



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4
2 - 3 กรกฎาคม 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘
ได้แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปแล้ว นั้น เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ตั้งนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณา
ผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | | |
|-----|--------------------------------|----------------|
| ๑. | รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลปดินทร์ | แสงอาสาทวีริยะ |
| ๒. | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพวพรรณ | วิงวอน |
| ๓. | รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | วงศ์สารศรี |
| ๔. | รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย | ต้นจันทานนท์ |
| ๕. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ | ศิริวงศ์ |
| ๖. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิธาภรณ์ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๗. | รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๘. | รองศาสตราจารย์จำเนียร | บุญมาก |
| ๙. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกคากิจ |
| ๑๐. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๑. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๒. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช | ชุลิกาวิทย์ |
| ๑๓. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | สัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๕. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ | อวิโรธนานนท์ |
| ๑๖. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา | ศรีนฤวรรณ |

๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...

๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ	พันธุ์แพ
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินทะขัน
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา	เดชเถกิง
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คณะสุวรรณ
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุตถนอม	ตันเจริญ
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์	เมี้ยนกำเนิด
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวี	ปานซา
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยุดเย็น
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์	ชมระกา
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	พงษ์เพชร
๒๘.	อาจารย์ ดร.กัญญพัทธ์วี	กล่อมจงเจริญ
๒๙.	อาจารย์ ดร.กัญจณา	ดิษฐ์แก้ว
๓๐.	อาจารย์ ดร.กุลชญา	แว่นแก้ว
๓๑.	อาจารย์ ดร.เขมกร	ไชยประสิทธิ์
๓๒.	อาจารย์ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล
๓๓.	อาจารย์ ดร.ชนันธมา	คิวโมเกษธรรม
๓๔.	อาจารย์ ดร.ชัยชัย	สุจริต
๓๕.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
๓๖.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	โฆษาภัทรพิมพ์
๓๗.	อาจารย์ ดร.ฐิติกุล	ไชยวรรณ
๓๘.	อาจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
๓๙.	อาจารย์ ดร.ธนศักดิ์	ตันตินาคม
๔๐.	อาจารย์ ดร.ธีรวัลักษณ์	สังจะวาที
๔๑.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพตานนท์
๔๒.	อาจารย์ ดร.นิตติศักดิ์	เจริญรูป
๔๓.	อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๔๔.	อาจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๔๕.	อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๔๖.	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
๔๗.	อาจารย์ ดร.เพ็ญ	ทุกข์สุญ
๔๘.	อาจารย์ ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒน์กุล

๔๙. อาจารย์...

๔๙.	อาจารย์ ดร.ภัทธิกา	มณีพันธ์
๕๐.	อาจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๕๑.	อาจารย์ ดร.รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร
๕๒.	อาจารย์ ดร.วันนิวัต	ปิ่นสูงค์
๕๓.	อาจารย์ ดร.ศรุต	วรุณกุล
๕๔.	อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุขฎี
๕๕.	อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๕๖.	อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๕๗.	อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน
Management and Marketing Pattern for Sport Suitable with Amphoe Hua-Hin

ธีระวัฒน์ จันทิก¹ พงษ์ธรณ์ เผ่าศรีเจริญ² และ ภาณุวัฒน์ ภักดีโต³

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

^{2,3}นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดสำหรับการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในพื้นที่ อำเภอหัวหิน ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลหลักของประเทศไทย ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยวิธี Snowball ได้แก่ กลุ่มคณาจารย์ และนักวิชาการในมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหินใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบทางการตลาดเพื่อจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสม ควรใช้หลักการบริหาร 4M's ได้แก่ การจัดการ (management) เงินทุน (money) วัสดุ (Material) และทรัพยากรบุคคล (man) ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยเน้นวิธีการบูรณาการการตลาดร่วมกับกลยุทธ์ประสมทางการตลาด 1P ได้แก่ สถานที่ (place) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการกีฬาในพื้นที่ทางทะเล ให้เกิดแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: รูปแบบการตลาด, การจัดการทางการกีฬา, การท่องเที่ยวในพื้นที่ทางทะเล

Abstract

The objective of this research is to educate the pattern for sport suitable in amphoe Hua-Hin, which is a seaside attraction spot. It is well known among tourists, both Thailand and abroad. We have selected the qualitative research methodology by using in-depth interviews in order to collect data from the main information providers; faculty of professors, academics in the University College, Sports management practitioner and the groups of tourists in Hua-Hin by using snowball method. Finally, the last method we are using is the synthetic method of data to find the conclusion.

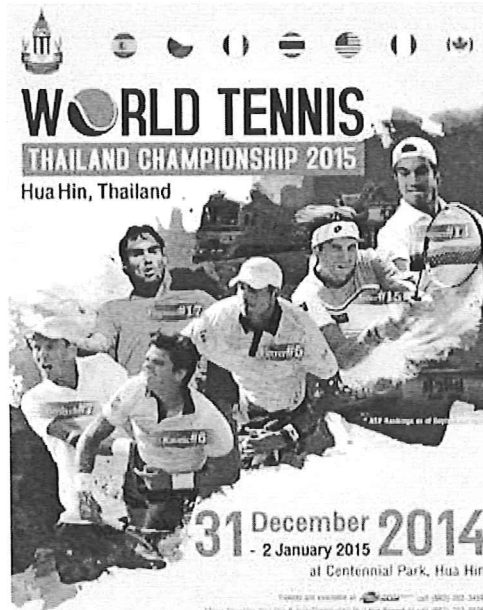
The results showed that the pattern for sport suitable in amphoe Hua-Hin is to use the principles of management of 4M's, which are the relationship between management money Material and man. By focus on how integrating marketing in conjunction with the marketing mix strategy of 1P which is Place. This held that is the important part for sports management with tourism in marine areas, to attract the tourists both Thailand and overseas in order to promote tourism.

Keywords: The pattern for sport, Sports management, Tourism in marine areas

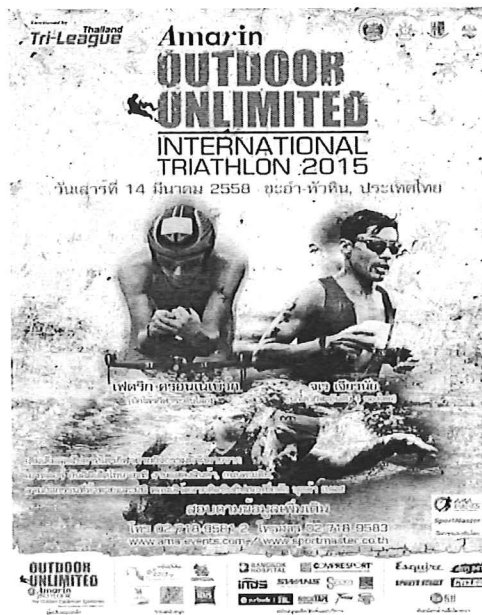
1. บทนำ

ปัจจุบัน การกีฬาเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งในสังคมเมืองและในสังคมท้องถื่น โดยส่วนใหญ่จะนิยมเล่นกีฬาเพื่อเป้าหมาย 2 ประการ โดยประการแรกจะเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ แบดมินตัน วิ่ง และว่ายน้ำ หรือกีฬาประเภทอื่นๆ และประการที่ 2 จะเล่นกีฬาเพื่ออาชีพและชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น ซึ่งการเล่นกีฬาได้เข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนเรามากขึ้น ทราบได้ก็ตามเมื่อมนุษย์ยังมีการเคลื่อนไหวการกีฬาย่อมมีบทบาทส่งเสริมการเคลื่อนไหวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การกีฬาจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการดำรงชีวิตประจำวัน (จุฑารัตน์ กิตติเชมากร, 2550) ซึ่งปัจจุบันก็เริ่มพบว่า พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการกีฬา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือส่งเสริมภาวะสุขภาพของคนโดยตรง ๆ แหล่งท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดกีฬาในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาในพื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเล พบว่า พื้นที่โดยรวมมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการจัดการแข่งขันกีฬา ทั้งในลักษณะที่เป็น Tournament หรือลักษณะ เป็นการจัดการกีฬาแบบในรูปแบบการจัดการแข่งขัน ได้แก่ มวย เทเบิล เทนนิส เทนนิส หรือเป็นทีม เช่น ฟุตบอล รักบี้ บาสเกตบอลเซปักตะกร้อ ฯลฯ วิธีการจัดการส่วนใหญ่จะเน้นให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการจัดการการแข่งขัน (Business Competitive Intelligence, 2012) ในขณะที่อีกลักษณะหนึ่งคือ Non-Tournament หรือการจัดการกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันที่เป็นการจัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์เท่านั้น โดยมีรูปแบบสำหรับคำนึงถึงภาพส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการผสมผสานทักษะทางกีฬาและท่องเที่ยว ให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวไปด้วย โดยการจัดการกีฬารูปแบบนี้มีกีฬาหลากหลายประเภทได้แก่ เรือใบ จักรยาน วิ่งมาราธอน ว่ายน้ำ หรืออื่นๆ (ไทยรัฐ, 2553) ทั้งนี้โดยสรุปแล้วส่วนใหญ่การจัดการกีฬาประเภทนี้มีความเหมาะสมสำหรับเมืองท่องเที่ยวทางทะเล โดยเฉพาะเมืองหัวหิน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเข้าชมการจัดการกีฬาในลักษณะนี้ เช่น ไตรกีฬา และเทนนิส และทางคณะผู้จัดงานก็ได้มีแผนส่งเสริมทางการตลาดมากมายและที่สำคัญ คือ แผ่นภาพโปสเตอร์แนะนำรายการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอหัวหิน พิจารณาดังภาพที่ 1 – 3



ภาพที่ 1 World Tennis Thailand Championship 2015 Hua-Hin



ภาพที่ 2 Amarin Outdoor Unlimited International Triathlon 2015 Hua-Hin



ภาพที่ 3 Hua-Hin Regatta 2014

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแล้วอำเภอหัวหินเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความสำคัญ ต่อในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ตลาดนักท่องเที่ยว คนไทยของหัวหินขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากที่มีจำนวน 1.97 ล้านคนในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 เป็น 2.40 ล้านคนในปี 2554 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.6 เป็น 3.25 ล้านคนในปี 2555 ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาในทิศทาง เดียวกัน โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวยุโรป ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย เยอรมนี และ อังกฤษ โดยมีสัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 50 ของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมของหัวหินในปี 2555 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556) ทั้งนี้หากพิจารณา รูปแบบการจัดประเภทรูปแบบทางการกีฬาที่ เหมาะสมกับพื้นที่การท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ ได้แก่ การจัดกีฬาแบบ

เป็นการแข่งขัน Tournament และการจัดกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันหรือการจัดการกีฬาเพื่อนงานอื่น
 วนั้น Non-Tournament ย่อมต้องอาศัยหลักการบริหารและรูปแบบทางการตลาดที่เหมาะสม
 คณะผู้วิจัยต้องการศึกษารูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน
 สำหรับเป็นแนวทางการศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการกีฬาในอำเภอหัวหิน

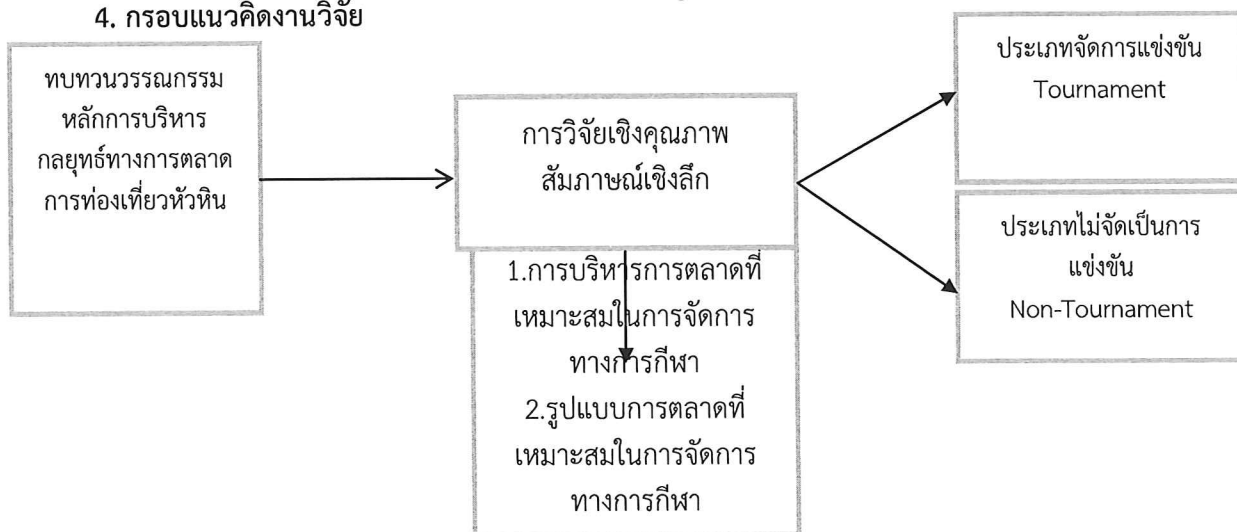
2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหลักการบริหารการตลาดที่เหมาะสมในการจัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน
2. เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดที่เหมาะสมในการจัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน

3. คำถามงานวิจัย

1. หลักการบริหารการตลาดที่เหมาะสมในการจัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน มีลักษณะอย่างไร
2. รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมในการจัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน มีลักษณะอย่างไร

4. กรอบแนวคิดงานวิจัย



รูปที่ 4 กรอบการเชื่อมโยงแนวความคิดของงานวิจัย

5. ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาในเรื่อง รูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการ
 กีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหินได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์
 (Descriptive Analysis) โดยคณะผู้วิจัยได้มาเรียบเรียงวิเคราะห์และพรรณนา หลังจากได้ข้อมูลจาก
 การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก(key informant) กับกลุ่มคณาจารย์และนักวิชาการในมหาวิทยาลัย
 กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหิน โดยมีผู้ให้
 ข้อมูลหลักเริ่มแรก คือ อาจารย์พลชัย เพชรปลอด และผู้มีความรู้ด้านสถานที่และการท่องเที่ยว

จำนวน 9 คนด้วยวิธี snowball จนได้ข้อมูลลุ่มตัวด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พิจารณาว่าข้อมูลนั้นมีความสมบูรณ์หรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป ตามกรอบการทบทวนวรรณกรรม ทางด้านการบริหารและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน

6. ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ด้านแนวคิดพื้นฐานในการบริหาร จัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน นั้น ต้องอาศัยหลายๆ ปัจจัยประกอบกัน เพื่อทำให้เกิดกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งปัจจัยที่เป็นพื้นฐานในการดำเนินการควรมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ (management) โดยการบริหารเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดกิจกรรมกีฬาที่มีคุณภาพเพื่อให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น จากนั้น คือ ปัจจัยทางด้าน คน หรือทรัพยากรบุคคล (Man) ก็นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดอีกด้านหนึ่ง เพราะกิจกรรมการกีฬาจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความคิดของคน และใช้คนเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม ซึ่งคนที่ทำหน้าที่การบริหารนั้นก็ทำหน้าที่เช่นเดียวกันกับพนักงานในการทำการตลาด สำหรับในกิจกรรมเกี่ยวกับด้านกีฬาในเขตหัวหินนั้น ควรให้ความสำคัญพนักงานหรือผู้ให้บริการ ที่มีความพร้อมในการให้บริการได้อย่างราบรื่น โดยผู้จัดการกิจกรรมทางการกีฬา ควรมีการคัดเลือกพนักงานผู้มีความรู้และความสามารถโดยตรงกับประเภทกีฬา เช่น หากพิจารณากีฬา Tournament ประเภทกีฬากอล์ฟ ก็ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือก โปรเซกอล์ฟ แคดดี้ เพื่อสร้างความปลอดภัยและความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ เพราะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า อีกทั้งควรมีการคัดเลือกแคดดี้เพื่อสามารถให้บริการได้อย่างมีมาตรฐาน ทั้งนี้ ควรคัดเลือกพนักงานที่เป็นคนในท้องถิ่นหรือในพื้นที่การท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อได้เปรียบเพราะจะรู้จุดเด่นจุดด้อยของพื้นที่ได้ดี ทำให้มีแนวทางในการวางแผนด้านการบริการ ทำให้สร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจในการใช้บริการของลูกค้า อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ คือวัสดุุดิบ (Material) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานในการจัดการทางการกีฬา ทั้งประเภท Tournament และ Non-Tournament โดยเริ่มตั้งแต่ในด้านของระบบขององค์กร การควบคุมจนถึงองค์ประกอบเล็ก ๆ ที่สำคัญ คือ อุปกรณ์กีฬาที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น ผู้จัดการทางการกีฬาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนี้ จึงต้องดำเนินการให้อุปกรณ์ทางการกีฬาอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความปลอดภัยต่อนักกีฬา นอกจากนี้ปัจจัยข้างต้นที่กล่าวมาก็ยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญคือ เงินทุน (Money) ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการจัดการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์สามารถดำเนินการกิจกรรมได้อย่างเต็มรูปแบบตามเป้าหมายที่วางไว้

ตอนที่ 2 กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีอยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จัก และเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่ม เป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ซึ่งประกอบไปด้วย

1. Product ก็คือสินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร

2. Price ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคา อย่างเดียวเพราะการลดราคาสินค้า อาจจะได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการ แก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา

3. Place คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลาย ๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความ สำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมาย ท่านคือใคร

4. Promotion คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่น โฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดด้านสถานที่ (Place) เท่านั้น ที่มีความเหมาะสมในการจัดทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ในเขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหิน เช่น การเลือกสถานที่ในการสร้างสนาม กอล์ฟ ควรเลือกสถานที่ที่อยู่ใกล้กับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในการเล่นกีฬาประเภทนี้สูง และใน ย่านที่มีการทำธุรกิจหัวหิน ที่มีนักธุรกิจหรือบุคคลที่มีรายได้สูง เพราะคนกลุ่มนี้มีค่านิยมสูงในการเล่น กีฬาประเภทนี้ นอกจากนี้ยังควรมีการจัดสรรสถานที่ให้ดี สะอาด สวยงาม ปลอดภัย มีความเป็น ระบบระเบียบ เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการสถานที่ ทางการกีฬาของเรา ซึ่งหากสถานที่และการให้บริการผ่านเกณฑ์และตรงตามความต้องการและ มาตรฐานทางการกีฬา ก็จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ และถึงแม้จะมีค่าใช้จ่ายที่สูง ก็จะยอมจ่าย ได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งการรับบริการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament ใน เขตการท่องเที่ยวทางทะเล อำเภอหัวหินได้

7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สามารถพิจารณาความเชื่อมโยงการบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬา ที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน ได้ดังรูปที่ 5

การจัดการกีฬาแบบ Tournament	กอล์ฟ	การจัดการกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขัน หรือการจัดกีฬาเพื่องานอีเว้นท์ Non-Tournament
เน้นการบริหารปัจจัยแบบ 4Ms การจัดการ (management) เงินทุน (money) วัตถุดิบ (Material) และ ทรัพยากรบุคคล (man) ให้มีความสัมพันธ์กัน	หัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยว จึง เหมาะสมสำหรับรูปแบบการจัดการ กีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันหรือการ จัดกีฬาเพื่องานอีเว้นท์ Non-Tournament	เน้นการบริหารปัจจัยแบบ 4Ms-1P การจัดการ (management) เงินทุน (money) วัตถุดิบ (Material) และ ทรัพยากรบุคคล (man) ให้มี ความสัมพันธ์กัน ร่วมกับกลยุทธ์ ประสมทางการตลาด 1P ได้แก่ สถานที่ (place)
	ไตรกีฬา เรือใบ และเทนนิส	

จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าอำเภอหัวหินเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจัดการบริการทางการกีฬา ประเภท Tournament และ Non-Tournament สำหรับใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยที่มีความเหมาะสมที่สุดก็คือ การจัดการทางการกีฬาในรูปแบบที่ไม่เป็นการแข่งขันหรือ Non-Tournament ที่มีการจัดการทางการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์ขึ้น ในกีฬาหลากหลายประเภท ได้แก่ ไตรกีฬา (กีฬาวิ่งมาราธอน, ปั่นจักรยาน และว่ายน้ำ) กีฬาเรือใบ และกีฬาเทนนิส โดยมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบริหารและรูปการตลาด คือ ปัจจัยแบบ 4Ms-1P การจัดการ (management) เงินทุน (money) วัสดุ (Material) และ ทรัพยากรบุคคล (man) ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยเน้นวิธีการบูรณาการตลาดร่วมกับกลยุทธ์ประสมทางการตลาด 1P ได้แก่ สถานที่ (place) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการกีฬาในพื้นที่ทางทะเล ให้เกิดแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาจากผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์ในอำเภอหัวหินนับวันจะประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่อำเภอหัวหิน แต่ปัจจุบันสถานที่จัดกีฬายังไม่ดีเท่าที่ควร และหากไม่ได้รับการพัฒนาอาจจะทำให้อำเภอหัวหินเสียโอกาสส่วนหนึ่งที่จะได้รับรายได้ คณะผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าหากจะจัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์หรือ Non-Tournament สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สนามกีฬาการแข่งขันควรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งควรมีระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่นักกีฬาและผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬา เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันและผู้ชม ซึ่งจะส่งผลให้อำเภอหัวหินได้รับประโยชน์สูงสุดในการจัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการทำงานของหน่วยงานที่จัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์หรือ Non-Tournament เพื่อที่จะได้ทราบว่าหน่วยงานได้มีการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมหรือไม่ตามแนวทางการจัดการกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันหรือการจัดการกีฬาเพื่องานอีเว้นท์ Non-Tournament ที่เน้นการบริหารปัจจัยแบบ 4Ms-1P

9. เอกสารอ้างอิง

- จุฑารัตน์ กิตติเชมากร. (2550). *ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพกายและใจ*. สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2558, จาก <http://url.us/EfLhaH>
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ถวัลย์ ใจน้อย. (2550). *ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ไทยรัฐ. (2553). *รัฐมนตรีกีฬา หนุนจัด 300 อีเว้นท์กีฬาช่วงโลว์ซีซั่น*. สืบค้นวันที่ 17 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.thairath.co.th/content/100350>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เฟรนด์ข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). ช่วงปิดเทอมกระตุ้นท่องเที่ยว...คึกคัก. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2558, เข้าถึง จาก <https://www.kasikomresearch.com/th/>.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). การบริหารตลาด กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ. (2551). พัฒนาการการวิจัยการตลาด: เส้นทางชีวิตของบริษัท ผลิตภัณฑ์และผู้คน ในสังคม. วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช, 2(กรกฎาคม 2550), 76-92
- Ban1gun. (2558). หลักบริหาร 4M's. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2558, จาก <http://url.us/rzLD4Q> สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547).
- Business Competitive Intelligence.(2555). Sport Management System. สืบค้นวันที่ 15 พฤษภาคม 2558, จาก <http://url.uAQolly>
- Philip Kotler. (2554). Marketing 3.0 จากผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้า จากลูกค้าสู่จิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์. แบรินด์เอจฉบับเข้มข้นพิเศษ, 2 (ธันวาคม 2554), 125-134