



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
ศตวรรษแห่งปัญญา
บูรพาภิรมย์ ๒๕๕๗



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15
“โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย”
(Globalization, Regionalization, and Localization:
Implications for Thai Society)

การประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



๖๐ปี มหาวิทยาลัยบูรพา
ศตวรรษแห่งปัญญา
บูรพาภิรมย์ ๒๕๕๗



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

The 15th National Conference 2015
on Political Science and Public Administration

การประชุมวิชาการ
รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ

ครั้งที่
15

บทความฉบับเต็ม

โลกาภิวัตน์ ภูมิภาคอภีวัตน์ ท้องถิ่นอภีวัตน์: นัยต่อสังคมไทย
Globalization, Regionalization and Localization: Implications for Thai Society

จัดโดย

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ได้รับทุนอุดหนุนการทำการกรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยจาก
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

1. ศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ ภูมิณี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. วีระ สมบูรณ์
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยันต์ ไชยพร
4. รองศาสตราจารย์ ดร. ธันวัฒน์ รัตนศักดิ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภวัฒน์กร วงศ์ชนวสุ
8. รองศาสตราจารย์ ดร. อัครณัฐ วงศ์ปรีดี
9. รองศาสตราจารย์ ดร. โททอม อารียา
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ชัยยันต์ ประดิษฐ์ศิลป์
11. รองศาสตราจารย์ ดร. โกวิทท์ กังสนันท์
12. รองศาสตราจารย์มานิต ศุทธสกุล
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิศาล มุกดาภิรมย์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พจนา พิชาติปัจจา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ โพธิสว่าง
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตรี ดร. ณัฐกริช เปาอินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภมิตร ปิติพัฒน์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีระ กุลสวัสดิ์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นุชบง ชัยเจริญวัฒนะ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โอพาร ถิ่นบางเตียว
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประไพร์ อภิชาติสกุล
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษม เพ็ญพินันท์
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รงค์ บุญสวยขวัญ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศาสตรินทร์ ต้นสุน
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุระชัย ชูผกา

28. ร้อยตำรวจเอก ดร. วิเชียร ต้นศิริคองค
29. ดร. นิตี มณีกาญจน์
30. ดร. เก่งกิจ กิติเรียงลาภ
31. ดร. ปิยะ นาควัชร
32. ดร. วีระยุทธ พรพจน์ธนมาศ
33. ดร. ภัสนันท์ พ่วงเถื่อน
34. ดร. อนูรัตน์ อนันทนาร
35. ดร. อมรทิพย์ อมราภิบาล
36. ดร. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์
37. พันตำรวจโท ดร. ไหวพจน์ กุลาชัย
38. ดร. มาโนชญ์ อารีย์
39. ดร. จักรี ไชยพินิจ
40. ดร. ชัยณรงค์ เกรือนวน
41. ดร. สกฤติ อีสริยานนท์
42. ดร. ชัยณรงค์ ศรีมันตะ
43. ดร. บุญรอด บุญเกิด
44. ดร. สกฤต อ้นมา
45. ดร. บุญเลิศ ยองเพชร
46. ดร. สรชัย ศรีนิสานต์สกุล
47. ดร. สติธร ธนานิธิโชติ
48. ดร. โชติสา ขาวสนิท
49. ดร. ภัทรพงษ์ รัตนเสวี
50. ดร. ภัทราวดี มากมี
51. อาจารย์พงศธร แก้วมณี
52. อาจารย์ธวัชวัฒน์ กฤตยานวัช
53. อาจารย์จิรายุทธ์ สีม่วง
54. อาจารย์นพวรรณ พึ่งพา
55. นายปกรณ์ สัตยวณิช

กิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนัด-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน Marketing Activity of Sports in Non-Tournament Pattern for Amphoe Hua-Hin

ธีระวัฒน์ จันทิก¹, พงษ์ธรณ์ เผ่าศรีเจริญ² และภาณุวัฒน์ ภักดีโต³

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

^{2,3}นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนัด-ทัวร์นาเมนต์ ในพื้นที่ อำเภอหัวหิน ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลหลักของประเทศไทย ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก ด้วยวิธี Snowball ได้แก่ กลุ่มคณาจารย์ และนักวิชาการในมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหิน ใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพโดยเทคนิคสามเส้า

ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนัด-ทัวร์นาเมนต์ ควรใช้หลักบริหาร 3Ps ได้แก่ คน (People), สถานที่ (Place) และ กระบวนการทำงาน (Process) ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยเน้นวิธีการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกับอีกหนึ่งกระบวนการทางการตลาด ได้แก่ 1A คือ กิจกรรม (Activity) ซึ่งกิจกรรมการตลาดนี้จะต้องปรับวิธีการจัดการทางการตลาดที่ต้องมีการบริหารงานให้สอดคล้องกัน และจัดได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการกีฬาในพื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเล ให้เกิดแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: กิจกรรมทางการตลาด, นัด-ทัวร์นาเมนต์, การท่องเที่ยวในพื้นที่ทางทะเล

Abstract

The objective of this research was to educate the marketing activity of sports in non-tournament pattern for Hua-Hin, which was a seaside attraction spot. It was well known among tourists, both Thailand and abroad. We have selected the qualitative research methodology by used 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 used snowball method. Finally, the last method we were using is the synthetic method of data to find the conclusion and check the reliability of qualitative data by triangulation technique.

The results showed that the marketing activity of sports in non-tournament pattern for Hua-Hin was used the principles of management of 3Ps, which were the relationship between people place and process. By focus on how integrating marketing in conjunction with the marketing activity of 1A which was Activity. Marketing activity has to adjust marketing management method with the administration accordingly. This held that was 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: Marketing activity, Non-Tournament, Tourism in marine areas

บทนำ

ปัจจุบันการกีฬาเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งในสังคมเมืองและในสังคมท้องถื่น โดยส่วนใหญ่จะนิยมเล่นกีฬาเพื่อเป้าหมาย 2 ประการ โดยประการแรกจะเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ แบดมินตัน วิ่ง และว่ายน้ำ หรือกีฬาประเภทอื่นๆ และประการที่ 2 จะเล่นกีฬาเพื่ออาชีพ และชนิดกีฬาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กอล์ฟ เทนนิส เป็นต้น ซึ่งการเล่นกีฬาได้เข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนเรามากขึ้น ปรากฏให้เห็นตามเมื่อมนุษย์ยังมีการเคลื่อนไหวการกีฬาย่อมมีบทบาทส่งเสริมการเคลื่อนไหวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การกีฬาจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการดำรงชีวิตประจำวัน (จุฑารัตน์ กิตติเชษมากร, 2550) ซึ่งปัจจุบันก็เริ่มพบว่า พื้นที่แหล่งท้องถื่นกลายเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการจัดกิจกรรมการกีฬา เพื่อส่งเสริมการท้องถื่นหรือส่งเสริมภาวะสุขภาพของคนโดยตรงๆ แหล่งท้องถื่น

รูปแบบการจัดกีฬาในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาในพื้นที่การท้องถื่นทางทะเล พบว่า พื้นที่โดยรวมมีศักยภาพในการจัดการท้องถื่นไปพร้อมๆ กับการจัดการแข่งขันกีฬา ทั้งในลักษณะที่เป็นนันทนาการหรือการจัดการกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันที่เป็นการจัดกีฬาเพื่องานอีเว้นท์เท่านั้น ที่เกิดจากความร่วมมือของทางภาครัฐและเอกชน มีการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน โดยมีรูปแบบสำหรับคำนึงถึงภาพส่งเสริมการท้องถื่นที่เน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการผสมผสานทักษะทางกีฬาและท้องถื่น ให้เกิดการกระตุ้นการท้องถื่นไปด้วย โดยการจัดการกีฬารูปแบบนี้มีกีฬาหลากหลายประเภทได้แก่ เทนนิส เรือใบ จักรยาน วิ่งมาราธอน ว่ายน้ำ หรืออื่นๆ (De BondtR., 2540) ทั้งนี้โดยสรุปแล้วส่วนใหญ่การจัดการกีฬาประเภทนี้มีความเหมาะสมสำหรับเมืองท้องถื่นทางทะเล โดยเฉพาะเมืองหัวหิน ซึ่งมักจะพบนักท่องเที่ยวมาเข้าชมการจัดการกีฬาในลักษณะนี้ เช่น ไตรกีฬา และเทนนิส และทางคณะผู้จัดงานก็ได้มีแผนส่งเสริมทางการตลาดมากมายและที่สำคัญคือ แผ่นภาพโปสเตอร์แนะนำรายการกีฬาเพื่อการท้องถื่นในพื้นที่อำเภอหัวหิน 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 ตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยของหัวหินขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากที่มีจำนวน 1.97 ล้านคนในปี 2553 เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 เป็น 2.40 ล้านคนในปี 2554 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.6 เป็น 3.25 ล้านคนในปี 2555 ตามลำดับ สำหรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาในทิศทางเดียวกัน โดย ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวยุโรป ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย เยอรมนี และอังกฤษ โดยมี สัดส่วนรวมกันกว่าร้อยละ 50 ของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมของหัวหินในปี 2555 (ศูนย์วิจัย กลยุทธ์ไทย, 2556) ทั้งนี้หากพิจารณา กิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ ในอำเภอหัวหินย่อมต้องอาศัยหลักการบริหารและรูปแบบทางการตลาดที่เหมาะสม และจาก ปรากฏการณ์ข้างต้น คณะผู้วิจัยต้องการศึกษารูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสม ในอำเภอหัวหิน สำหรับเป็นแนวทางการศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการกีฬาในอำเภอหัวหิน

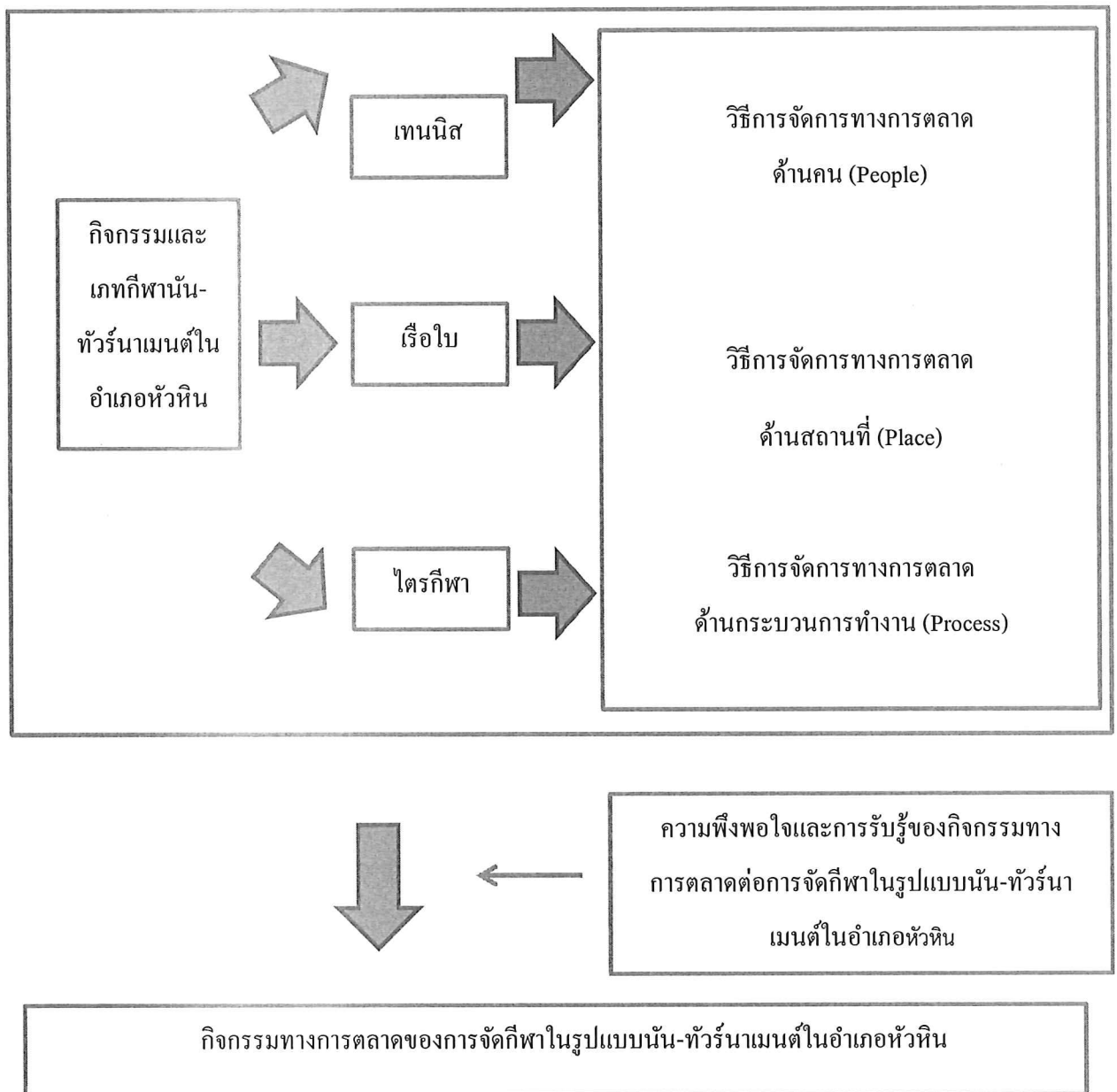
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมทางการตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดกิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน

คำถามงานวิจัย

แนวกิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน ภายใต้กิจกรรมทางการตลาดที่ตอบสนองความพึงพอใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และแนวทางการจัดการทางการตลาดควรเป็นอย่างไร

กรอบความเชื่อมโยงแนวความคิด



รูปที่ 4 กรอบความเชื่อมโยงแนวความคิดของงานวิจัย

ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาในเรื่อง กิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยคณะผู้วิจัยได้มาเรียบเรียงวิเคราะห์และพรรณนา หลังจากได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก(key informant) กับกลุ่มคณาจารย์และนักวิชาการในมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในอำเภอหัวหิน โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเริ่มแรก คือ อาจารย์พลชัย เพชรปลอด และผู้มีความรู้ด้านสถานที่และการท่องเที่ยวจำนวน 9 คนด้วยวิธี snowballSamplingTechniqueจนได้ข้อมูลอื่นตัวด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พิจารณาว่าข้อมูลนั้นมีความสมบูรณ์หรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อสรุป ตามกรอบการทบทวนวรรณกรรมทางการจัดการบริหารและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับการบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการสถานที่และผู้ปฏิบัติงานสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

กิจกรรมทางการตลาด	การจัดกีฬาในรูปแบบนันทนาการในอำเภอหัวหิน		
	เทนนิส	เรือใบ	ไตรกีฬา
วิธีการจัดการทางการตลาด ด้านคน (People)	นายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ นายก ลอนเทนนิส สมาคมแห่งประเทศไทย ร่วมกับบริษัท ดี เอเจน ซี จำกัด ฯลฯ	กองทัพเรือ ได้ร่วมกับ สมาคมแข่งเรือใบแห่ง ประเทศไทย ในพระ บรมราชูปถัมภ์ บริษัท ปตท.สำรวจและผลิต ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) การกีฬาแห่ง ประเทศไทย การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ โรงแรม ริ เจนท์ บีช ชะอำ	เทศบาลเมืองหัวหิน ชมรมจักรยานไกล กังวลหัวหิน และบริษัท สปอร์ตไบซิเคิล จำกัด
วิธีการจัดการทางการตลาด ด้านสถานที่ (Place)	สนามเซ็นเทนเนียล ปาร์ค หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์	ณ โรงแรมเดอะรีเจนท์ ชะอำ บีช รีสอร์ท อ. ชะอำ จ.เพชรบุรี	บริเวณต่างๆภายใน สวนน้ำแบล็คเม้าท์เทน หัวหิน จ. ประจวบคีรีขันธ์

<p>วิธีการจัดการทางการตลาด</p> <p>ด้านกระบวนการทำงาน (Process)</p>	<p>นายกลอนเทนเทนนิสสมาคมฯ เชิญ 6 นักเทนนิสชื่อดังของโลกมาเข้าร่วม จำหน่ายบัตรผ่านโรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัป หัวหิน และ เมเจอร์ซีนี้เพล็กซ์ ราคา 1,500 – 6,000 บาท ต่อที่นั่งต่อวัน และ มีการถ่ายทอดสดทางทรูวิชั่น 3 ฯลฯ</p>	<p>พลเรือเอกจักรชัย ภูเจริญยศ เสนาธิการทหารเรือ เป็นประธานในพิธีและในส่วนของพิธีเปิด พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พลเรือเอกชุมพล ปัจจุบันที่องคมนตรี เป็นผู้แทนพระองค์ ในการมอบรางวัลพระราชทานแก่ผู้ชนะเลิศ</p>	<p>เตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ไว้รองรับนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวทุกท่าน ทั้งด้านความปลอดภัย, จราจร, ที่พัก รวมถึงระบบสาธารณสุขโลกด้วย รับรองว่าทุกท่านที่เดินทางเข้าร่วมการแข่งขันครั้งนี้</p>
<p>กิจกรรม (Activity) อื่นๆ</p>	<p>การจัดการแข่งขันฯ ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และอำเภอหัวหินให้เป็นที่รู้จัก เสริมสร้างภาพลักษณ์ และ ความมั่นใจด้านการลงทุนด้านเศรษฐกิจ ด้านการท่องเที่ยว และส่งเสริมการกีฬาให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก</p>	<p>เพื่อเป็นการน้อมรำลึกและเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ที่ทรงมีพระปรีชาสามารถทางด้านกีฬาเรือใบ และส่งเสริมเยาวชนให้รักในกีฬาเรือใบ</p>	<p>ส่งเสริมการท่องเที่ยวของสวนน้ำแบล็คเม้าท์เทน และอำเภอหัวหินมีความคึกคัก นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้เมืองหัวหินเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างสมบูรณ์</p>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้จัดกิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ มีความพร้อมในการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยอาศัยจากหลายภาคส่วน เช่น ภาครัฐ เอกชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงจะสามารถทำกิจกรรมทางการตลาดนี้ให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ตอนที่ 2 จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เคยเข้าร่วมกีฬาสมาารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

กิจกรรม	ความพึงพอใจ	การรับรู้	ข้อควรปรับปรุง
เทนนิส	มีการตอบจากรับผู้ชมได้อย่างดี	โฆษณาทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และป้ายโฆษณา	อยากให้มียุทธศาสตร์ที่มากกว่านี้และระยะเวลาในการทำการแข่งขันนานขึ้น
เรือใบ	พอใจมากเนื่องจากมีนักกีฬามาเข้าร่วมจำนวนมาก	โฆษณาทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยู และป้ายโฆษณา	N/A
ไตรกีฬา	ผู้ชมมีความชอบใจในการชมไตรกีฬา เนื่องจากเป็นกีฬาที่ใช้ความอดทนสูงมาก	โทรทัศน์ วิทยู อินเทอร์เน็ต และป้ายโฆษณา	N/A

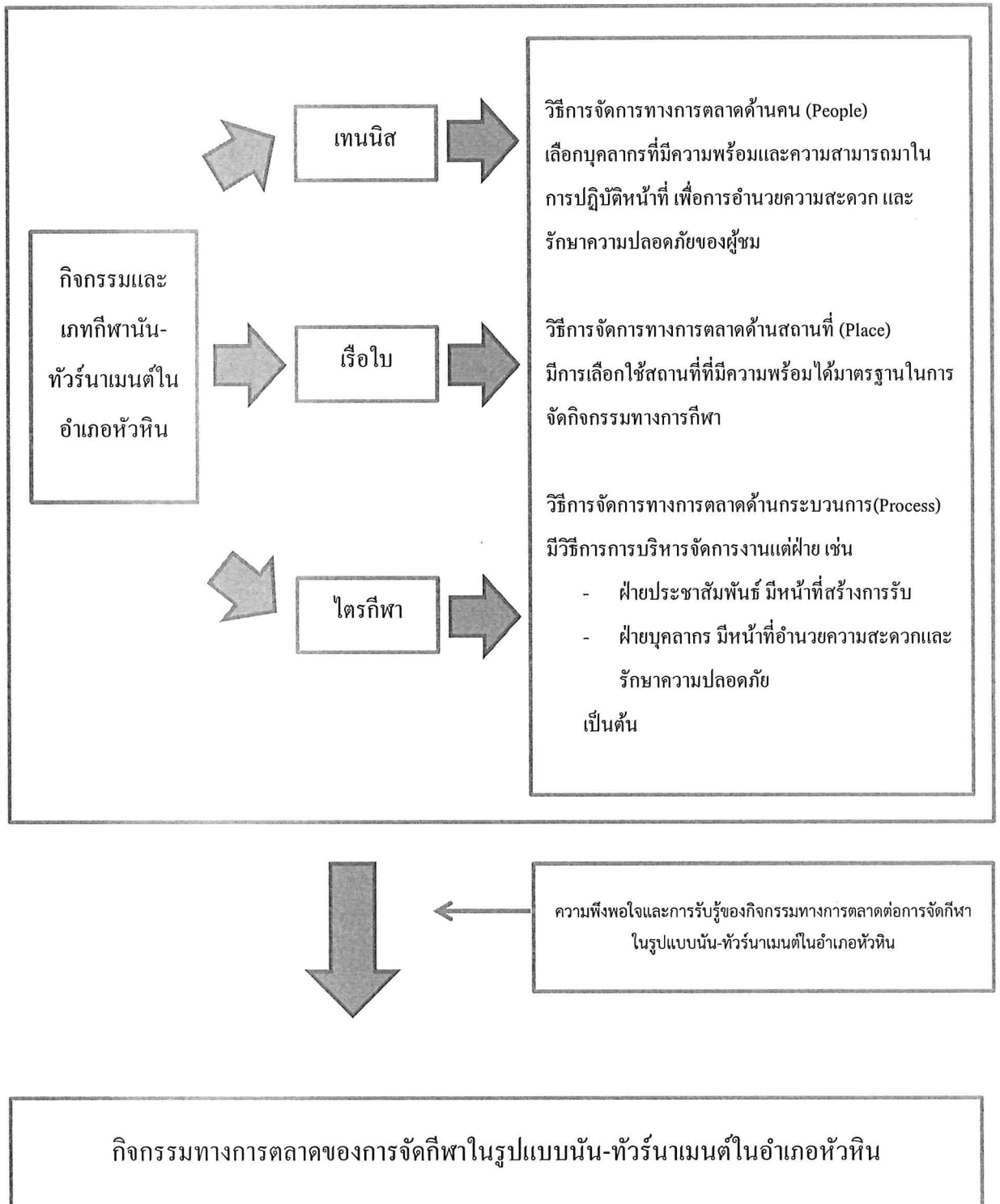
จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจุบันผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์มีการส่งเสริมทางการตลาดในสถานที่ท่องเที่ยวด้วยการใช้เทคนิคการวางกลยุทธ์ทางการตลาด หรือมีการใช้ส่วนประสมทางการตลาดมาดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชมกีฬา โดยกิจกรรมทางการตลาดจะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่รัฐและบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกีฬาแบบ รูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน

ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน อาทิ ภาครัฐ เอกชน และทุกๆฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางการกีฬา โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยปกติแล้วกิจกรรมที่จัดต้องมีความสร้างสรรค์ สร้างความแปลกใหม่และความสนุกสนานเพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำให้ผู้บริโภค จึงจำเป็นที่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือในทางการตลาด (3Ps-A)คือ 3Ps ได้แก่ คน (People), สถานที่ (Place)และกระบวนการทำงาน (Process)ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยเน้นวิธีการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกับอีกหนึ่งกระบวนการทางการตลาด ได้แก่ 1A คือ กิจกรรม (Activity) ซึ่งกิจกรรมการตลาดนี้จะต้องมีความสอดคล้องกัน และจัดได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการการจัดการกีฬาในพื้นที่ท่องเที่ยวทางทะเล

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สามารถพิจารณาความเชื่อมโยงการบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหินได้ดังรูปที่ 5



จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบว่าอำเภอหัวหินเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมทางการกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์สำหรับใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยกีฬาที่มีความเหมาะสมได้แก่ ไตรกีฬา (กีฬาวิ่งมาราธอน, ปั่นจักรยาน และว่ายน้ำ) กีฬาเรือใบ และกีฬาเทนนิส โดยมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการจัดกิจกรรมทางการตลาด คือ ปัจจัยแบบ (3Ps-A)(People), สถานที่ (Place)และ กระบวนการทำงาน (Process)ให้มีความสัมพันธ์กัน โดยเน้นวิธีการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกับอีกหนึ่งกระบวนการทางการตลาด ได้แก่ A คือ กิจกรรม (Activity) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการกีฬาในพื้นที่ทางทะเล ให้เกิดแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาและวิจัยพบว่า กิจกรรมทางการตลาดของการจัดกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์ในอำเภอหัวหิน นับวันจะประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่อำเภอหัวหิน แต่ปัจจุบันสถานที่จัดกีฬายังไม่ดีเท่าที่ควร และหากไม่ได้รับการพัฒนาอาจจะทำให้อำเภอหัวหินเสียโอกาสส่วนหนึ่งที่จะได้รับรายได้ คณะผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าหากจะจัดการกีฬารูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สนามกีฬาการแข่งขันควรได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งควรมีระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่นักกีฬาและผู้ที่เกี่ยวข้องมาชมการแข่งขันกีฬา เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันและผู้ชม ซึ่งจะส่งผลให้อำเภอหัวหินได้รับผลประโยชน์สูงสุดในการจัดการกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการทำงานของหน่วยงานที่จัดการกีฬาในรูปแบบนั้น-ทัวร์นาเมนต์หรือกีฬาอีเวนต์ เพื่อที่จะได้ทราบว่าหน่วยงานได้มี

การปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมหรือไม่ตามแนวทางการจัดการกีฬาแบบไม่เป็นการแข่งขันหรือการจัดกีฬาเพื่องานอื่นวันที่ที่เน้นการบริหารปัจจัยแบบ A-3P

บรรณานุกรม

- เกรียงไกร กาญจนะโกสิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ
- จุฑารัตน์ กิตติเจมากร. (2550). *ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพกายและใจ*. สืบค้นวันที่ 11 พฤษภาคม 2558, เข้าถึงจาก <http://url.us/EfLhaH>
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ถวัลย์ ใจน้อย. (2550). *ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ไพบูลย์รัฐ. (2553). *รัฐมนตรีกีฬา หนุนจัด 300 อีเวนต์กีฬาช่วงโลว์ซีซั่น*. สืบค้นวันที่ 17 พฤษภาคม 2558 จาก <http://www.thairath.co.th/content/100350>
- ธีระวัฒน์ จันทิก, พงษ์ธรณ์ เผ่าศรีเจริญ และภาณุวัฒน์ ภักดีโต. (2557). *การบริหารและรูปแบบการตลาดเพื่อการจัดการทางการกีฬาที่เหมาะสมในอำเภอหัวหิน*. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรินซ์ฮิลล์
- มนตรี ชูภู. (2558). *การแข่งขันโตโยต้า หัวหิน ไตรกีฬานานาชาติ ครั้งที่ 7 ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์*. สืบค้นวันที่ 24 กันยายน 2558, เข้าถึงจาก <http://goo.gl/2jxTdH>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). *ช่วงปิดเทอมกระตุ้นท่องเที่ยว...คึกคัก*. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2558, เข้าถึงจาก <https://www.kasikomresearch.com/th/>.

สมชาย ชมพูน้อย. (2556). HUA-HINREGATTA2013. สืบค้นวันที่ 24 กันยายน 2558,

เข้าถึงจาก <http://goo.gl/IDAFnK>

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ลิฟ.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *การบริหารตลาด กลยุทธ์ และ ยุทธวิธี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ. (2551). *พัฒนาการการวิจัยการตลาด: เส้นทางชีวิตของบริษัทผลิตภัณฑ์และผู้คนในสังคม*. วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2(กรกฎาคม 2550), 76-92

Banlgun.(2558). *หลักบริหาร 4M's*. สืบค้นวันที่ 20 พฤษภาคม 2558, จาก

<http://url.us/rzID4Q> สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2547).

Business Competitive Intelligence.(2555). *Sport Management System*. สืบค้นวันที่ 15

พฤษภาคม 2558, จาก <http://url.uAQoIfy>

De Bondt, R. (2540) 'Spillovers and Innovative Activities', *International Journal of Industrial Organization*

Philip Kotler. (2554). *Marketing 3.0* จากผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้า จากลูกค้าสู่จิตวิญญาณของความเป็นมนุษย์. *แบรนดเจกฉบับเข้มข้นพิเศษ*, 2 (ธันวาคม 2554), 125-134