจนได้รับมาตรฐานจากสหพันธ์กรีฑานานาชาติทั้งระดับเหรียญทองแดง และเหรียญเงิน และในอนาคตอันใกล้ก็จะได้รับมาตรฐานเหรียญทองอีกแน่นอน ด้วยการจัดการแข่งขันที่ได้รับความนิยมจากนักวิ่งระดับโลก และนักวิ่งชาวไทยอย่างล้นหลาม การจัดการแข่งขันวิ่งบางแสนมาราธอน จึงถือเป็นการบริหารจัดการโดยผู้จัดภาคเอกชน แต่ในฐานะเจ้าของพื้นที่และหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญที่จะเชื่อมโยง สร้างความเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดกิจกรรมในพื้นที่บางแสน เพื่อให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมไม่ทางตรงก็ทางอ้อม ซึ่งเทศบาลเมืองแสนสุข ได้ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ เช่น จังหวัดชลบุรี, การกีฬาแห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี สมาคมโรงแรมจังหวัดชลบุรี ตำรวจภูธร มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น ในการประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดการแข่งขัน และนักกีฬาเมื่อมาร่วมทำการแข่งขัน ซึ่งที่ผ่านมาได้พิสูจน์แล้วว่า ทำให้รายการวิ่งบางแสนมาราธอน เป็นรายการวิ่งที่เป็นที่นิยม และได้มาตรฐานที่สุดของประเทศไทย แต่ทั้งนี้ การเจริญเติบโตย่อมตามมาซึ่งปัญหาเช่นกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะปัญหาการจราจรในพื้นที่ ปัญหาการใช้พื้นที่จอดรถ และปัญหาขยะ ซึ่งที่ผ่านมาเทศบาลได้ดำเนินการโดยการขอรับการสนับสนุนจรรยาเจ้าของพื้นที่ เพื่อจัดสร้างอาคารหรือพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม รวมถึงการวางแผนเพื่อกระจายกิจกรรมทางการกีฬาที่จะเกิดขึ้นไม่ให้มีความทับซ้อนเพื่อผ่อนคลายปัญหาการจราจรคับคั่งช่วงที่มีการจัดกิจกรรม อย่างเช่น เดิมที่การจัดการแข่งขันบางแสนมาราธอน จะแยกเพียง 2 วัน คือ เสาร์กับอาทิตย์ ก็มีการปรับรูปแบบใหม่ มาราธอนจะวิ่งในเดือน พฤศจิกายน ฮาฟมาราธอน เดือนธันวาคม และมินิมาราธอน เดือนมกราคม เป็นต้น ส่วนปัญหาเรื่องขยะ เราได้วางแผนที่จะมีมาตรการลดใช้พลาสติกประเภทที่ใช้ครั้งเดียว หรือ Single use plastic”

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน จะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาที่จะต้องเติบโตควบคู่กันไป 5 ส่วน อันได้แก่

1. ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่ พร้อมทั้งกระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์ รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่คนในพื้นที่ และในระดับประเทศ

2. การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาครัฐเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรจะต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้าและบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3. การพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่าง ๆ ทำการศึกษารวบรวมและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และทำการประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นที่หมายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้

4. การพัฒนาเครือข่ายขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องมีการสร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการวางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และส่งเสริมให้พื้นที่ในบางแสนเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5. การพัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถ

สร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ พัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรทางด้านเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวและกีฬาให้สามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน ในเบื้องต้นนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จนั้น ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลมาจากเศรษฐกิจ ผลของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากค่านิยมของสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นแรงที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ แบ่งผลการศึกษาในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ความคิดเห็นของผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากการสัมภาษณ์ 1) รองผู้ว่าการฝ่ายกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย และ 2) ผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาอาชีพ การกีฬาแห่งประเทศไทย สามารถแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 1 ส่วน ประกอบด้วย

1. การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน และมีมาตรฐานสากล จากผลการศึกษาพบว่า รองผู้ว่าการฝ่ายกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน และมีมาตรฐานสากล ว่า “การกีฬาแห่งประเทศไทย นอกจากมีนโยบายและแผนงานการกำกับดูแลด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ชัดเจนแล้ว การกีฬาแห่งประเทศไทย ยังมีกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ เป็นหน่วยงานที่เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติ การกีฬาแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2558 เพื่อให้การดำเนินนโยบายด้านการกีฬาเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติเป็นผู้พิจารณา และบริหารจัดการกองทุน เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยครอบคลุมการดำเนินการด้านกีฬาทั้งการสนับสนุน พัฒนา

คุ้มครอง ช่วยเหลือ รวมถึงจัดสวัสดิการที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ซึ่งถือเป็นแหล่งที่มาของงบประมาณที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในจังหวัดต่างๆ ซึ่งนำไปสู่การขับเคลื่อนนโยบายในภาคปฏิบัติ โดยมีทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิ สนับสนุนผ่านกลไกของหน่วยงานในกำกับของการกีฬาแห่งประเทศไทย อาทิ ฝ่ายกีฬาอาชีพ ซึ่งรับผิดชอบและบริหารจัดการการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สมาคมกีฬาแห่งจังหวัดหรือสมาคมกรีฑาแห่งประเทศไทยฯ ซึ่งรับผิดชอบการจัดการแข่งขันในจังหวัด รวมถึงการจัดระเบียบมาตรฐานการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ผู้จัดการแข่งขัน ในรูปแบบของการสนับสนุนองค์ความรู้ งบประมาณ และความร่วมมือระหว่างประเทศไทยในด้านการกีฬา เป็นต้น”

ผู้อำนวยการฝ่ายกีฬาอาชีพ การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้แสดงความคิดเห็นว่า “การกีฬาแห่งประเทศไทย นอกจากพันธกิจเพื่อพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศ และกีฬาเพื่ออาชีพแล้ว ในส่วนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งครอบคลุมกีฬาทุกประเภท จะถูกกำกับและพัฒนาโดยมาตรฐานของชนิดกีฬาในแต่ละประเภท โดยมีกลไกของสมาคมกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาแห่งจังหวัด เป็นหน่วยงานสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎ กติกาที่เป็นมาตรฐานสากล นอกจากนี้ภายใต้การแข่งขันเพื่อสร้างฐานด้านนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจากต่างประเทศและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้จัดการแข่งขัน รวมถึงองค์กรของรัฐจะต้องเข้ามากำกับดูแล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการด้านกีฬาในการนำมาตรฐานสากลของสหพันธ์กีฬานานาชาติเข้ามากำกับ ผ่านการจัดสัมมนา Global Forum รวมถึงการจัดตั้งมาตรฐานภายในประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นระบบ อาทิ การจัดมาตรฐาน ไทยแลนด์เมเจอร์มาราธอน เป็นต้น”

กลุ่มที่ 2 ผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

ความคิดเห็นของผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน จากการสัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมซ์ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน จากผลการศึกษาพบว่า “ปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน ประกอบไปด้วย 1) ความเชื่อมั่น: ให้กลับไปดูที่ค่านิยมในการทำงานของเรา ถ้าทุกคนทำได้แบบนั้น ต่อให้จะเป็นงานวิ่งที่ไหน เราก็ประสบความสำเร็จได้ ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ที่ตามมาหลังจากเราได้รับความเชื่อมั่น 2) พาร์ทเนอร์: Sports Management นี้พาร์ทเนอร์หรือพันธมิตรสำคัญมาก ซึ่งรวมหมด ทั้งพาร์ทเนอร์หน่วยงานราชการ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างแสนสุข ภาคเอกชน องค์กรระหว่างประเทศ สปอนเซอร์ สถาบันการศึกษา โรงพยาบาล ทุกคนถือเป็นพันธมิตรที่ทำให้การจัดงานประสบ

ความสำเร็จ 3) นักวิ่ง: แนนอน นักวิ่งยิ่งระดับ elite ด้วยแล้ว ถ้าเขามายังทำให้เราต้องทำงานหนัก และถ้าเขามายังทำให้นักวิ่งคนอื่น ๆ อยากมา นี่ก็คืออีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้บางแสนมาราธอนกลายเป็น sports destination ของนักวิ่งต่างชาติ 4) นวัตกรรม: กล้าพูดได้เต็มปากเลยว่า การทำงานร่วมกับ บริษัท Start Up ที่กล้าคิดกล้าทำอย่าง ไทยรัน ทำให้บางแสนกลายเป็นต้นแบบในการจัดงานวิ่งที่นำ เทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก ทั้งก่อนและหลังวิ่งได้ดีที่สุด ตั้งแต่การรับสมัคร การรับ Race Kit และการค้นหารูปนักวิ่งด้วยระบบ Face ID ซึ่งบางแสนเป็นรายการแรกในประเทศไทยที่ทำแบบนี้ ส่งผลให้เกิด transaction ในระบบกว่าหลายล้านบาท และสร้างรายได้ให้แก่ช่างภาพอย่างมาก และ 5) มาตรฐานสากล: แนนอนข้อนี้เป็นโจทย์ใหญ่ที่ผ่านมา รายการบางแสน ฮาฟมาราธอน ได้รับมาแล้วถึง Silver Label จาก IAAF ให้เป็นรายการ 1 ใน 5 ของโลก และ 1 ใน 2 ของเอเชีย ซึ่งตรงนี้จะทำให้ผู้จัดการอย่างหนักเพื่ออุดช่องโหว่และทำให้การจัดการแข่งขันวิ่งบางแสนฮาฟมาราธอน เป็น Gold Label ให้ได้”

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน นั้นประกอบไปด้วย 1) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้าร่วม 2) การสร้างพันธมิตรและเครือข่ายเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความร่วมมือและนำไปสู่ประสบความสำเร็จ 3) ตัวนักวิ่งที่ผู้จัดการแข่งขันจะต้องดำเนินการรองรับให้เกิดความเหมาะสมในทุก ๆ ด้านของการจัดการแข่งขัน 4) นวัตกรรมในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการจัดการแข่งขัน และ 5) การจัดการแข่งขันที่จะต้องได้มาตรฐานสากล ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอนไม่น้อยไปกว่า ปัจจัยที่ส่งผลมาจากเศรษฐกิจ ผลของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากค่านิยมของสังคมเศรษฐกิจ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย 2) ศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3) ศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน และ 4) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารค้นคว้า (Documentary Research) ที่ศึกษาสถานการณ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย รวมถึงการใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน 3) ภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน 4) กลุ่มผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน และ 5) กลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา หรือ Content Analysis มีกระบวนการในการกำหนดเนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่ (Grouping) การทำความเข้าใจกับข้อมูลหลายๆ รอบทั้งจากข้อมูลค้นคว้าและข้อมูลจากชุดสัมภาษณ์ (Familiarization) จากนั้นกำหนดหาประเด็นร่วม (Thematic Framework) และทำการถ่ายทอดเนื้อหาด้วยการพรรณนาความ (Description) สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผล

ส่วนที่ 1 สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่การท่องเที่ยวประเทศไทยกำลังให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีการเจริญเติบโตที่ใหญ่ที่สุดและเร็วที่สุด ซึ่งโดยในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติขึ้นหลายรายการ และมีสนับสนุนให้มีการจัดการแข่งขันรายการใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยจัด ทำให้อาอมินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษา สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย มีประเด็นสำคัญ ได้แก่

1. ด้านนโยบายการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ภาครัฐได้มีการส่งเสริมการกีฬาเพื่อสุขภาพอันเป็นการวางรากฐานการพัฒนาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านสุขภาพร่างกายให้แก่ประชาชน และพัฒนานักกีฬา ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติและการให้บริการด้านกีฬาอย่างครบวงจร โดยสิ่งที่ปรากฏเป็นรูปธรรมได้แก่การขับเคลื่อนแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ ๖ (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อให้การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคมและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำการสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางในด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬามาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเล่นกีฬากันมากขึ้นและนักกีฬาต่างชาติที่มาร่วมแข่งขันได้อยู่ท่องเที่ยว ฟานักต่อและใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เป็นการเที่ยวข้ามภาคมาร่วมชมการแข่งขันกีฬา และแวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองต่าง ๆ ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ต่อชุมชน

2. ด้านการวางแผนภาพรวมของงาน การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ระดับชาวบ้าน ชุมชน ผู้ประกอบการ องค์กรธุรกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และอาสาสมัครจำนวนมากที่ร่วมมือร่วมใจกันจัดกิจกรรม และมีการทำงานในลักษณะเครือข่ายในพื้นที่และนอกพื้นที่ โดยการมีส่วนร่วมตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้กิจกรรมมีมาตรฐานเป็นไปตามแผนที่วางไว้

3. ด้านงานบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ขับเคลื่อนด้วยการสร้างกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบ

หลายประการเพื่อสร้างคุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ การบริหารจัดการครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องเวลา พื้นที่ ภาพรวมของกิจกรรม เครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม การติดต่อผู้สนับสนุน การจัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล การกำหนดผู้รับผิดชอบในทุกกระบวนการ การขอรับการสนับสนุนจากชุมชน และการส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมาตรฐานและความปลอดภัยที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงต้องมีโครงสร้างการจัดงานที่บุคลากรในโครงสร้างนั้นเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตัวเองอย่างชัดเจน

4. ด้านการตลาด มีการกำหนดแนวคิดที่ชัดเจน โดยการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย สร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษซึ่งคือนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพตามช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยสร้างเนื้อหา กิจกรรมที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบนพื้นที่สังคมออนไลน์ที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล คำถามข้อสงสัยระหว่างผู้จัดและนักท่องเที่ยวเสมอ โดยทั้งนี้ยังมีปัจจัยหลายอย่างที่อยู่จัดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับกิจกรรมเหล่านั้นต้องคำนึงถึง ได้แก่ มาตรฐานการแข่งขันที่เป็นสากล ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน และปัจจัยความเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่อาจกระทบต่อการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ผู้จัดจำเป็นต้องวางมาตรฐานในการจัดการแข่งขัน เพื่อลดความเสี่ยงต่อผลกระทบในด้านลบที่อาจเกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน รวมถึงงานเทคนิคและการปฏิบัติการด้านต่างๆ ทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน

ทั้งนี้ การจัดการกิจกรรมทางด้านกีฬาหรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบางแสน นับเป็นจุดแข็งของบางแสนซึ่งมีสภาพของพื้นที่ที่พร้อมรับการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งประเภททางน้ำ และทางบก อีกทั้งยังมีโรงแรมที่พักที่พร้อมรองรับนักกีฬา และนักท่องเที่ยว ความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวในเขตจังหวัดจึงให้เกิดการกระจายตัวในการใช้จ่ายให้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ ทำให้บางมีเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องปรับรูปแบบการทำธุรกิจในแง่ของการสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมไปถึงการจัดการกิจกรรมที่สร้างสรรค์และบริการเสริมให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการเติบโต อาจเกิดจากความไม่เพียงพอของจำนวนห้องพัก และการบริการที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการ และการขาดการบริการในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น อาหารเสริม เครื่องดื่ม อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการชฟพอร์ร่างกาย เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ๆ ส่วนกับการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน ควรทำการศึกษาถึง

ความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในเรื่องของความต้องการด้านที่พัก การบริโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา องค์ประกอบรวมของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน 3) สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อธุรกิจ ที่เป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดผลสำเร็จจากปัจจัยภายใน และ 5) ปัจจัยสนับสนุนภายนอก ที่เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จจากปัจจัยภายนอก และจะต้องประกอบไปด้วยทีมงาน การทำงานที่เสมือนตนเองเป็นเจ้าของ การวางแผนงานที่ดี การมีความคิดสร้างสรรค์ การสร้างความประทับใจ การเรียนรู้และพัฒนา และการคิดบวกต่อการทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่ทำให้การจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประสบความสำเร็จ

ในส่วนของภาครัฐ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ยังได้เดินหน้าสร้างการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางในด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้การท่องเที่ยวเชิงกีฬามาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเล่นกีฬากันมากขึ้น และนักกีฬาต่างชาติที่มาร่วมแข่งขันได้อยู่ท่องเที่ยว ฟานักต่อและใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากจังหวัดอื่นๆ เป็นการเที่ยวข้ามภาคมาร่วมชมการแข่งขันกีฬา และแวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเมืองรองต่างๆ ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ต่อชุมชนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่จะสนับสนุนกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนดูแลสุขภาพให้แข็งแรงสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมวิถีใหม่ (New Normal) ซึ่งการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนบางแสน ได้รับรางวัลมาตรฐานระดับโลกนั้น จะเป็นการปลุกกระแสด้านการท่องเที่ยวให้กลับมาเป็นที่ยอดนิยมอีกครั้ง ซึ่งจะส่งผลในการฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนบางแสน พบว่า บางแสนจึงมีศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมทั้งกีฬาประเภทอื่น ๆ เหมาะที่จะจัดงานที่ยิ่งใหญ่ระดับประเทศคุณภาพระดับสากล และจะส่งผลในแง่บวกทั้งในด้านเศรษฐกิจภายในชุมชนและละแวกใกล้เคียง ทั้งนี้หากว่ามีผู้สนับสนุนภาคเอกชนเป็น

จำนวนมาก ก็จะส่งผลดีทั้งในเรื่องของเงินสนับสนุน รวมทั้งได้ข้อเสนอทางการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประโยชน์ที่ผู้สนับสนุนได้รับคือการได้โฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ถ่ายทอดสดผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือพิมพ์ ตราสัญลักษณ์สินค้าบนเสื้อกีฬา และป้ายต่างๆ ในงาน เป็นต้น ทำให้ตราสินค้าของผู้สนับสนุนเป็นที่รู้จักของประชาชนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเมื่อผู้บริหารมีโอกาสรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนครั้งนี้ เพิ่มมากขึ้น และสามารถกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และควรมีการจัดการตลาดโดยการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย เพื่อสร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว เกิดการรับรู้แบรนด์ จดจำ สร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วม จนนำไปสู่การจัดงานครั้งต่อไป รวมทั้งการเน้นด้านการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับ เช่น ระบบการสมัครออนไลน์ การจองที่พัก การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบการแข่งขัน กฎกติกา เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกรูปแบบ พร้อมทั้งต่อยอดการจัดงานในครั้งนี้อย่างจริงจังร่วมกันเป็น “สมาคมการค้าผู้จัดงานกีฬามวลชน” หรือ “Thai Mass Participation Sports Trade Association (TMPSA-ทีมซ่า)” วางเป้าหมายระดับมาตรฐานการจัดงานและฟื้นฟูอุตสาหกรรมกีฬามวลชนให้กับมาบูมอีกครั้ง ซึ่งมีสมาชิกประกอบไปด้วย บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์การจัดงานวิ่งระดับแถวหน้าของประเทศไทยกว่า 10 ราย และออแกไนซ์เซอร์อีกกว่า 200 ราย โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อผนึกกำลังสนับสนุนซึ่งกันและกันในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการฟื้นฟูอุตสาหกรรมกีฬามวลชน การยกระดับมาตรฐานการจัดงาน การรับมือและเตรียมความพร้อมการจัดงานในชีวิตวิถีใหม่ ตลอดจนการดึงลิขสิทธิ์เป็นเจ้าภาพการประชุมหรือการจัดการแข่งขันระดับโลกรายการต่างๆ มาจัดที่ประเทศไทย เพื่อจะสร้างประโยชน์ให้แก่ประชาชนที่รักการออกกำลังกายและผู้จัดงาน รวมถึงช่วยพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศ

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

จากการศึกษา กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน จะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาที่จะต้องเติบโตควบคู่กันไป 5 ส่วน อันได้แก่

1. ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของเชิงพื้นที่ พร้อมทั้งกระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์พื้นที่ของตนเองให้เป็นแหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามอัตลักษณ์ รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และ

ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เผยแพร่ให้เป็นที่ยอมรับกันในพื้นที่ และในระดับประเทศ

2. การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬานานาชาติโดยคณะกรรมการ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควรจะต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้สามารถค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้าและบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ ส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชุมชนด้านการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา

3. การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเพื่อให้ตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในมิติต่าง ๆ ทำการศึกษารวบรวมและพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และทำการประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมทั้งส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เป็นแหล่งรายได้ทางเศรษฐกิจ โดยการออกแบบกิจกรรมให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้

4. การพัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องมีการสร้างเครือข่ายภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีการวางระบบและกลไกการเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และส่งเสริมให้พื้นที่ในบางแสนเป็นเมืองต้นแบบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5. การพัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ควรจะต้องพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความสามารถสร้างสรรค์และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นำไปสู่การสร้างคุณค่าของกิจกรรม มูลค่าของสินค้าและบริการ พัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแก่บุคลากรทางด้านเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวและกีฬาให้สามารถปรับตัวเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน ในเบื้องต้นนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จนั้น ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลมาจากเศรษฐกิจ ผลของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากค่านิยมของสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นแรงที่ ใช้ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน นั้น ปัจจัยในส่วนของภาครัฐที่จะต้องสนับสนุนให้กับ ผู้จัดการแข่งขันมาราธอน ดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย 1) นโยบายทางด้านการศึกษาและการท่องเที่ยว 2) รูปแบบการบริหารจัดการด้านการศึกษาและการ ท่องเที่ยว 3) งบประมาณในการสนับสนุนการจัดกิจกรรม และ 4) การสนับสนุนองค์ความรู้ในส่วน ที่เกี่ยวข้องกับจัดการแข่งขัน สำหรับในปัจจัยในส่วนของผู้จัดการแข่งขันนั้น ประกอบไปด้วย 1) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้าร่วม 2) การสร้างพันธมิตรและเครือข่ายเพื่อให้การดำเนินงาน เกิดความร่วมมือและนำไปสู่ประสบความสำเร็จ 3) ตัวนักวิ่งที่ผู้จัดการแข่งขันจะต้องดำเนินการ รองรับให้เกิดความเหมาะสมในทุก ๆ ด้านของการจัดการแข่งขัน 4) นวัตกรรมในการนำเทคโนโลยี ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการจัดการแข่งขัน และ 5) การจัดการแข่งขันที่จะต้องได้มาตรฐานสากล ซึ่ง ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอนไม่น้อยไป กว่า ปัจจัยที่ส่งผลมาจากเศรษฐกิจ ผลของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากค่านิยมของ สังคมเศรษฐกิจ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษา การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ สามารถนำผลที่ได้รับจาก การศึกษามหาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

สภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทยใน ปัจจุบัน มีประเด็นสำคัญ ที่ประกอบไปด้วย 1) ด้านนโยบายการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ภาครัฐได้มีการส่งเสริมการกีฬาเพื่อสุขภาพอันเป็นการวางรากฐานการพัฒนาและ เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านสุขภาพร่างกายให้แก่ประชาชน และพัฒนานักกีฬา ให้มีความสามารถ ในการแข่งขันในระดับนานาชาติและการให้บริการด้านกีฬาอย่างครบวงจร 2) ด้านการวางแผน ภาพรวมของงาน 3) ด้านงานบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย

ขับเคลื่อนด้วยการสร้างกิจกรรมเชิงกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ และองค์ประกอบหลายประการเพื่อสร้างคุณภาพและการรับรู้ที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการ 4) ด้านการตลาด ซึ่งจะต้องมีการกำหนดแนวคิดที่ชัดเจนโดยการดึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลาย สร้างความดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว และมีการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุก ๆ ส่วนกับการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่บางแสน ควรทำการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งในเรื่องของความต้องการด้านที่พัก การบริโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้การบริการสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ประภัสสร มีน้อย (2562) ที่ได้ทำการศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่พบว่า สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬานอกจากนี้ผู้จัดกิจกรรม เห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว

2. โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

โครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา องค์ประกอบร่วมของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) การสร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกัน 3) สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 4) ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อธุรกิจ ที่เป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดผลสำเร็จจากปัจจัยภายใน และ 5) ปัจจัยสนับสนุนภายนอก ที่เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จจากปัจจัยภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทักษะของนักบริหาร (Management Skills) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งสำคัญในการบริหารจัดการควรมีอย่างน้อย 3 อย่าง ได้แก่ 1) ทักษะด้านเทคนิค (Technical Skills) เป็นความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับงาน จะเป็นทักษะความสามารถเฉพาะด้านในงานที่ทำ เช่น การเงิน ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีสารสนเทศ การผลิต ระบบคอมพิวเตอร์ กฎหมาย การตลาด เป็นต้น ทักษะทางด้านเทคนิคมักเป็นความสามารถเกี่ยวกับตัวงาน เช่น ขบวนการหรือผลิตภัณฑ์ 2) ทักษะด้านคน (Human Skills) เป็นทักษะในการทำให้เกิดความประสานงานกันของกลุ่มที่ผู้บริหารนั้นรับผิดชอบ ในเรื่องเรื่องทัศนคติ การสื่อสาร

และผลประโยชน์ของบุคคลและกลุ่ม เป็นทักษะการทำงานกับคน และ 3) ทักษะด้านความคิด (Conceptual Skills) เป็นความสามารถในการมององค์การในภาพรวม ในการเข้าใจความสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์การว่ามีผลต่อกันอย่างไร และเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับปัจจัยแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การ ว่าองค์การมีผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ อย่างไร

3. กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน จะต้องประกอบไปด้วยการพัฒนาที่จะต้องเติบโตควบคู่กันไป ใน 5 ส่วน อันได้แก่ 1) การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 2) การส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน 3) การพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4) การพัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 5) การพัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประภัสสร มีน้อย (2562) ที่ได้ทำการศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ที่พบว่า กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพ ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่ การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่าง นักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันมาราธอน นั้น ปัจจัยในส่วนของภาครัฐที่จะต้องสนับสนุนให้กับผู้จัดการแข่งขันมาราธอน ดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย 1) นโยบายทางด้านการศึกษาและการท่องเที่ยว 2) รูปแบบการบริหารจัดการด้านการศึกษาและการท่องเที่ยว 3) งบประมาณในการสนับสนุนการจัดกิจกรรม และ 4) การสนับสนุนองค์ความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน สำหรับในปัจจุบัน

ในส่วนของผู้จัดการแข่งขันนั้น ประกอบไปด้วย 1) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้าร่วม 2) การสร้างพันธมิตรและเครือข่ายเพื่อให้การดำเนินงานเกิดความร่วมมือและนำไปสู่ประสบความสำเร็จ 3) ตัวนักวิ่งที่ผู้จัดการแข่งขันจะต้องดำเนินการรองรับให้เกิดความเหมาะสมในทุก ๆ ด้านของการจัดการแข่งขัน 4) นวัตกรรมในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการจัดการแข่งขัน และ 5) การจัดการแข่งขันที่จะต้องได้มาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกีฬา ของ Henri Fayol (1949) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้จัดการแข่งขันต้องทำงานหลัก 5 ประการ เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) การวางแผน : การวางแผนงานที่ต้องการให้ทำ 2) การจัดการ : ดำเนินงานและสถานที่ทำงานเพื่อให้แน่ใจว่าผลงานจะดี 3) การสั่งงาน : ออกคำสั่ง หรือชี้้นำให้ปฏิบัติงาน 4) การประสานงาน : ทำให้ทุกคนมีความพยายามร่วมมือกันในการทำงาน และ 5) การควบคุมงาน : ควบคุมและสอดคล้องเพื่อให้แน่ใจว่าการทำงานตรงตามแผนการที่วางไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษา การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย กรณีศึกษาผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการศึกษาดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาการแข่งขันงานวิ่งมาราธอน ยังขาดความเชื่อมโยงในการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรมีการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นรูปธรรม
2. ภาครัฐจึงควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผลักดันสู่การนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรทุกระดับ
3. ควรมีการใช้เทคโนโลยีในการจัดทำฐานข้อมูลด้านนักวิชาการ นักวิจัย บุคลากรภาคีเครือข่ายองค์ความรู้ ปฏิทินการจัดกิจกรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของแต่ละพื้นที่ในเขตพื้นที่ที่จะจัดการแข่งขัน เพื่อความสะดวกในการประสานงาน
4. ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนค้นหาและพัฒนาต้นทุนทางทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน เพื่อสร้างสรรค์เป็นกิจกรรม สินค้า และบริการที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

5. ผู้จัดผู้จัดการแข่งขันงานวิ่ง สามารถนำรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ให้มีมาตรฐาน สร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังครอบคลุมกีฬาอีกหลายประเภท จึงควรทำการศึกษาการนำองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการกีฬา ให้มีความสอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวและในแต่ละพื้นที่



บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554a, 25 สิงหาคม 2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554b). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555-2559. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559, 23 มกราคม 2560). ภาพภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย (Sport Tourism) ประจำปี 2560.
- กุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2557). The Emergence of Sport Event Tourism in Buriram. วารสาร วิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 15(3).
- นุชจรินทร์ นีรัตน์ก จาย. (2558). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวไทยในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วรรณวณิชย์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 17 - 18
- รวินท์ สุวัณ ฒ เขมรัฐและคณะ. (2547). รายงานฉบับสมบูรณ์ศึกษาของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. ส นักประสานงานการ พัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน ส นักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศูนย์สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย: รูปแบบสมการ โครงสร้าง. คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ไศรยา หอมชื่น, & ฐานิช ลิมตระกูล. (2555). Tourism and Sport event. จุลสารวิชาการ อิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. eTAT tourism journal, 2.
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). เกี่ยวกับสภาฯ. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2553. จาก <http://www.thailandtourismcouncil.org/th/about.php>
- สัจจา ไกรศรีรัตน์, & ทศนีย์ นาคเสนีย์. (2560). การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นสู่การเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาชุมชนจอมบึง จังหวัดราชบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว (Tourism Economic Review).6, 68-70.
- อรัศธรรม พรหมมะ และคณะ. (2548). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกาย . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Barnard, Chester I. (1986). The Function of the Executive .Cambridge :Harvard University press.
- Coltman, M. M. (2010). Tourism Marketing. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Coulter, M. K. (2010). Strategic management in action. Boston: Prentice Hall.
- Frederic W. Taylor. (1991). The Principles of Scientific Management. New York: Harper.
- Henry Mintzberg and et al.(1987). Mintzberg on Management : Inside our Strange World of Organizations. Italy : Macmillan.
- Herbert A. Simon. (1960). Administrative Behavior. New York: The McMillan.
- Hritz, N., & Ross, C.(2010). The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. Journal of Sport Management,24(2), 119-138.
- James Higham. (2005). Sport Tourism destinations: Elsevier Inc Publishing.
- Luther Gulick and Lyndall Urwick. (1973). The Science of Administration. New York: Columbia University.
- 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.
- Max Weber. (1966). The Theory of Social and Economic Organization. Trans. By A.M. Henderson and Talcott Person, 4th ed. New York: The Free Press.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (2002). Tourism: Principles, practices, philosophies(9th ed.). New York: John Wiley & Sons, 25-30.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- McPherson, B.C., Curtis, J.E., & Loy, J.W. (1989). The social significance of sport: An introduction to the sociology of sport. Champaign: Human Kinetics.
- Mike Weed. (2008). Sport and Tourism : A Reader. New York Routledge.
- Munsterberg, Hugo. (1913). Psychology and Industrial Efficiency.
- Robbins & DeCenzo. (2004), Certo. (2003). Retrieved December 18, 2012, from <http://www.gotoknow.org/posts/447935>
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). Sport tourism. Champaign: Human Kinetics.
- ThongphonPornsaka 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).
- Weed M, & Bull. (2004). Sports Tourism : Participant, policy and provider. Oxford: Elsevier Butterworth-Hinemann.
- Yiannakis, A. (2002). Tourist roles: Needs and the adult life course. Annals of Tourism Research, 29(1), 323-343.



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก



แนวคำถามการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

เรื่อง การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย
กรณีศึกษา ผู้จัดการแข่งขันงานวิ่งรายการบางแสนมาราธอน

คำอธิบาย

แนวคำถามการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัย วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ในประเทศไทย ตลอดจนโครงสร้างและรูปแบบการจัดการธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนและเพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจการจัดการแข่งขันของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน อีกทั้งเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้จัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยและผู้ให้สัมภาษณ์จะเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญที่สุด นักวิจัยจะใช้ภาษาในการสื่อสารพูดคุยหรือที่เรียกเป็นทางการว่าการสัมภาษณ์ โดยในการเก็บข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลด้านข้อเท็จจริง ข้อมูลความคิดเห็น หรือเจตคติ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน

โดยมีแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอาจใช้คำถามเพื่อบอกว่าใคร Who/ทำอะไร What/ที่ไหน Where/เมื่อไหร่ When/ทำไม Why/อย่างไร How รวมถึงการสัมภาษณ์เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่างๆ แสดงความคิดเห็น เหตุผล และมุมมอง โดยแนวทางการถามจะประกอบด้วย

- คำถามทั้งที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เพื่อหลีกเลี่ยงแนวคำถามแบบโครงสร้าง ที่มุ่งให้คนตอบเลือก หรือการตอบแบบบังคับให้ตอบใช่ไม่ใช่ การการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพมักจะเริ่มต้นจากคำถามทั่วไป เพื่อสร้างความรู้เข้าใจระหว่างผู้สนทนาก่อน จากนั้นจึงจะค่อยเข้าสู่คำถามกึ่งโครงสร้าง

- คำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) จะเป็นการสร้างแนวข้อคำถามไว้ล่วงหน้า โดยอาจจัดเป็นข้อแต่ไม่ระบุชุด กำหนดเป็นลำดับข้อไว้แล้วค่อยๆถามตาม อย่งไรก็ตาม การถามแต่ละครั้งของแต่ละคน จะแตกต่างกันไปตามบริบทของคำตอบของผู้ให้ข้อมูล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบนโยบายการสนับสนุน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประกอบด้วย

1. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภาครัฐในระดับยุทธศาสตร์ประเทศ และระดับกระทรวงรวมถึงหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเป็นอย่างไร

2. การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านใดบ้าง และแนวโน้มในอนาคตจะเป็นอย่างไร

3. มูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างไร และสาขาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีสัดส่วนเป็นอย่างไรถ้าเทียบกับสาขาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ

4. บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีมากน้อยแค่ไหน และความต้องการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านมาและในอนาคตรองรับความต้องการได้หรือไม่ อย่างไร

5. นอกจากทรัพยากรบุคคลแล้ว ทรัพยากรด้านภูมิศาสตร์รองรับการเติบโต รวมถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้มากน้อยเพียงใด

6. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เป็นรูปธรรมและสร้างมูลค่าให้แก่การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มากที่สุดมีอะไรบ้าง และแนวโน้มเป็นอย่างไร

7. ทำอย่างไรให้การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน และมีมาตรฐานสากล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. ที่ผ่านมามีอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าในจังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร ได้รับผลกระทบเชิงบวกต่อนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากน้อยเพียงใด อย่างไร
2. การเข้ามาของธุรกิจการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดชลบุรี ได้สร้างผลดีแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมในพื้นที่หรือไม่ มากน้อยเพียงใด หากเทียบกับในช่วงฤดูกาลปกติ
3. แนวโน้มการเติบโตในอนาคตของอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้าในจังหวัดชลบุรีจะเป็นอย่างไร
4. ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการเติบโต รวมถึงการรองรับการให้บริการทั้งในส่วนของโรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า ในพื้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นอย่างไร หากมีการเข้ามาของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มากเพิ่มจำนวนขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน
5. ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในพื้นที่ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่จังหวัดชลบุรีควรมีทิศทางอย่างไร

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างของภาคเอกชนที่ร่วมสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. เหตุผลและความสำคัญของการสนับสนุนของภาคเอกชน ในการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนคืออะไร และปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนมีอะไรบ้าง อย่างไร
2. ผลประโยชน์ และความคุ้มค่าที่ผู้สนับสนุนได้รับจากการจัดการแข่งขันรายการบางแสนมาราธอน คืออะไร และมีผลดีต่อภาคเอกชนหรือผู้สนับสนุนอย่างไรบ้าง
3. กระแสตอบรับจากผู้บริโภคในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์เป็นอย่างไร เมื่อเข้ามาสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน
4. ข้อคิดเห็นของแบรนด์หรือผู้สนับสนุนต่อการให้การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบันเป็นอย่างไร และในอนาคตคิดว่าพัฒนาการของการสนับสนุนจะเป็นไปในทิศทางใด
5. ข้อเสนอแนะของผู้สนับสนุนต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง และควรมีเงื่อนไขหรือการส่งเสริมจากหน่วยงานอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้จัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. อยากให้อธิบายถึงที่มา วิสัยทัศน์ พันธกิจ บทบาท และกล่าวถึงผลงานของบริษัทฯ
2. โครงสร้างทางธุรกิจก่อนและปัจจุบันที่มาสู่การจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอน
3. บริษัทฯ มองเห็นอะไรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา
4. งานแรกที่เริ่มที่สนับสนุนอุตสาหกรรมเชิงกีฬา คืองานอะไร และผลตอบรับเป็นอย่างไรบ้าง
5. อยากให้พูดถึงบางแสนมาราธอนตั้งแต่เริ่มแรก และพัฒนาการมาสู่ปัจจุบัน
6. กระบวนการ ขั้นตอนในการทำงานของบริษัท ในการจัดการวิ่งรายการบางแสนมาราธอน เป็นอย่างไร องค์กรพาร์ทที่เกี่ยวข้องมีอะไรบ้าง
7. ปัญหาและอุปสรรคที่พบหลัก ๆ คืออะไร แล้วแก้ปัญหาอย่างไร
8. กว่าจะถึงวันนี้ ปัจจัยสำคัญในการไปสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้จัดการแข่งขันที่ได้รับมาตรฐานระดับโลกคืออะไร และสิ่งเหล่านี้จะพัฒนาไปสู่ทิศทางใดได้อีก
9. คิดว่าต่อจากนี้ในระยะสั้น กลาง ยาว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะปรับไปในทิศทางใด และบริษัทเองมีกลยุทธ์ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจการจัดการแข่งขันอย่างไรบ้าง
10. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเฉพาะการสนับสนุนผู้จัดการแข่งขันให้มีมาตรฐานระดับสากล

ตัวอย่างแนวทางคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอน ประกอบด้วย

1. เหตุผลที่ทำให้สหพันธ์กรีฑานานาชาติมอบรางวัลมาตรฐานเหรียญทองให้แก่การจัดการแข่งขันวิ่งรายการบางแสนมาราธอนของประเทศไทย
2. สหพันธ์กรีฑานานาชาติมองเห็นศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในอนาคตเป็นอย่างไร และสหพันธ์พร้อมให้การสนับสนุนการจัดการแข่งขันวิ่งมาราธอนในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร
3. สหพันธ์กรีฑานานาชาติ คิดว่าประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการบางแสนมาราธอนมีความเป็นไปได้ไหมที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นรายการวิ่งมาราธอนที่เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักวิ่งทั่วโลกในอนาคต ที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย อย่างเช่น รายการโตเกียวมาราธอน เป็นต้น
4. รายได้ที่ได้รับจากการถ่ายภาพนักวิ่งในรายการบางแสนมาราธอน เฉลี่ยตกอยู่ที่เท่าไรต่อรายการ และหากเทียบกับรายได้ที่ได้รับจากการถ่ายภาพในรายการวิ่งอื่น ๆ เป็นอย่างไร

5. การถ่ายภาพในการรายการวิ่งบางแสนมาราธอน แตกต่างจากงานวิ่งอื่น ๆ ไหม
อย่างไร
6. ผลตอบรับจากการซื้อภาพส่วนใหญ่เป็นนักวิ่งประเภทไหน และจำนวนภาพที่ถ่าย
ในแต่ละรายการเป็นอย่างไร
7. ทีมอาสาสมัครคิดอย่างไรต่อการเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการแข่งขันวิ่งรายการบาง
แสนมาราธอน ซึ่งเป็นระดับมาตรฐานของสหพันธ์กรีฑานานาชาติ และผู้จัดมีนโยบายในการดูแล
ทีมอาสาสมัครอย่างไร
8. ข้อเสนอแนะที่ต้องการเห็นในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแข่งขันวิ่ง
รายการบางแสนมาราธอนมีหรือไม่ อย่างไร

