

การเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

A Preparation in Football Tourism

Received:	March	1, 2019
Revised:	August	9, 2019
Accepted:	August	15, 2019

พงษ์นรินทร์ ว่องวิทย์ (Pongnarin Wongvit)^{*}

เพ็ญศรี ฉิรินัง (Pensri Chirinang)^{**}

อรุณ รักธรรม (Arun Raktam)^{***}

สมพร เฟื่องจันทร์ (Somporn Fuangchan)^{****}

บทคัดย่อ

กีฬาฟุตบอลนับเป็นกีฬามีความโดดเด่นและเป็นประเภทกีฬาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทยตลอดมา โดยปัจจุบันประเทศไทยได้มีการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเป็นของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกีฬาฟุตบอลเดินทางไปรับชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแข่งขันที่กระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยหลักพันจนถึงหลักหมื่นคนในแต่ละสัปดาห์ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยช่วงหน้าเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ทำให้เป็นการช่วยหนุนธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่เชื่อมโยงกับกีฬาทั้งในทางตรงและทางอ้อมให้ได้รับประโยชน์ไปด้วย ทำให้สามารถเรียกได้ว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีผล “ตัวคูณ (Multiplier Effect)” ที่สูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ และอาจเป็นส่วนสำคัญในบทบาทเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะข้างหน้าต่อไปได้ บทความนี้จะเป็นการทบทวนความรู้ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนำเสนอเพื่อเป็นแนวทางการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล

คำสำคัญ : นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล การท่องเที่ยว

^{*} นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Student of Doctor of Public Administration Program, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.
.pongnarinwongvit@gmail.com, 0 813 783 645

^{**} รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Associate Professor, Ph.D., Doctor of Public Administration, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. .pensri.chi@rmutr.ac.th, 0 814 979 010

^{***} ศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Professor, Ph.D., Doctor of Public Administration, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. ,0 897 807 788

^{****} รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Associate Professor, Ph.D., Doctor of Public Administration, College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin. .phd.somporn@gmail.com, 0 897 807 788

Abstract

Football is a prominent sports that has always been the most popular sports in Thailand. Presently, Thailand has its own professional football league, which brings a lot of visitors to local stadiums in the respective provinces around the country. The number of trips made by travelling Thai football fans vary from thousands to tens of thousands weekly without having to rely on the seasonal period of each province. Consequently, the spendings of Thai football fans will benefit all the businesses related to the sports itself. It can be said that football is a sport that has a high multiplier effect that can generate income for the country, and can be an integral part in developing Thai economy in a foreseeable future. This article is about a review on knowledge and concept, sport tourism's theory demands and present as a preparation in football tourism.

Keywords : Sport tourism's policy, Football Tourism, Tourism

1. บทนำ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564 ด้านยุทธศาสตร์ที่ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยจะเน้นการพัฒนาและใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมขั้นก้าวหน้าที่เข้มข้นมากขึ้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลการพัฒนา และยกระดับคุณภาพของกำลังคน และความคิดสร้างสรรค์ในการขยายฐานเศรษฐกิจ และฐานรายได้ใหม่ควบคู่กับการเพิ่มผลิตภาพของฐานการผลิต และบริการเดิมรวมทั้งการต่อยอดการผลิตและบริการเดิม โดยใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีอัจฉริยะ นอกจากนั้นจะให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพ การส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจการผสมผสานภาคบริการเข้ากับการค้า และการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว และมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไก ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ รัฐบาลได้มีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดยเร่งปรับกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสำหรับอนาคต โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการหลักการ และการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องกันเพื่อให้สามารถนำไปสู่การอำนวยความสะดวกและการพัฒนาภาคการผลิตและบริการได้ตรงตามทิศทางที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ มีการทบทวนปรับปรุงและพัฒนากฎหมายกฎระเบียบและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกีฬาธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวของประเทศให้สอดคล้องกับสภาพการณ์และการจัดทำกฎหมาย

ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่สากล และส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามสิทธิที่พึงมีได้ของบุคคล

ปัจจุบันสถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวในระดับประเทศ พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง แม้ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองอย่างต่อเนื่องในระยะหลัง อีกทั้งการท่องเที่ยวภายในประเทศก็เติบโตขึ้นอย่างเป็นที่น่าพอใจเช่นกัน ในแง่ศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในระดับโลกและได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวระดับนานาชาติหลายรางวัล อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้จะยังมีศักยภาพที่รอการพัฒนาอยู่ในหลาย ๆ ด้านก็ตาม

ในด้านการกีฬา พบว่าแนวโน้มระดับสากลเป็นไปในทางบวกเช่นกัน โดยสาเหตุที่สำคัญมาจากกระแสความใส่ใจในสุขภาพเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมีปัจจัยผลักดันด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น นวัตกรรมด้านกีฬาสสมัยใหม่ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารและสารสนเทศ ที่ทำให้เกิดช่องทางของการมีส่วนร่วมรูปแบบใหม่ที่ช่วยยกระดับประสบการณ์ในการเล่น และการชมกีฬาที่ได้อรรถรสมากขึ้น นอกจากนี้ ในด้านเศรษฐกิจยังพบว่าประเทศต่าง ๆ สามารถสร้างรายได้จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาได้มากขึ้น ทั้งจากการกีฬาเพื่ออาชีพ และการกีฬาเพื่อความบันเทิงและนันทนาการ หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาที่สำคัญมีหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน มีการตื่นตัวที่จะพัฒนางานกีฬา และวงการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินไปด้วยกันได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งกีฬาฟุตบอล ก็เป็นอีกหนึ่งประเภทกีฬาที่ได้รับความสนใจ และยิ่งกีฬาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทยตลอดเห็นได้จากความนิยมในการเชียร์และติดตามการแข่งขันฟุตบอลรายการต่าง ๆ ในต่างประเทศ

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการแข่งขันฟุตบอลไทยลีกเป็นของตนเองทำให้วงการฟุตบอลไทยมีความก้าวหน้าส่งผลดีต่อทั้งด้านการกีฬา และการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ด้านการกีฬาการแข่งขันช่วยเพิ่มศักยภาพของนักกีฬาชาวไทยและยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยมีหลักฐานที่ชัดเจน คือการที่ฟุตบอลชายทีมชาติไทยมีสถิติชนะการแข่งขันเพิ่มขึ้นในการแข่งขันระดับนานาชาติผลงานที่ดีขึ้นในระดับทีมชาติส่งผลให้ความนิยมของกีฬาฟุตบอลยิ่งสูงขึ้น ส่งผลให้มีผู้ที่รักกีฬาฟุตบอลและติดตามผลการแข่งขันฟุตบอลภายในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จากกระแสดังกล่าวส่งผลให้ผู้ชมกีฬามีสโมสรฟุตบอลในประเทศไทยที่ตนเองชื่นชอบ และติดตาม ผู้ติดตามกีฬาบางรายก็ตัดสินใจเดินทางออกนอกถิ่นที่อยู่ของตนเพื่อไปรับชมการแข่งขันฟุตบอลที่สนามแข่งขัน ที่กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ส่งผลให้มีแฟนกีฬาฟุตบอลเดินทางไปชมถึงสนามแข่งขัน ทำให้เกิดผลดีต่อตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่นเดียวกันกับที่ส่งผลดีต่อการพัฒนาศักยภาพด้านกีฬานอกจากผู้ชมกีฬาฟุตบอลภายในประเทศไทยแล้ว ยังพบว่าการแข่งขันฟุตบอลในประเทศไทยยังได้รับความสนใจจากประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้เคียง ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามารับชมการแข่งขันถึงสนามแข่งขัน ซึ่งในการจัดการแข่งขันครั้งหนึ่ง ๆ นั้นจะมีผู้เข้าชมการแข่งขันหลายพันหรือเป็นหมื่นคนทำให้ภาคส่วนอื่น ๆ นอกเหนือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันโดยตรง เช่น โรงแรมร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่

เกี่ยวข้อง ล้วนแต่จะได้รับประโยชน์ไปด้วยทั้งสิ้นหรือสามารถเรียกได้ว่ากีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีผล “ตัวคูณ (Multiplier Effect)” ที่สูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงควรส่งเสริมและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่อไป

จากการคาดการณ์การเติบโตของฟุตบอลไทย จะก่อให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจอยู่ที่ประมาณ 12,000 ล้านบาท สำหรับเม็ดเงินที่เกิดขึ้นในฟุตบอลลีกของไทย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จากสถานการณ์การเติบโตของฟุตบอลไทย ทำให้มีการทำผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา เน้นกลุ่มผู้ชื่นชอบและชมฟุตบอล ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 74.6 ที่รับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลทางโทรทัศน์ เทใจเลือกชมการแข่งขัน ไทยลีก เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 30.1) ตามด้วย พรีเมียร์ลีก อังกฤษ (ร้อยละ 29.8) และ ลา ลีกา สเปน (ร้อยละ 19.6) (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559).

อย่างไรก็ดี ในระยะหลังจะเห็นกลุ่มแฟนบอลมีการเดินทางไปเชียร์ทีมที่ชื่นชอบยังสนามแข่งขันในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีการจัดทำแพ็คเกจเพื่อให้แฟนบอลเดินทางไปร่วมเชียร์ทีมโปรดยังสนามแข่งขันในต่างจังหวัด โดยแพ็คเกจท่องเที่ยวจะรวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเช่นกัน

สำหรับพฤติกรรมของผู้ที่เดินทางไปชมและเชียร์ทีมที่ชื่นชอบในต่างจังหวัด ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าประมาณ 7 วัน โดยจะมีการพักผ่อนหลังจากชมการแข่งขันฟุตบอลเสร็จสิ้น ซึ่งกิจกรรมที่มีการทำระหว่างการเดินทางนอกจากจะไปชมการแข่งขันฟุตบอล อาทิ เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดที่ไปชมการแข่งขัน การแวะทานร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ซื้อสินค้าของที่ระลึก และเดินทางท่องเที่ยวยังจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของการเดินทางอยู่ที่ประมาณ 2,500 บาทต่อคน และเป็นที่น่าสังเกตเพิ่มเติมว่าในระยะหลังจะเห็นการจัดแพ็คเกจการเดินทางไปเชียร์ทีมโปรดยังสนามแข่งขันต่างจังหวัดบ่อยมากขึ้น

จากการที่ลีกฟุตบอลของประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ค่าเฉลี่ยผู้เข้าชมเกมไทยลีกฤดูกาล 2016-2017 สโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด มีค่าเฉลี่ยผู้เข้าชมต่อเกมการแข่งขันมากที่สุด จำนวน 13,890 คน รองลงมาเป็นสโมสรฟุตบอลเอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด จำนวน 8,808 คน และสโมสรฟุตบอลสุพรรณบุรี 7,606 คน ตามลำดับ (FourFourTwo, 2560) แต่เมื่อมองถึงรูปแบบการรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งทางด้านคมนาคม ด้านสาธารณูปโภค ด้านที่พักต่าง ๆ ของแต่ละจังหวัดที่มีสโมสรฟุตบอลยังไม่มีความสะดวก และเป็นอุปสรรคหากมีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลจากการสนับสนุนของภาครัฐ และการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรม จะทำให้จังหวัดที่มีสโมสรฟุตบอล หรือจังหวัดอื่น ๆ ที่มีความต้องการจะบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ให้เข้ากับพื้นที่จังหวัดตนเอง เพื่อจะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในกีฬาหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศในแต่ละสัปดาห์ ในการมาชมกีฬาฟุตบอลพร้อมกับท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังจะช่วยหนุนธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่เชื่อมโยงกับกีฬาทั้งในทางตรงและทางอ้อม และอาจเป็นส่วนสำคัญในบทบาทเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะข้างหน้าต่อไปได้

ดังนั้นบทความวิชาการนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนความรู้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนำเสนอเพื่อเป็นแนวการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ให้กับจังหวัดที่มีสโมสรฟุตบอล ให้มีความพร้อมมากที่สุด ในการที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในกีฬาฟุตบอล หรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวนมากเข้ามาท่องเที่ยวตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศในแต่ละสัปดาห์ เพื่อมาชมกีฬาฟุตบอล พร้อมกับท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยช่วงหน้าเทศกาลหรือฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการช่วยหนุนธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่เชื่อมโยงกับกีฬาทั้งในทางตรงและทางอ้อม และอาจเป็นส่วนสำคัญในบทบาทเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะข้างหน้าต่อไปได้

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา

Hinch and Higham (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาหมายถึงการเดินทางที่มีกีฬาเป็นหลัก (Sport-based travel) โดยเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมที่อาศัยอยู่ในระยะเวลาที่จำกัดมีกิจกรรมกีฬาเป็นตัวกำหนดไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬาการเล่นหรือการเข้าร่วมเพื่อออกกำลังกาย

Weed and Bull (1997) ได้นำเสนอประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬาเดี่ยว (Single sport) มหกรรมกีฬา (Multi-sport) และการเข้าร่วม (Active participation) ไว้ดังนี้

ก. การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Tourism with sports content) เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับกีฬาโดยที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีจุดประสงค์หลักเพื่อมาเล่นกีฬา เช่น การเข้าชมพิธีกรรมกีฬากีฬาการท่องเที่ยวไปยังสนามกีฬาต่าง ๆ การเล่นกระดานโต้คลื่นที่ชายทะเลหรือการปีนเขาขณะไปเที่ยวชมอุทยานในระหว่างการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด

ข. การท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมกับกีฬา (Sports participation tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อไปเล่นกีฬาโดยอาจไปเล่นกีฬาด้วยตนเองหรือไปยังสถานที่ที่มีการบริหารจัดการโดยผู้เชี่ยวชาญในกีฬานั้น ๆ เช่นการไปฝึกเล่นกระดานโต้คลื่นกับผู้เชี่ยวชาญที่ชายทะเลในระหว่างการท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด

ค. การฝึกซ้อมกีฬา (Sports training) เป็นการเดินทางไปหานักเพื่อฝึกซ้อมกีฬาหรืออบรมการเป็นผู้ฝึกสอนกับผู้ฝึกสอนหรือสถาบันกีฬาระดับต่าง ๆ ซึ่งมักจะใช้ระยะเวลานานกว่าการท่องเที่ยวในประเภทอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเป็นเลิศหรือเพื่อการอาชีพจึงอาจดูเหมือนว่าการฝึกซ้อมกีฬาไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่หากพิจารณาอย่างละเอียดจะพบว่าการฝึกซ้อมกีฬานั้น มีสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในฐานะที่ช่วยผลิตนักกีฬาและบุคลากรเข้าสู่รายการกีฬาต่างๆ (Sports events) เช่นฟุตบอลอาชีพบาสเกตบอลอาชีพหรือแม้แต่กระทั่งการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์

ง. รายการกีฬาต่างๆ (Sports events) เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีการจัดการแข่งขันกีฬาเพื่อการมีส่วนร่วมในรายการกีฬานั้นๆทั้งกีฬาเดี่ยว (Single sport) เช่นการแข่งขันฟุตบอลโลกหรือมหกรรมกีฬา (Multi-sport) เช่นการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้ชมผู้เล่นหรือผู้ติดตาม

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศ อีกทั้งยังเป็นตัวผลักดันที่ก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากประเด็นการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพราะเกิดการเบื่อหน่ายกับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเดิม ๆ จึงทำให้ภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวต่างร่วมกันสร้างแผนพัฒนา และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพิ่มความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไม่เลือกเดินทางไปยังประเทศอื่นที่มีความแปลกใหม่และหลากหลายทางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มากกว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่สามารถดำเนินการจัดการจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของประเทศต่อไป และเนื่องด้วยนักท่องเที่ยวนั้นมีความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันด้านการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง มีความสนใจท่องเที่ยวเฉพาะทาง สนใจในเรื่องของสุขภาพและการออกกำลังกาย ประกอบกับมีความต้องการกิจกรรมที่ตอบสนองความสนใจของตนมากที่สุด

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้จัดทำโครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) เพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่เหมาะสมกับประเทศไทย ภายใต้วิสัยทัศน์พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยสู่กิจกรรมชั้นนำของภูมิภาค ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสร้างการกระจายรายได้ให้กับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย และแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 3 ประเภทตามแนวทางที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปในเชิงวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ

1. การท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism)
2. การท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา (Active Sport Tourism)
3. การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism)

โดยได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อเสริมจุดแข็ง ลดข้อด้อย รวมถึงการคำนึงถึงโอกาสในสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในปัจจุบันให้เป็นทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การผลักดันกิจกรรมกีฬาให้เป็นหนึ่งในประสบการณ์ การท่องเที่ยว (Sports Tourism Experience) ดังที่ทราบกันดีแล้วว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวที่มีการทำกิจกรรมกีฬาระหว่างการท่องเที่ยวก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ว่ากิจกรรมกีฬา เหล่านั้นจะเป็นวัตถุประสงค์ของการเดินทางหรือไม่ก็ตาม การผลักดันกิจกรรมกีฬานี้สอดคล้องกับแนวโน้ม และกระแสสุขภาพของทุกคนทั่วโลกและแนวโน้มของการท่องเที่ยวทั่วโลกอีกด้วย ในการผลักดันกิจกรรมกีฬาให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจนั้นอาจแบ่งเป็นการผลักดันให้นักท่องเที่ยวที่วัตถุประสงค์หลัก

มีใช้กิจกรรมการกีฬา มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นทางเลือกหนึ่งในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนการผลักดันสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักเป็นการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬาจะแตกต่างออกไปโดยจะต่องมีการเสนอบริการแบบครบวงจร รวมถึงการทำตลาดเชิงรุกและการเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น (Cross Sell) รวมด้วย ในส่วนของการท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) ก็ควรจะมีการส่งเสริมและ ทำการตลาดให้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นที่รู้จักและสื่อสารไปถึงผู้มีแนวโน้มจะมาเข้าร่วมงานหรือกลุ่มชาวไทยและต่างประเทศ ในข้อนี้รัฐน่าจะมีส่วนเข้ามาสนับสนุนและนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ที่สามารถ ทำได้รวมถึงการนำเอาเอกลักษณ์ความเป็นไทย และความเป็นท้องถิ่นผนวกเข้ากับกิจกรรมเหล่านี้เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความน่าสนใจจำแก่ผู้มาเข้าร่วมเพื่อให้เกิดความประทับใจ และมาเข้าร่วมกิจกรรมอีกครั้ง สำหรับตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ (Up Market) ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวเชิงกีฬากรณีนักกีฬา และผู้ฝึกซ้อมเดินทางมาฝึกซ้อมหรือรวมการแข่งขันนานาชาติขนาดใหญ่ ประเทศไทยควรตั้งเป้าหมายในระยะยาว ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งฝึกซ้อมนักกีฬาเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ รวมถึงให้มีโอกาสเป็นเจ้าภาพการจัดกิจกรรม แข่งขันกีฬาและการประชุมนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับการกีฬา ซึ่งนอกจากความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานแล้ว ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการรองรับผนวกกับประสบการณ์ในการเชียร์กีฬาที่ไม่เหมือนใครก็เป็นข้อสำคัญเช่นกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Facilities Optimization) เมื่อพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกแล้ว แนวทางในการพัฒนาด้านนี้อาจไม่ใช่การสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงอย่างเดียวเท่านั้น โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่อาจเพียงพอในระดับหนึ่งเพียงแต่ยังใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ไม่เต็มที่เท่านั้น แนวทางในการพัฒนาจึงเป็น การพัฒนาในแง่ของการใช้โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในกรณีของประเทศไทยนับว่ามีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวพอสมควรเพียงแต่ยังไม่เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด ยุทธศาสตร์ข้อนี้จึงมุ่งเน้นการใช้ประโยชน์โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แล้วให้เต็มที่เพื่อลดปัญหาการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นลง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การอาศัยข้อได้เปรียบจากสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติในการสนับสนุน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบผจญภัยอย่างสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative & Green Adventure Sports Tourism)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับว่ามีศักยภาพสูง เหตุประการหนึ่งก็เนื่องมาจากการที่ประเทศไทยมีภูมิประเทศหลากหลาย และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามมากมาย แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ก็มีบรรยากาศต่างกันไปทั้งภูเขา ป่าไม้ ทะเล ชายหาด เกาะ และแม่น้ำ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหล่านี้นับเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งจากประเทศไทยและจากต่างประเทศในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จึงสามารถนำเอาข้อได้เปรียบที่ได้รับจากธรรมชาติมาใช้ ประโยชน์และนำมาผนวกในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เช่นนี้ นอกจากจะนับว่าเป็นการเพิ่มมูลค่า ให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยอาศัยธรรมชาติเป็นตัวเสริมแล้ว ยังถือเป็นโอกาสให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาชนิดใหม่ ๆ รวมถึงเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ หรือถ้าสถานที่นั้นเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วก็จะเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปในตัวได้ด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีความเข้มแข็งโดยภาครัฐ (Government Support)

ภาครัฐเป็นผู้นำกับดูแลตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย รวมถึงการยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับประเทศ ต่างๆ ในภูมิภาค ภาครัฐจึงมีบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้เกิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืนและพึ่งพาตนเองได้ การสนับสนุนของรัฐอาจมีได้เพียงการ สนับสนุนด้านงบประมาณซึ่งมีข้อจำกัดและเป็นประเด็นที่ค่อนข้างอ่อนไหว อย่างไรก็ตามการสนับสนุนของรัฐอาจทำ ในรูปแบบของการร่วมทุนของเอกชนและรัฐ (Public Private Partnership) ที่มีการร่วมกันระหว่าง 2 ภาค ส่วนในการพัฒนาและส่งเสริมประเด็นการท่องเที่ยวเชิง กีฬาในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง นอกจากนั้นภาครัฐยังสามารถให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิง กีฬาโดยการเติมเต็มศักยภาพขั้นสุดท้ายให้แก่ภาคเอกชนได้

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการกับพื้นที่ในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

นโยบายเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางการพัฒนาหรือปฏิบัติการ ไม่ว่าในเรื่องใดๆ ก็มักมีการวาง นโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เช่นเดียวกัน นโยบายที่มีความรอบคอบ และ สมบูรณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นมาก นอกจากนั้น ในการทำ นโยบายเป็นจริงในทางปฏิบัติจะต้องอาศัยทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยึดถือปฏิบัติร่วมกันและดำเนินการอย่างบูรณา การ นโยบายที่ดีจะต้องมีความชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง โดยผู้ปฏิบัติการซึ่งหมายถึงบุคลากร จะต้องมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในนโยบาย ซึ่งรวมถึงวัตถุประสงค์ และผลที่พึงได้รับจากการปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ การทำความเข้าใจสามารถทำได้โดยการสร้างความเข้าใจร่วมกันผ่านการอบรม ถ่ายทอดประเด็นนโยบายสู่ บุคลากรภาคปฏิบัติการ ในระยะสั้นการดำเนินการสามารถใช้ต้นแบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิง กีฬาเป็นแนวทางได้ แต่ในระยะยาวนั้นจะต้องมีการทำนโยบายที่บูรณาการทุกภาคส่วน เพื่อมุ่งผลให้เกิดการ ผลักดันการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสู่ท้องถิ่นอันจะเป็นการกระจายรายได้แก่ท้องถิ่นได้ในที่สุด

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในการทำการตลาดเชิงรุก (Active Marketing)

ปัจจุบันเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เผยแพร่ไปอย่างรวดเร็วมาก ช่องทางเหล่านี้เป็นโอกาสที่ดีใน การประชาสัมพันธ์และการใช้ช่องทางทางการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในขณะเดียวกันคู่แข่งด้าน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ก็สามารถใช้ช่องทางเหล่านี้เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้ง่าย ขึ้นเช่นกัน ด้วยเหตุนี้การแข่งขันจึงอยู่ในรูปของการสร้างเนื้อหา (Content) ที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยที่เนื้อหาเหล่านี้จะต้องมีความน่าสนใจและมีความดึงดูดใจเพียงพอที่จะจูงใจให้กลุ่ม เป้าหมายเหล่านั้น เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย นอกจากการทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้ว ประเทศไทยก็ยังคงมีคลังข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ครบถ้วน ถูกต้อง และกลุ่ม เป้าหมายสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ก็ควรมีการตรวจสอบให้มีความถูกต้องและทันสมัยอยู่ เสมอ นอกจากนั้นข้อมูลที่จะต้องมีการศึกษาพฤติกรรม และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในตลาดโลก และตลาดของประเทศไทยซึ่งจะต้องทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีความรู้ เท้าทันความเปลี่ยนแปลงในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ทั้งนี้ ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ ทุกส่วนราชการที่มีความเกี่ยวข้องจะต้องมีการทบทวนบทบาทและหน้าที่ของตนเพื่อปฏิบัติหน้าที่ ตลอดจนประสานงานระหว่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินการต่าง ๆ จะต้องยึดหลักธรรมาภิบาลให้มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้เพื่อให้สอดคล้องกับการยกระดับให้ส่วนราชการ ภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีลักษณะอันพึงประสงค์ ตามโมเดลไทยแลนด์ 4.0 โดยจะต้องยึดความเป็นส่วนราชการ 4.0 ซึ่งมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน เน้นการให้บริการประชาชนและการดำเนินการ โดยให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วม มีการส่งเสริมหรือพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างมีองค์ความรู้และอาศัยนวัตกรรม มีการปรับปรุงข้อมูลด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬาให้ทันสมัยและเท่าทันต่อสถานการณ์และแนวโน้มต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนการติดตามและประเมินผลให้เห็นความก้าวหน้าของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงความคืบหน้า ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะทำให้แก้ไขหรือเพิ่มเติมแนวทางปฏิบัติได้อย่างทัน่วงที

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

โดยสรุปแล้ว ความต้องการ หมายถึง ความรู้สึกของตัวบุคคลที่มีความประสงค์ที่จะได้หรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมาจากพื้นฐานร่างกายของมนุษย์ที่ทำให้เกิดความต้องการ ซึ่งจะเริ่มจากระดับต่ำไประดับสูง และเมื่อมนุษย์เกิดความต้องการจะมีแรงผลักดันทำให้มนุษย์ต้องดิ้นรน พยายามและแสวงหาเพื่อให้สนองความต้องการ เมื่อหมดความต้องการมนุษย์ก็จะกลับมาเริ่มมองหาความต้องการใหม่ ๆ ต่อไป ทำให้ความต้องการนี้ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งลักษณะของความต้องการ สามารถแบ่งได้ดังนี้ (ชูชัย สมศิริไกร, 2553)

1. ลักษณะความต้องการในอุดมคติซึ่งมีตลอดเวลา คืออุดมคติในการใช้ชีวิต สิ่งที่เราอยากเป็นเหมือนเป็นจุดมุ่งหมายที่ทำให้มนุษย์ เกิดความพยายาม ดิ้นรนในโลกความจริง เพื่อตอบสนองชีวิตในอุดมคตินั้น
2. ลักษณะความต้องการในด้านร่างกาย และจิตใจที่เกิดขึ้นทุกวัน ลักษณะความต้องการในด้านร่างกายและจิตใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เช่น ความหิวกระหาย ความง่วงรวมถึงด้านจิตใจทางด้านความรู้สึกที่จะต้องการมีความสุข หรืออยากมีความรัก
3. ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปเสมอ เป็นความต้องการที่เมื่อสำเร็จแล้ว ก็จะมีความต้องการใหม่ที่มากขึ้น เช่น เมื่อซื้อนาฬิกาเรือนแรกสำเร็จ ก็อยากซื้อนาฬิกาที่แพงและหรูหรามากขึ้น
4. ความแตกต่างของแต่ละคนที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อม บุคลิกภาพ ที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันเช่น บางคนชอบอ่านหนังสือ ก็จะมีความต้องการที่จะซื้อหนังสือ หรือบางคนชอบแต่งตัว ก็ต้องการซื้อเสื้อผ้าใหม่ ๆ ตลอดเวลา

ทั้งนี้ เมื่อเราทราบถึงความหมาย และลักษณะของความต้องการของบุคคลทั่วไปว่าเป็นอย่างไรแล้ว เราสามารถต่อยอดทางความรู้เพิ่มขึ้นไปอีก เพื่อที่จะทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค ที่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักการตลาด หรือแม้กระทั่งการปฏิบัติงานของภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ที่สามารถเรียกอีกนัยหนึ่งได้ว่าผู้บริโภค ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคก็ได้มีการจำแนกออกมาเป็นรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป คือ

1. ความต้องการด้านร่างกาย คือความต้องการทั้งหลายที่เกี่ยวกับการทำงานที่พื้นฐานของร่างกายของผู้บริโภค ความต้องการนี้จะมีทั้งความรุนแรงและการแพร่กระจายออกไป โดยความต้องการด้านร่างกายนี้ไม่สามารถพักผ่อนหรือเลี้ยงไถ่ได้นานนัก เพราะบุคคลจะเริ่มรู้สึกได้รับความทรมาน

2. ความต้องการด้านอารมณ์หรือด้านจิตวิทยา คือความต้องการที่ครอบคลุมถึงลำดับขั้นอย่างกว้าง ๆ ของสิ่งที่ต้องการเกี่ยวกับความตึงเครียดในแง่บวกหรือแง่ลบที่เป็นผลมาจากความเกี่ยวพันในความเข้าใจของผู้บริโภค

โดยสรุปแล้ว ความต้องการของผู้บริโภค จะถูกแบ่งประเภทเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกายมนุษย์ มีการบริโภคอาหาร ต้องการเครื่องนุ่งห่ม ที่พักอาศัย ความปลอดภัย และมีด้านที่นอกเหนือไปจากความต้องการพื้นฐานโดยอาจจะเป็นหน้าที่การงาน อำนาจ และความต้องการด้านภาวะจิตใจที่ต้องการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

นอกเหนือจากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค และสิ่งที่มีความสำคัญอีกอย่างในการเข้าถึงผู้บริโภค คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค โดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (Kolter, 1997) คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who, What, Why, Who, When, Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

สิ่งที่ต้องศึกษา	สิ่งที่ต้องทราบจากการศึกษา
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์, ภูมิศาสตร์, จิตวิทยา, พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ซึ่งคือคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา จึงต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยทางจิตวิทยา, ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม, ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)	อิทธิพลต่อกลุ่มต่าง ๆ (Organization) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มต่าง ๆ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม, ผู้มีอิทธิพล, ผู้ตัดสินใจซื้อ, ผู้ซื้อ และผู้ใช้

สิ่งที่ต้องศึกษา	สิ่งที่ต้องทราบจากการศึกษา
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อของผู้บริโภค (Occasions)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlet) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operation) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา, การค้นหาข้อมูล, การประเมินผลทางเลือก, การตัดสินใจซื้อ, ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ (2541)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทางเพื่อพักผ่อน คลายความเครียดเปลี่ยนแปลงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะ หรือเกียรติคุณซึ่งผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวสามารถแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท (5A) ดังนี้ (พยอม ธรรมบุตร, 2549)

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคมสนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศทางบก และทางน้ำซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สรรว่ายน้ำ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ชวน้ำ ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทางเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่นเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอมการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities และ Recreational activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวมิได้หมายถึงเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถานอนุสาวรีย์ความงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าเพื่อศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำการปีนหน้าผา การดำน้ำใน

รูปแบบต่าง ๆ การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึกตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนาการเกี่ยวข้าวการร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ บริการด้านร้านอาหารโรงพยาบาล สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีการพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ.2467 ซึ่งในช่วงเวลานั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการหรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

หากการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ แต่ภาครัฐสามารถนำกิจกรรมกีฬาและการท่องเที่ยวมาบูรณาการเติมเต็มให้กันและกัน จะเป็นการเอื้อและส่งเสริมซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี โดยการบูรณาการการท่องเที่ยวกับกีฬาจะสามารถทำได้ 2 ลักษณะ ดังนี้ (ศักดิ์ชาย พิทักษ์วงศ์, ม.ป.ป.)

ลักษณะที่ 1 “การใช้กีฬาเป็นกิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม” การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับผู้เกี่ยวข้องในการแข่งขันกีฬา เนื่องจากการแข่งขันกีฬาจะมีผู้เกี่ยวข้องเดินทางมาเช่นนักกีฬา ผู้ฝึกสอน เจ้าหน้าที่ กองเชียร์แฟนคลับ (Fan club) ผู้สื่อข่าวผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งต่างเดินทางมาทำภารกิจในส่วนที่รับผิดชอบ ดังนั้น หากสามารถวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมให้กับบุคคลเหล่านั้น โดยอาจจะจัดในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package tour) หรือการท่องเที่ยวตามความสนใจ โดยจัดช่วงเวลาจังหวะ และกระตุ้นความสนใจให้เขามีกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่ไม่มีภารกิจด้านกีฬา หรือถ้าเป็นไปได้หากมีการวางแผน การจัดการที่ดีก็สามารถที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวให้อยู่ในโปรแกรมของการแข่งขันกีฬานั้น ๆ ดังตัวอย่างการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก และกีฬาเอเชียนเกมส์ เป็นต้น ที่จะมีการดำเนินการท่องเที่ยวควบคู่กับการแข่งขันกีฬา

ลักษณะที่ 2 “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก การใช้กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมเสริม” กรณีที่เป็นการบริหารจัดการโปรแกรมทางกีฬาให้กับนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์อื่นไม่ใช่เพื่อกีฬา เช่นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าว หากสามารถสร้างกิจกรรมเกี่ยวกับกีฬาแทรกเข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยว ในลักษณะเติมให้เต็ม เช่น การเล่นกีฬา การชมกีฬา การฝึกซ้อมกีฬา การหัดให้เล่นกีฬา โดยมีการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านอุปกรณ์สถานที่ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสินหรือโค้ช/ผู้เล่น ไว้ให้ก็น่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการเติมให้เต็มสำหรับนักท่องเที่ยว ให้มาใช้บริการด้านกิจกรรมกีฬา ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมด้านกีฬาเสริมให้กับนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวรวมทั้งฝ่ายจัดกิจกรรมกีฬานั้น ๆ ต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงตามวัตถุประสงค์

อย่างไรก็ดี สิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากหากต้องการจะเพิ่มมูลค่าในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และเป็นที่น่าสนใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาตั้งแต่ละจุดหมายปลายทาง คือการเรียนรู้ และศึกษาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น เป็นกิจกรรมที่มีผู้เกี่ยวข้องมากมาย ดังนั้น ในการจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรวบรวมฐานข้อมูลให้ครบถ้วนตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูลของห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด 6 กลุ่ม ดังนี้

1. ที่พัก (Accommodations) ในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประเภทใด ล้วนแต่มีที่พักเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เช่นกัน ในการรวบรวมฐานข้อมูลนั้น แบ่งประเภทของที่พักออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ โรงแรม/รีสอร์ท โฮมสเตย์ และแคมป์ เนื่องจากที่พักแต่ละประเภทนั้นจะให้ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน และอาจเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละประเภทก็แตกต่างกัน เช่น ในกีฬาปณมา นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาอาจต้องการที่จะพักแรมในแบบโฮมสเตย์หรือแคมป์มากกว่า เนื่องจากนักปณมมักต้องการใกล้ชิดธรรมชาติ และรักในการผจญภัย ดังนั้นฐานข้อมูลเชิงลึกถึงระดับประเภทของที่พักนี้จะเป็ประโยชน์ในการศึกษาความสมบูรณ์ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในห่วงโซ่อุปทานนี้ได้อย่างแท้จริง

2. การเดินทาง (Transportation) ในส่วนของการเดินทางนั้น นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ หรือรูปแบบการขนส่งสาธารณะอื่น ๆ อย่างไรก็ดี แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งนั้น อาจมีความสะดวกสบายในการเดินทางไม่เท่ากัน ดังนั้น ในการศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้ นำเสนอรูปแบบของการเดินทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ได้ ทั้งในส่วนของการเดินทางเพื่อไปยังพื้นที่นั้น ๆ และการเดินทางสัญจรในบริเวณดังกล่าวด้วย โดยรูปแบบของการเดินทางที่จะปรากฏอยู่ในฐานข้อมูล ได้แก่ สนามบิน สถานีรถไฟ การขนส่งสาธารณะรูปแบบต่าง ๆ เช่น รถเมล์ รถตุ้ รถสองแถว แท็กซี่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้รวบรวมรายชื่อบริษัทรถเช่าประเภทต่าง ๆ ทั้งรถยนต์ รถตุ้ จักรยาน และจักรยานยนต์ หากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทกีฬานั้น ๆ บ่งชี้ว่ามีความต้องการในการเช่ารถประเภทนั้น ๆ ตามแต่กรณี

3. บริการด้านกีฬา (Sport Services/Suppliers) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่ละประเภทกีฬานั้นมีความต้องการบริการด้านกีฬาที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ประเภทของบริการด้านกีฬาที่จะปรากฏอยู่ในฐานข้อมูลนั้นจะแตกต่างกันออกไปตามประเภทของกีฬา เช่น ในกรณีกีฬาปณมานั้น ฐานข้อมูลของการบริการด้านกีฬาจะเป็นฐานข้อมูลร้านขายอุปกรณ์ปณมา และรายชื่อโรงเรียนสอนปณมาในบริเวณ เนื่องจากทั้งสองประการเป็นห่วงโซ่อุปทานของการบริการด้านกีฬาที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาประเภทกีฬาปณมาส่วนมาก มีความจำเป็นที่จะใช้บริการหรือในกรณีของกีฬาฟุตบอลก็จะเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายอุปกรณ์กีฬาและของที่ระลึก รวมถึงสถานที่จำหน่ายตัวชมฟุตบอล เป็นต้น

4. อาหาร (Food & Catering) การจัดอาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญในการท่องเที่ยว ดังนั้น ฐานข้อมูลร้านอาหารจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของฐานข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวประเภทใดด้วยเหตุนี้ ในกรณีการศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬานี้ จึงรวบรวมรายการร้านอาหารที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่จัดงานนั้น ๆ เอาไว้เพื่อให้เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย

5. บริการนำเที่ยว (Travel Agencies) บริการนำเที่ยวนั้นเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว เนื่องจากจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยวของตนได้ง่ายดายขึ้นแล้ว ในกรณีของการท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น มีกีฬาหลายประเภทที่อาจประกอบกิจกรรมกีฬาไม่ได้เลย หรือไม่มีความปลอดภัยหากไม่มีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวคอยดูแล เช่น การดำน้ำ เป็นต้น เจ้าหน้าที่นำเที่ยวนอกจากจะเป็นผู้พานักท่องเที่ยวไปยังจุดดำน้ำต่าง ๆ แล้ว ยังมีบทบาทในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นและคอยดูแลรักษาความปลอดภัยของนักดำน้ำด้วย นอกจากนี้ บริการนำเที่ยวนั้นอาจมีขอบเขตที่แตกต่างกันไป เช่น อาจเป็นบริการนำเที่ยวรายวันหรือแบบข้ามคืน (เช่น ในกรณีการดำน้ำโดยพักแรมบนเรือ Live a board) ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีด้วย

6. แหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่วนใหญ่เน้น การเล่นกีฬาไม่ได้เป็นกิจกรรมเพียงกิจกรรมเดียวที่นักท่องเที่ยวต้องการทำในระหว่างการเดินทาง ดังนั้น การรวบรวมฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลเบื้องต้นว่านอกเหนือจากการประกอบกิจกรรมกีฬาแล้ว พื้นที่ในบริเวณใกล้เคียงนั้นมีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อะไรที่สามารถไปเยี่ยมชมได้อีกบ้าง นอกจากจะเป็นการเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาแล้ว การมุ่งใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่ใกล้เคียงยังจะเป็นการขยายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสู่การท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ได้อย่างดีด้วย

จากที่กล่าวมา แนวโน้มที่สำคัญประการหนึ่ง ได้แก่ ความร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานจะมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการรายใดที่สามารถจัดการให้แต่ละห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของตนมีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพจะประสบความสำเร็จมากที่สุดในระดับประเทศ ก็เช่นเดียวกันประเทศที่สามารถบริหารจัดการแต่ละภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะมีตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เติบโตได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน ภาคส่วนต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Service Providers) ผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Input Providers) ตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Travel Agencies and Tour Operators) กลุ่มห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Pre and Post Sporting Activities) รวมทั้งภาคส่วนต่าง ๆ ที่ช่วยผสานห่วงโซ่ทั้งสี่นี้เข้าไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ ภาครัฐก็เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของต่างประเทศ ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าหากภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างชัดเจน เต็มที่และมีประสิทธิภาพจะเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยเช่นกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยว

เมื่อได้มีการศึกษาห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และสามารถจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6A's ของบูฮาลิส ดังนี้ (Buhalis, 2000)

- 1.แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ
- 2 การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก, การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน
4. โปรโมชันสำหรับการท่องเที่ยว (Available packages)
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ประกันภัย และ โทรคมนาคม

ศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการที่ได้ศึกษาข้อมูลในด้านต่าง ๆ และใช้วิธีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้

1. จุดแข็ง

1) ประเทศไทยมีค่าครองชีพต่ำทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยต่ำด้วย ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยวเดินทางมาชมการแข่งขันฟุตบอลพร้อมกับท่องเที่ยวไปด้วยพร้อมกัน

2) การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความหลากหลายของกิจกรรมและบริการที่มีส่วนเติมเต็มการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งภูเขาและทะเล การท่องเที่ยวเกาะ ซึ่งสามารถผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆ เข้ากับกิจกรรมกีฬาจนเกิดเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบใหม่ ๆ

3) ประเทศไทยมีการกระจายตัวของโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไปสู่ระดับพื้นที่อย่างทั่วถึง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเติบโตได้ในระดับพื้นที่ นอกจากนี้ในหลาย ๆ เมืองยังมีการกำหนดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องส่งเสริมและพัฒนา ทำให้มีตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เติบโตมาก ตัวอย่างของเมืองใหญ่ ๆ ในประเทศไทยที่มีตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ค่อนข้างสมบูรณ์ เช่น เมืองพัทยา และ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

4) คนไทยมีความสนใจติดตามกีฬามากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเติบโตตามไปด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ กีฬาฟุตบอล ที่มีผู้ติดตามเชียร์สโมสรฟุตบอลของตนเองเพิ่มมากขึ้น และมีความพร้อมที่จะเดินทางไปชมการแข่งขัน

2. จุดอ่อน (Weakness)

1) ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่เป็นไปในเชิงลบด้านความมั่นคงและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อติดตามเชียร์สโมสรฟุตบอลของตน

2) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ทำให้ยังขาดการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาใหม่ ๆ จากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการขาดนวัตกรรมในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาใหม่ ๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลยังรู้จักกันในฐานะการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวความสนใจเฉพาะประเภทหนึ่งเท่านั้น

3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ยังขาดการบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างกันของมาตรการด้านการท่องเที่ยวและด้านการกีฬา เนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ ก็ต่างปฏิบัติหน้าที่เฉพาะในประเด็นที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนและขาดการประสานงานระหว่างกัน นอกจากนี้การขาดแคลนองค์ความรู้ในการบริหารจัดการและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลยังส่งผลให้ประเทศไทยไม่มีแผนการหรือแนวทางในการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลเชิงรุกที่เป็นรูปธรรมอีกด้วย

4) การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษา เทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญในการบริหารการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย

5) พฤติกรรมการเชียร์กีฬาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลชาวไทยยังขาดความเข้าใจและการเคารพกฎกติกาและการตัดสิน พบปัญหาความรุนแรงที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของการแข่งขันกีฬาฟุตบอลเสียหาย และอาจทำให้นักท่องเที่ยวเบื่อหน่ายในพฤติกรรมดังกล่าว จนทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลถดถอยลงได้

6) การทำการตลาดและขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย ยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยได้ดีพอ ขาดการประสานงานกันระหว่างด้านกีฬาและด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในทั้งสองประเด็นที่สามารถดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูล เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลด้วย ปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยวที่ติดตามเชียร์สโมสรของตนไปยังจังหวัดต่าง ๆ และต้องการที่จะท่องเที่ยวในจังหวัดที่ใกล้เคียง แต่ด้วยความลำบากในการหาข้อมูลยังไม่มีแผนกข้อมูลด้านการกีฬา ด้านการท่องเที่ยว และข้อมูลของห่วงโซ่อุปทานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคม เป็นต้น ทำให้การท่องเที่ยวข้ามจังหวัดของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลยังมีไม่มากนัก ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเสียโอกาสที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ในแต่ละพื้นที่ใกล้เคียงให้เพิ่มมากขึ้น

ในภาพรวมนั้น จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไทยส่วนหนึ่งคือการไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการตลาดในทุก ๆ มิติได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ยังคงขาดการดำเนินการอย่างเพียงพอถือเป็นจุดอ่อนประการสำคัญของตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทยที่จะต้องเร่งแก้ไขต่อไป

3. โอกาส (Opportunity)

1) หน่วยงานภาครัฐมีความจริงจังในการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลของประเทศไทย เห็นได้จากการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างต่อเนื่องให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกีฬาอันดับแรก ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และทวีปเอเชีย และการทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านกีฬา (Sporting Hub)

2) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างจริงจังในระดับนโยบายและการร่วมมือกันในรูปแบบบูรณาการ ซึ่งได้กำหนดรายละเอียดและทิศทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีรายละเอียดเพิ่มขึ้นและได้ปรากฏเป็นยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตลอดจนการร่วมมือกับภาคเอกชนและผู้ประกอบการที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบมีส่วนร่วมอย่างบูรณาการ

3) ประเทศไทยมีตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะ (Tourism Niches) ที่แข็งแกร่ง สามารถนำมาใช้ในการผลักดันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ในพื้นที่ที่แม้ยังไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากนัก หรือยังไม่มีแผนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล แต่สามารถนำเอากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่มาเชื่อมโยง และปรับใช้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลได้ เพื่อให้รายได้สามารถกระจายรายได้ลงไปในระดับระดับพื้นที่ด้วย

4. อุปสรรค (Threat)

1) การคมนาคมเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากขาดการสัญจรโดยรถสาธารณะที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลไม่สามารถเดินทางไปมาระหว่างแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ได้โดยสะดวก ปัจจัยข้อนี้เป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เนื่องจากการแข่งขันกีฬาฟุตบอลมักไม่ได้จัดอยู่ในพื้นที่ตัวเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปชมการแข่งขัน และเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงในช่วงก่อนหรือหลังการแข่งขันกีฬา ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถสาธารณะ จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังบริเวณใกล้เคียงจะได้ค่อนข้างลำบาก และไม่ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการเดินทางมาร่วมกิจกรรมกีฬา

2) การแข่งขันกีฬาในประเทศไทยในระยะหลังประสบปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นด้านความพร้อมของสนามกีฬา ด้านระบบสาธารณูปโภคด้านการคมนาคม และด้านสิ่งแวดล้อม

3) ตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทยยังขาดการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบระเบียบ ทำให้ไม่สามารถประเมินมูลค่าหรือสถานการณ์ที่แท้จริงในตลาด จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยได้อย่างเต็มที่

บทสรุป

จากการทบทวนความรู้ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่า ภาครัฐยังไม่ได้มีการพัฒนาหรือส่งเสริมอย่างชัดเจนมากนัก เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งประเทศไทยก็ยังขาดองค์ความรู้เชิงบูรณาการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างรายได้ให้กับประเทศอีกทางหนึ่ง อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะเป็นด้านการกีฬา จึงทำให้มองเห็นว่าประเทศไทยจึงยังไม่ค่อยมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่อย่างไรก็ดี ภาครัฐได้ตระหนักถึงกระแสในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระดับนานาชาติ จึงได้มอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เพื่อจะเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนา การปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการนำไปสร้างนโยบายการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยผลจากการศึกษาแนวทางดังกล่าว ทำให้เกิดแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาขึ้นมา ซึ่งมีเป้าประสงค์ให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดำเนินการสร้างความรู้และความเข้าใจในนโยบายการท่องเที่ยวเชิงกีฬารวมกันอย่างบูรณาการ และสามารถนำไปปฏิบัติรวมกันได้ สนับสนุนให้มีการใช้งานและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านกีฬาและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างคุ้มค่า เพิ่มมูลค่าแก่การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมการชูดเงินและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความน่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ภาคเอกชนเกิดความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ภาคเอกชน และภาคประชาชนยังไม่มีรับรู้ถึงแนวทางดังกล่าวในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ภาครัฐจึงควรต้องเร่งการประชาสัมพันธ์แนวทางดังกล่าว เพื่อให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย มีความพร้อมที่จะรองรับกระแสความต้องการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ดังนั้น แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอล ควรมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมสมัยใหม่ (Innovation) และสื่อดิจิทัล (Digital Media) ที่จะเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งนอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฟุตบอลแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการสานต่อสิ่งดั้งเดิม (Legacy) ธรรมชาติ (Nature) และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture) เข้าไว้กับกีฬา โดยประเทศไทยเป็นประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่งดงาม พร้อมทั้งมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีชื่อเสียงระดับโลก จึงถือว่าได้เปรียบจากการเติบโตของแนวโน้มนี้เป็นอย่างมาก ตลอดจนการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Service Providers) ตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Travel Agencies and Tour Operators) และผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Input Providers) นอกเหนือจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคที่จำเป็นแล้ว การวางกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายบริการที่เกี่ยวข้อง (Cross Sell) กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทั่วไปในพื้นที่เพื่อสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน (Economic Contribution) ซึ่งภาครัฐควร

หาแนวทางในการสร้างผลประโยชน์แบบทวีคูณ (Multiplier Effect) โดยการผนวกการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ในแบบแพ็คเกจ สิ่งที่สำคัญต่อมาคือภาครัฐจำเป็นต้องมีความจริงจังในการกำหนดมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาปฏิบัติตาม นอกจากนี้ยังควรคัดเลือกผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่ผ่านระดับมาตรฐานนั้น ๆ มานำเสนอให้นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาการดำเนินงานในลักษณะนี้เสมือนว่าภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่สูงขึ้นแล้วว่ามีศักยภาพในการให้บริการอย่างมีมาตรฐานแก่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา

สรุปได้ว่าทุกปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการท่องเที่ยวทุกด้านควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมสอดคล้องกับแนวคิดการที่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะประสบความสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งที่สำคัญคือต้องได้รับการสนับสนุนหรือพึ่งพิงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทุกภาคส่วน โดยการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้น ควรต้องมีการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้พร้อม และทำการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และแผนงานการตลาดจะประสบผลสำเร็จได้อย่างสูง ด้วยความพยายามของบุคคลากรทุกภาคส่วน อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังเป็นส่วนสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพราะการกีฬาเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความมั่นคงของเมือง เป็นการแสดงถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจภายในพื้นที่ของตน ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการแสดงถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยใช้การกีฬาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดการลงทุน และสนับสนุนภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการท่องเที่ยวทุกด้านควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริม มีดังต่อไปนี้

1. รักษาจุดแข็งทางการท่องเที่ยวหลักของแต่ละพื้นที่ โดยเน้นการรักษามาตรฐานทางด้านการบริหารจัดการ คุณภาพงานบริการ รวมถึงมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ท่องเที่ยวโดยชุมชน และผ่านการจัดกิจกรรมเอ็นเตอร์เทนเมนต์ เพื่อสร้างความหลากหลายเพื่อเพิ่มตัวเลือกให้นักท่องเที่ยวรวมถึงเปลี่ยนทัศนคติของนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจและมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มมากขึ้น
3. ส่งเสริมการลงทุนด้านที่พักให้มีรูปแบบที่หลากหลาย มีราคาที่เหมาะสม และได้มาตรฐาน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม
4. มุ่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม เพียงพอ มีความปลอดภัย และมีการบริหารเส้นทางคมนาคม และจัดการจราจรที่ดี เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ก่อนการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยว รวมไปถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจ มีความเต็มใจในการบริการ และมีทักษะความชำนาญในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ตลอดจนมีช่องทางรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำสู่การปรับปรุงหรือพัฒนาให้ดีขึ้น

6. บูรณาการการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชน เพิ่มบทบาทในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

7. พัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ของที่ระลึก/ของฝากให้มีให้มีความหลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละพื้นที่ รวมไปถึงด้านการควบคุมราคาให้มีความเหมาะสม เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ให้มีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น

References

- Bidhakwong, S. (๒๕๖๑). . kīlā kap kānthōngthīeo [Sports and Tourism]. khaothung dai chāk lib . dtc .
ac . th / article / tourism / 0031. Pdf
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. TourismManagement, 21,
97-116
- Dhambutr, P. (2006). kānwāngphāen yutthasāt dān kānthōngthīeo [A planning of Tourism
Strategy]. Krung Thēp... : sathāban kānphatthanā kān thōngthīeo phūa ‘anurak
singwætloṃMahāwitthayalai Sīnakharinwirot , -
- FourFourTwo . (2017) . narok thīm yuān ? : pōet khā chālā phū chom tæla sanām Thai līk
sōngphansipchēt thīm nai māḥ sut - nōj sut . khaothung dai chāk : [https : / /
www . fourfourtwo . com / th / features / nrkthiimeyuen –epidkhaechliiy
phuuchmaetlasnaamaithyliik - sōngphansipchēt - thiimaihmmaaksud - nysud](https://www.fourfourtwo.com/th/features/nrkthiimeyuen-epidkhaechliiyphuuchmaetlasnaamaithyliik-sōngphansipchēt-thiimaihmmaaksud-nysud)
- Phāenphatthanasethakit læ sangkhom hæng chāchabapthīpsōngPhōḥSoḥsōngphanhārōjhoksip
2564. (2016) , pāetsipsōng kāsiphā
- Samnakngan palat krasuāng kānthōngthīeo læ kīlā . (2017) . [The study approach project ofdeveloping
and supporting in sport tourism
- Serirat, S. Serirat, S. Meechinda, P. Lertwannavit, O. Laksitanon, P. Patawanich, O. Anuchanon, C
(1998) . [The new era of Marketing Mamagement]. Krung Thēp Mahā Nakhōn ,
nungrōjkaōsipsī
- Smithikrai, C. (2010). phruttkam phūbōṛiphōk . Krung Thēp Mahā Nakhōn [Consumer Behavior] :
samnakphim hæng Chulalongkōṃmahāwitthayalai
- Sunwichaikasikon Thai . (2016) . [The analyzing of Popularity in Thai football with economic
activity role of Thailand]