

การศึกษาตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น

The Study of Business market for sports event management In Khon Kaen Province

ชีวิน อ่อนละอ¹, สุชาติ บางวิเศษ²
 ศักดินาภรณ์ นันท์³, กานนท์ แสนเภา⁴
 วรากร จิตเที่ยง⁵, วัฒนະ นุตทัศน์⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน และปัญหาตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น 2) ศึกษาความต้องการของตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ประกอบการ และผู้ใช้บริการธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 90 คน กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นผู้ประกอบการธุรกิจกีฬา จำนวน 9 คน และการสนทนากลุ่มย่อย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 15 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพการศึกษาตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา มีจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อน และสภาพที่เป็นโอกาสมากกว่าปัญหา ทำให้ตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา มีการใช้กลยุทธ์การบริหารเชิงรุกในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด ธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น ยังพบอีกว่าด้านการแข่งขันยังมีอยู่ไม่มากนัก ส่วนมากเป็นการจัดการแข่งขันโดยเจ้าของสนามจัดแข่งขัน หรือหน่วยงานของภาครัฐ และกลุ่มที่มีความชอบกีฬาได้รวมกลุ่มกันจัดแข่งขันกีฬาในแต่ละช่วงฤดูกาล

2. สภาพความต้องการตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ยังไม่มีการจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ และเชิงอัตลักษณ์ของจังหวัด ทำให้ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะเข้ามาให้บริการ และมีอำนาจต่อรองในระดับมาก เนื่องจากการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นการจัดการกิจกรรมเพื่อประชาชน เป็นส่วนใหญ่ และความต้องการจะเป็นเรื่องขององค์กรจัดกิจกรรมกีฬาตามโครงการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแต่ละหน่วยงาน เพียงหวังผลประสิทธิภาพของงานมากกว่าหวังผลกำไร

3. ปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา มีกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาเข้ามาเป็นคู่แข่งรายใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่นเจ้าของสนามหญ้าเทียม และสนามกอล์ฟ โดยสนามกอล์ฟจะมีปัญหามากกว่าสนามหญ้าเทียม และใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องจะต่ำ

โดยสรุปตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายฝ่าย ทั้ง เจ้าของสถานที่ในการจัดการแข่งขัน กรรมการผู้ตัดสินกีฬา หน่วยงานที่อำนวยความสะดวก ผู้เข้ามาใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา เนื่องจากการแข่งขันกีฬาเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความรู้ และประสบการณ์ของผู้จัดการแข่งขัน ที่ต้องคำนึงถึงความเสี่ยง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าร่วมแข่งขันกีฬา โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้านเรียงตามลำดับ คือ ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่ายสินค้า และด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : ตลาดธุรกิจ, การจัดการแข่งขันกีฬา

Abstract

The objectives of the research were 1) to study current conditions and problems in doing sports management business In Khon Kaen province, 2) to study the needs of the sports competition business market and 3) to study the factors that affect the market Influencing the decision to use sports competition management services Is a qualitative research and quantitative. The sample group used in the research was

^{1,5,6}อาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตเอเชียขอนแก่น

^{2,3}อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

⁴รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2



entrepreneurs and users of sports competition management businesses In Khon Kaen province, 90 people, the target group for qualitative research by in-depth interview. There are 9 sports entrepreneurs and small group discussions. 15 stakeholders. The statistics used in data analysis by finding the average, percentage, standard deviation and presenting the qualitative data analysis by using the descriptive method.

1. The condition of the business market of sports competition management business having more strengths than weaknesses and the condition that is more likely than the problem causing the business market to manage this sporting event. Using use proactive management strategies in marketing business operations. Sports event management business in Khon Kaen province also found that the competition is not much. Most of the competition was organized by the owner of the stadium or government agencies and groups that have a passion for sports have grouped together to organize sports competitions in each season.

2. Conditions of the market for sports competition management business found that there are no unique sports competitions and the identity of the province causing entrepreneurs to want to use the service and have a high level of bargaining power due to the business of organizing sports events. It was the management of activities for the masses and the demand is was matter of organizing sports activities according to the objectives of each department. Just hope for efficiency of work rather than profit.

3. Factors affecting marketing which has an influence on the decision to use sports management service, found that more groups of sports business entrepreneurs are entering new competitors for example, owners of artificial turf and golf courses will have more problems than artificial turf due to higher investment and use a lot of space bargaining power of raw material sellers related equipment will be low.

In summary, the sports competition business market was a business that involves multiple divisions, both the owner of the venue of the competition sports referee agencies that facilitate users of sports event management services because sports competitions are activities that require knowledge and the experience of the competition organizer to consider the risks marketing factors influence the decisions of sports competition participants each category is at a high level by personnel factors was a factor that influences decision making at a high level first followed by the product distribution and the product side.

Keywords: business market, sports management

บทนำ

คุณภาพชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพ ด้านจิตใจ ด้านสังคมการออกกำลังกาย การแข่งขันกีฬามีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน การเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดีขึ้น สร้างความสัมพันธ์กับคนใน ครอบครัว ชุมชน หน่วยงาน และสังคม ทำให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ ทำให้เกิดความเข้มแข็งของครอบครัวและชุมชน นำไปสู่การพัฒนาสังคมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การแข่งขันกีฬา ยังถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคน สร้างเครือข่ายหน่วยงาน ชุมชน ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกในการดำรงชีวิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีวินัย และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ เคารพในสิทธิ ของตนเอง และผู้อื่น รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย อันถือว่าเป็นรากฐานที่ดีของสังคม หน่วยงานต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งองค์กรระหว่าง

ประเทศ จึงได้สนับสนุนให้มีการแข่งขันกีฬา การแข่งขันกีฬามีคุณลักษณะเฉพาะ คือ มีความสนุกสนาน มีความสุขเมื่อได้เล่น มีความท้าทายที่เป็นเสน่ห์ที่ทำให้หันมาติดตาม ต้องมีการฝึกซ้อม มีการแข่งขัน มีแพ้ มีชนะ เมื่อชนะแล้วก็มีสิทธิ์แพ้ได้ หรือแพ้แล้วก็มีโอกาสที่จะชนะได้ ถ้าขยันซ้อมหรือเมื่อพบกับคู่แข่งที่เล่นอ่อนกว่า เกมกีฬาสามารถดึงดูดผู้ที่สนใจให้เข้าไปชมการแข่งขัน ติดตามผลการแข่งขันจากสื่อต่าง ๆ จึงทำให้มีการถ่ายทอดการแข่งขัน รายงานผลการแข่งขัน ผ่านสื่อ จึงทำให้เกิดผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขัน ที่เรียกว่า สปอนเซอร์ ทำให้เกิดเป็นรายได้ เกิดเป็นธุรกิจกีฬาที่สามารถดึงดูดผู้ชมได้ทั่วทั้งโลก เช่น การแข่งขันฟุตบอลโลก การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก นอกจากนี้ยังทำให้เกิดกระแสของกีฬา และแฟนคลับ ตามมา ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากีฬาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจของคนทั่วทั้งโลกได้ และสามารถแทรกซึมเข้าไปในชีวิตประจำวัน โดยไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว

หรือ เพศ หรือวัย นี้คือ “กีฬา” กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมที่นานาประเทศ ให้ความสำคัญ และเป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถรายได้ ให้แก่นักกีฬาอาชีพ บุคลากรกีฬาอาชีพ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอาชีพ อีกทั้งการจัดให้มีการแข่งขัน กีฬาอาชีพหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬาอาชีพ ยังเป็นปัจจัยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเผยแพร่ชื่อเสียงเกียรติภูมิของประเทศ (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2560) ส่วนในภูมิภาคเอเชียอาชยามรัฐประชาชนจีน เป็น ประเทศที่มีอุตสาหกรรมกีฬาใหญ่ที่สุดโดยมีมูลค่า ทางเศรษฐกิจประมาณ 800,000 ล้านหยวน หรือ คิดเป็นร้อยละ 0.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของ ประเทศ ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ของจีนมาจากจำนวน ผู้ชมกีฬา เช่น ฟุตบอล บาสเกตบอล วอลเลย์บอล เทนนิส แบดมินตัน รวมถึงการจำหน่ายอุปกรณ์กีฬาทุกชนิด ทำให้ประเทศจีนมีรายได้จากการดำเนิน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬามากขึ้นทุกปี (การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2560) ปัจจุบันประเทศไทยก็ได้ให้ความสำคัญ การส่งเสริมกีฬา ทั้งภาครัฐและ ภาคเอกชนมีการส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬา ชนิดต่างๆ เป็นประจำ ทั้งในงบประมาณสนับสนุน การแข่งขัน และการเป็นผู้สนับสนุนการจัดการ แข่งขัน โดยในแต่ละปีมีการจัดการแข่งขันกีฬา รายการสำคัญที่จัดโดยภาครัฐ และภาคเอกชนจำนวนมาก จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ และความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือทุกด้าน และใน โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดขอนแก่นนั้น มีสัดส่วนมาจากกลุ่มธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งภาค การเกษตร ภาคอุตสาหกรรม โรงแรมและภัตตาคาร การขนส่ง และธุรกิจบริการ จากการที่เป็นศูนย์กลางความเจริญทุกๆ ด้านของภูมิภาคทำให้มีผู้สนใจ มาลงทุนในการทำธุรกิจต่าง ๆ ในจังหวัดขอนแก่น จำนวนมาก

สอดคล้องกับการวางแผนทางในการพัฒนาเมืองกีฬาในประเทศไทยนั้น มีการกำหนดนโยบาย และยุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในหลายมิติที่สอดคล้องกับการพัฒนาเมืองกีฬาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่เป็นไปตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 - 2564) การกีฬาเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนของทุกภาคส่วน และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าทางสังคม และส่งเสริมเศรษฐกิจ ของประเทศ โดยแผนพัฒนาการกีฬานี้ส่งเสริมให้ประชาชน ทุกเพศทุกวัย สนใจหันมาเล่นกีฬา โดยมีการพัฒนาและสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีมาตรฐาน การส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาครัฐ และเอกชนในการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสามารถขยายความสำเร็จสู่การจัดการกิจกรรมกีฬาที่เป็นมาตรฐานสากล ระดับโลกมีการขับเคลื่อน 3 ระดับ 1) **ระดับนโยบาย**มีการ

กำหนดนโยบาย พระราชบัญญัติการกีฬาแห่งชาติ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย พร้อมประสานงานในระดับพื้นที่ 2) **ระดับการขับเคลื่อน** ติดตามความคืบหน้าในการดำเนินการศึกษาวิเคราะห์ปัญหา และข้อเสนอแนะเพื่อพิจารณาต่อคณะกรรมการระดับนโยบาย และติดตามการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ 3) **ระดับปฏิบัติการ** หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีความเกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายเช่น สมาคมกีฬา ชมรมกีฬา สโมสรกีฬา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 6 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีวิสัยทัศน์ประจำจังหวัดขอนแก่น เมืองน่าอยู่ มุ่งสู่มหานครแห่งอาเซียน และมีคำขวัญประจำจังหวัดที่ว่าพระธาตุขามแก่นเสียงแคนดอกคูน ศูนย์รวมผ้าไหม ร่วมใจผูกเสี่ยว เที่ยวบึงแก่นนครใหญ่ ไทโนเสาร์สิรินธรเน่ สุดเท่เหรียญทองแรกมวยโอลิมปิก จากคำขวัญของจังหวัดขอนแก่นนี้เองที่แสดงให้เห็นว่าจังหวัดขอนแก่นมีการให้ความสำคัญกับกีฬาเป็นอย่างมากซึ่งในจังหวัดขอนแก่นเองมีนักกีฬามากมายตั้งแต่กีฬามวยสากล เหรียญทองมวยสากลสมัครเล่นโอลิมปิก นักกีฬามวยสากลสมัครเล่นเหรียญทองแดง โอลิมปิก ณ เมืองแอตแลนตา สหรัฐอเมริกา นักเทนนิสอดีตมือ 9 ของโลกในปี พ.ศ.2546 นักกีฬาฟุตบอลที่อยู่ในทีมสโมสรระดับชาติ และมีนักกีฬาอีกหลายคนของจังหวัดขอนแก่น มีการพัฒนานักกีฬาสู่ระดับมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงในปัจจุบัน **โดยในปัจจุบันมีการแข่งขันในระดับประเทศ**ที่ถูกจัดขึ้นในจังหวัดขอนแก่นอย่างมากมาย และต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันฟุตบอลในท้องถิ่น เช่นการแข่งขันกีฬาขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ การแข่งขันกีฬาตีลาคัพ น้ำพองยูไนเต็ดคัพ อบจ.ขอนแก่นคัพ ฯลฯ ในระดับประเทศ เช่น **การจัดการกีฬาแห่งชาติ กีฬาเยาวชนแห่งชาติ กีฬานักเรียนนักศึกษา กีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย แข่งขันฟุตบอลไทยลีก** โดยจังหวัดขอนแก่นมีทีมเข้าร่วมการแข่งขัน 2 ทีม คือ สโมสรฟุตบอลขอนแก่นเอฟซี สโมสรฟุตบอลขอนแก่นยูไนเต็ด การแข่งขันวอลเลย์บอล ระดับประเทศไทยแลนด์ลีกโดยมีทีมขอนแก่นสตาร์วีซี และในระดับสากลจังหวัดขอนแก่นมีการจัดการแข่งขันวิ่งมินิมาราธอน KKIM ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติเป็นประจำทุกปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของจังหวัด ขอนแก่นที่มีมาตรฐานเสมอมาโดยได้รับการสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนเป็น อย่างดี และมีการขยายตัวของธุรกิจกีฬาอย่างมากไม่ว่าจะเป็นฟิตเนส เช่น ฟิตเนสเฟิร์สเฟ้าสปอร์ตคลับ ศูนย์กีฬาขอนแก่นราม ในรายกีฬาใหม่ที่เพิ่งได้บรรจุเข้าเป็นกีฬาสถิตในเอเชียนเกมส์ ปี 2018 และจะมีการชิงชัย



เหรียญกันในปี 2022 อย่างกีฬาอีสปอร์ตนั้น จังหวัดขอนแก่นก็มีการส่งเสริมการแข่งขันอีสปอร์ตในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นระดับมหาวิทยาลัย หรือระดับท้องถิ่น ซึ่งในปี 2561 จังหวัดขอนแก่นมีการเปิดศูนย์กีฬาอีสปอร์ตขึ้นเป็นแห่งแรกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น, 2555) ในการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดขอนแก่นส่วนมากจะเป็นการลงทุนของภาคเอกชนในท้องถิ่น และต่างประเทศ โดยภาครัฐมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้ ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของกีฬาอีสปอร์ต และรองรับการจัดตั้งเมืองกีฬาที่สอดคล้องกับโครงการนี้ เพราะปัจจุบันนี้มีการแข่งขันการกีฬาในทุกภูมิภาค เป็นกีฬาที่สร้างรายได้ ทั้งผู้เล่นเองและทีมงาน การเดินทางเข้ามาพื้นที่ที่มีการแข่งขัน จะส่งเสริมในเรื่องธุรกิจที่พัก และการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นต่อไปสิ่งเหล่านี้ถือเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความพร้อมในการบริหารจัดการ และพัฒนากีฬาในจังหวัดขอนแก่นให้มีความยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน และปัญหาของตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาสภาพตลาดของธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสานนี้เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬากลางในจังหวัดขอนแก่น และสนามกีฬา 50 ปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ที่เป็นหัวหน้าของหน่วยงานที่ใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬาของสนามกีฬากลางจังหวัดขอนแก่น และสนามกีฬา 50 ปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ. 2561 จำนวน 220 คน โดยเปิดตารางของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง 90 คน

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬา โดยผู้วิจัยได้เลือก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขันกีฬาใน

ปี 2561 และมีการจัดการแข่งขันกีฬามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป ประกอบไปด้วย 1) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดขอนแก่น 2) ผู้อำนวยการศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น 3) ผู้จัดการสนามกีฬาเทียมจังหวัดขอนแก่น จำนวน 3 คน ได้แก่ (1) ผู้จัดการสนามฟุตบอลเทียมเทศบาลตำบลท่าพระ (2) ผู้จัดการสนามฟุตบอลเทียมเทศบาลตำบลศิลา (3) ผู้จัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอล ถนนบ้านกอก 4) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสนามกอล์ฟสิงห์ปาร์ค ขอนแก่น จำนวน 3 คน ได้แก่ (1) ผู้จัดการสนามกอล์ฟเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น (2) โปรกอล์ฟในจังหวัดขอนแก่น และ (3) ประธานชมรมพัฒนากอล์ฟแห่งประเทศไทย จังหวัดขอนแก่น 5) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จำนวน 2 คน ได้แก่ (1) อาจารย์ผู้สอนวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2) ผู้ฝึกสอนกีฬาที่เป็นอาจารย์วิทยาลัยบัณฑิตเอเชียขอนแก่น 6) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการรับจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1 คน ได้แก่ ผู้จัดการสนามกอล์ฟสิงห์ปาร์ค ขอนแก่น 7) ผู้ดูแลการจัดการแข่งขันกีฬาสนามกีฬากลางจังหวัดขอนแก่น จำนวน 1 คน 8) ผู้ดูแลการจัดการแข่งขันกีฬาที่สนามกีฬาเทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 1 คน 9) อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการจัดการกีฬา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1 คน และอาจารย์ผู้ตัดสินกีฬา ในการแข่งขันกีฬาที่สนามกีฬา 50 ปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน 10 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 24 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสนทนากลุ่ม จำนวน 15 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 9 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ใช้สอบถามความคิดเห็นของผู้ให้บริการจัดการการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น ในประเด็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของจังหวัดขอนแก่น ที่มีต่อธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา และสภาพการตลาด โดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ ได้แก่ระดับความเข้มข้นของการแข่งขัน อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ อุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน โดยผู้วิจัยจัดทำแบบ สัมภาษณ์ ดังนี้

2.1.1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และศึกษาข้อมูลจาก บริษัทพื้นที่

2.1.2 กำหนด และจัดทำคำถาม ที่ต้องการทราบจากการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถึงความถูกต้องของคำถาม ทั้งด้านเนื้อหาและความเหมาะสม ของการตั้งคำถาม ว่ามีความครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการ ศึกษาหรือไม่ และปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสมตาม คำแนะนำ

2.1.3 นำ แบบ สัม ภาษณ์ ที่ปรับปรุง แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้

2.1.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับ การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาทำการปรับปรุงแก้ไขตาม คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2.2 แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถาม ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ การจัดการแข่งขันกีฬาต่อ ปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การจัดการแข่งขัน กีฬา แบบสอบถามแบ่งออก เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้ บริการการจัดการแข่งขันกีฬาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็น ของผู้ตอบ แบบสอบถามต่อปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา ในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้าน ลักษณะทางกายภาพ ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามโดยมี ขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง และศึกษาข้อมูลจากบริบทพื้นที่ทำการ วิจัย

2. กำหนด และจัดทำคำถาม ที่ต้องการทราบจากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถึงความถูกต้องของคำถาม ทั้งด้านเนื้อหา และความเหมาะสมของการตั้งคำถาม ว่ามีความครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการศึกษาหรือไม่ และปรับปรุง ให้ถูกต้อง

3. นำ แบบ สอ บ ถาม ที่ปรับปรุงแล้วเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความ เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหา และภาษาที่ใช้

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับ การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาทำการปรับปรุงแก้ไขตาม

คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น ของเครื่องมือ (reliability) โดยการหาค่าโดยการหาค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยใช้สถิติของ Cronbach's alpha มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92

3. วิธีการดำเนินการจัดเก็บข้อมูล

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตลาดธุรกิจการจัดการ แข่งขันกีฬา

3.2 ทำหนังสือจากวิทยาลัยบัณฑิต เอเชียขอนแก่น เพื่อติดต่อประสานงานกลุ่ม ตัวอย่าง ที่เป็น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา และ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในจังหวัดขอนแก่น ที่มี การจัดการแข่งขันกีฬาในหน่วยงานเป็นประจำ เพื่อขอ สัมภาษณ์เชิงลึก และทำการสนทนากลุ่มย่อย

3.3 ดำเนินการนัดหมายการสัมภาษณ์ เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับตลาดธุรกิจการ จัดการแข่งขันกีฬา หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนใน จังหวัดขอนแก่น ที่มีการจัดการแข่งขันกีฬา ในหน่วยงาน เป็นประจำ จำนวน 9 คน ในประเด็น จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัญหา ของจังหวัดขอนแก่นที่มีต่อธุรกิจการ จัดการแข่งขันกีฬา และ วิเคราะห์สภาพตลาด โดยใช้ตัว แบบพลังผลักดัน 5 ประการ หลังจากได้ประเด็น จากการ สัมภาษณ์ กวีวิเคราะห์สรุปความคิดเห็นผู้รับการสัมภาษณ์

3.4 ตรวจสอบข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียง จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสรุปผลข้อมูลที่ได้รับ

3.5 ดำเนินการจัดสนทนากลุ่มย่อย ผู้ที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา หน่วยงาน ภาครัฐ และภาคเอกชนในจังหวัดขอนแก่น ที่มีการจัดการแข่งขัน กีฬาในหน่วยงานเป็นประจำ จำนวน 15 คน ในประเด็น สภาพตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัด ขอนแก่น ในเรื่องเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ ปัญหาของจังหวัดขอนแก่น ที่มีต่อธุรกิจการจัดการแข่งขัน กีฬา และวิเคราะห์ สภาพตลาดโดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ

3.6 ตรวจสอบข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียง จากการสนทนากลุ่มย่อย และสรุปผลข้อมูลที่ได้รับ

3.7 ทำหนังสือจากวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ขอนแก่น เพื่อขอความอนุเคราะห์ผู้ให้บริการ สนามกีฬา กลางจังหวัดขอนแก่น และผู้ให้บริการสนามกีฬา 50 มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อตอบแบบสอบถาม

3.8 ตรวจสอบข้อมูลจากแบบสอบถาม และสรุปประมวลผลข้อมูลที่ได้รับ



3.9 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด

โดยสาร วังภายในจังหวัดขอนแก่น เพื่อลดปัญหาการจราจร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 แบบ คือ

4.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อย จากกลุ่มตัวอย่างใช้คำถามที่เป็นแบบปลายเปิด (open-ended questions) โดยวิเคราะห์จากเนื้อหา (content analysis) ไป พร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัย

4.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ

การใช้แบบสอบถามในการถามข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมในการจัดการแข่งขันกีฬา และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น โดยจะเสนอผลการศึกษาเป็นค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการ วิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาพตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของจังหวัดขอนแก่น ที่มีต่อตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา วิเคราะห์สภาพตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลการตลาดต่อการตัดสินใจ ใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา มีผลดังต่อไปนี้

1. **ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน** โดยการวิเคราะห์ SWOT สภาพปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) และวิเคราะห์ ปัจจัยภายนอก (โอกาส และปัญหา) ของจังหวัดขอนแก่นที่มีต่อธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา สรุปได้ดังนี้ จุดแข็ง : จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีทั้งหน่วยงานของภาครัฐ ภาคเอกชนจำนวนมากและธุรกิจอื่น ๆ ที่เอื้อต่อ การจัดการแข่งขันกีฬาในรายการระดับจังหวัดระดับภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ มีระบบสาธารณูปโภคที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขันกีฬา เช่นมีสนามกีฬากลางจังหวัดขอนแก่น และสนามกีฬา 50 ปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้มาตรฐานเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคม มีสนามบิน สถานีรถไฟ เส้นทางการเดินทาง โดยมีการย้ายสถานีขนส่งแห่งที่ 3 แห่งใหม่ไปไว้ที่เทศบาลตำบลท้าวพระ ถนนมิตรภาพ มีรถบัสแอร์

แอด และเพื่อความสะดวกสามารถที่จะเชื่อมต่อการเดินทางในหลายจังหวัด ปัจจุบันมีการตลาดธุรกิจด้านที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร สถานบันเทิง เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก มีสถานศึกษาที่เปิดสอน เฉพาะทางด้านการศึกษา ทำให้มีบุคลากรที่มีความรู้เชี่ยวชาญในด้านการจัดการกีฬา มีสถาบันที่เปิดสอนในระดับอุดมศึกษาหลายแห่งที่ช่วยเอื้อในด้านทรัพยากรในการจัดการแข่งขันกีฬา โดยศูนย์กลางของสถาบันอุดมศึกษา คือ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสนามกีฬาที่มีความพร้อมในทุกชนิดกีฬา และประชาชนในจังหวัดขอนแก่นมีอัธยาศัยดี ส่วนของจุดอ่อน: จังหวัดขอนแก่นไม่มีการจัดการแข่งขันกีฬา ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดโดยตรง ยังไม่เห็นเป็นรูปธรรมที่มีความชัดเจน การประชาสัมพันธ์ในการจัดการแข่งขันกีฬาให้ประชาชนได้รับรู้ยังไม่ทั่วถึงในหลายชนิดกีฬา อาจเกิดจากการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และประชาชน อยากรแข่งขันฟุตบอลลีก ประชาชนในพื้นที่ให้ความสนใจในการเข้าชมการแข่งขันกีฬาน้อย อีกส่วนหนึ่งจุดอ่อนเรื่องการจัดการระบบข้อมูลสารสนเทศที่ดี ที่จะใช้ประกอบการพิจารณาการจัดการแข่งขันกีฬา สถานประกอบการในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของการจัดการแข่งขันกีฬาอยู่ในระดับน้อยขาดผู้สนับสนุนการแข่งขันกีฬาที่เป็นตัวหลัก และปัจจุบันเริ่มมีการแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติหลายรายการ เช่น กีฬาในระดับอุดมศึกษา กีฬาขอนแก่นมินิมาราธอนนานาชาติที่เริ่มเห็นมีการจัดเป็นประจำทุกปี จุดอ่อนพบว่าคนในท้องถิ่นมีทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย และยังขาดความกระตือรือร้น มีความขี้ขาย ซึ่งงานบริการพนักงานต้องกระตือรือร้น กล้าที่จะไปทักทายผู้มาใช้บริการโดยเฉพาะชาวต่างชาติ โอกาส: ภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนด้านการกีฬา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัจจุบันกระแสด้านกีฬากำลังได้รับความสนใจ ประชาชนสนใจเรื่องการดูแลสุขภาพมากขึ้น มีการขยายตัวของธุรกิจสนามกีฬาหญ้าเทียม ความต้องการจัดการแข่งขันกีฬา ของชุมชนมีเพิ่มมากขึ้นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นเพื่อเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะกีฬาขอนแก่นมาราธอนเพิ่มมากขึ้น และหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีความพร้อมด้านงบประมาณพอสมควรในการจัดการแข่งขันกีฬาต้องการความสะดวกสบายในการดำเนินงานจัดการแข่งขันกีฬา ในส่วนของ ปัญหา : แนวโน้มสภาพเศรษฐกิจในที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลง รายได้ของประชาชน มีน้อยลงทำให้อำนาจการซื้อน้อยลง ค่าครองชีพในจังหวัดขอนแก่นที่เริ่มสูงขึ้น ราคาที่ดิน และค่าเช่า

พื้นที่มีราคาสูง ไม่มีบริษัทรับจัดแข่งขันกีฬาที่ได้มาตรฐาน

เข้ามาดูแลอย่างต่อเนื่อง ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐที่จะผลักดัน และสนับสนุนให้จังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองกีฬาอย่างแท้จริงทั้งที่มีนโยบายการกีฬาแล้ว

2. การวิเคราะห์สภาพตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ตัวแบบ พลังผลึก 5 ประการสรุปได้ ดังนี้

2.1 ระดับความเข้มข้นของการแข่งขันของธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ยังไม่มีการแข่งขันกัน เนื่องจากยังไม่มีบริษัท ที่ดำเนินการให้บริการจัดการแข่งขันกีฬาโดยตรง เป็นการจัดการแข่งขันโดยเจ้าของสนามแข่งขัน หรือหน่วยงานของภาครัฐ และกลุ่มที่มีความชอบ ในชนิดกีฬาได้รวมกลุ่มกันจัดแข่งขันกีฬานอกจาก จังหวัดขอนแก่นยังไม่มีการจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่นที่มีความชัดเจน ในส่วนที่เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนคือการจัดการแข่งขันขอนแก่นมินิมาราธอนระดับนานาชาติ ส่วนกีฬาระดับแนวหน้าอื่นยังไม่เห็นอย่างเช่นจังหวัดภูเก็ต หรือจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีการจัดการแข่งขันกีฬาไตรเป็นประจำทุกปี

2.2 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง เนื่องจากธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาเป็นการจัดการกิจกรรม เพื่อประชาชน บางครั้งจะคำนึงถึงวัตถุประสงค์ และประสิทธิภาพของงานมากกว่าผลกำไร ผู้จัดการแข่งขัน บางครั้งก็จะจัดกิจกรรมการแข่งขันเพื่อประชาชน ผู้ใช้บริการจะมีอำนาจต่อรองมากขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด และมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวม

ปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด และมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการ	ระดับการตัดสินใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านบุคลากร	4.18	0.53	มาก
2. ด้านการจัดจำหน่าย	4.14	0.43	มาก
3. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.10	0.65	มาก
4. ด้านผลิตภัณฑ์ตราสินค้า	4.09	0.54	มาก
5. ด้านกระบวนการ	4.02	0.41	มาก
6. ด้านราคา	3.80	0.89	มาก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.28	0.78	ปานกลาง
โดยรวม	3.94	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด และมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.3 อุปสรรคในการเข้ามาของคู่แข่ง

รายใหม่ อุปสรรคของการแข่งขันรายใหม่ ถ้ามองในส่วนของธุรกิจที่รับจัดการแข่งขันกีฬามีอุปสรรค เนื่องจากผู้ดำเนินธุรกิจไม่ต้องลงทุนในทรัพย์สินถาวร อาศัย ทักษะและประสบการณ์การจัดการแข่งขันกีฬา และการมีพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ถ้ามองในส่วนของเจ้าของสนามหญ้าเทียมและสนามกอล์ฟ จะมีอุปสรรคและขวากหนามสกัดกั้นคู่แข่งที่สูงโดยสนามกอล์ฟ จะสูงกว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เนื่องจาก มีการลงทุนที่มากกว่า และใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก

2.4 อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบต่ำ

เนื่องจากธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายฝ่าย ทั้งเจ้าของสถานที่ ในการจัดการแข่งขัน กรรมการตัดสินกีฬา หน่วยงานที่อำนวยความสะดวกในการจัดการแข่งขัน การจัดการกิจกรรมพิธีเปิด พิธีปิดการแข่งขัน แต่ทุกส่วนมีความสัมพันธ์กันการตกลงกิจกรรมร่วมกัน อำนาจต่อรองจึงมีน้อย

2.5 ภัยคุกคามของสินค้าทดแทนต่ำ

เนื่องจากการแข่งขันกีฬา เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความรู้ และประสบการณ์ของผู้จัดการแข่งขันที่มองเป็นภัยคุกคาม ก็จะเป็นการที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดแข่งขันกีฬาตนเองไม่มีการจ้าง เช่น การแข่งขันกีฬาระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยขอนแก่น กีฬาเทศบาลนครขอนแก่น

3. ระดับปัจจัยที่ส่งผลทางการตลาด และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬา รายละเอียดตาม ตารางที่ 1

(\bar{X} = 3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปัจจัยที่ส่งผลมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจอยู่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อย ได้แก่ด้าน



บุคลากร ($\bar{X} = 4.18$) ด้านการจำหน่าย ($\bar{X} = 4.14$) และด้านผลิตภัณฑ์ตราสินค้า ($\bar{X} = 4.09$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.28$)

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพตลาดของธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาของจังหวัดขอนแก่น พบว่าจังหวัดขอนแก่นมีจุดแข็ง และมีโอกาสในการทำธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ดังนั้นจึงสามารถใช้กลยุทธ์เชิงรุกในธุรกิจนี้ได้ โดยการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง และโอกาสมาพิจารณาร่วมกันเพื่อที่จะนำมากำหนด เป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก จังหวัดขอนแก่นมีจุดแข็งคือ ความพร้อมในด้านสถานที่จัดการแข่งขันกีฬา และมีโอกาสคือนักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในการจัดการ เช่น การนำการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มาเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ จังหวัดได้มีการจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น หรือมุ่งในด้านธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และนอกจากจะมีการจัดการแข่งขันกีฬาแล้ว ก็มีกิจกรรมอื่นร่วมด้วย เช่น งานคอนเสิร์ตโดยให้นักกีฬาร่วมกับศิลปินที่มีชื่อเสียงแสดงร่วมกัน จังหวัดขอนแก่นยังไม่มีธุรกิจรับจัดการแข่งขันกีฬาโดยตรง ดังนั้น จึงไม่มีการแข่งขันกัน

2. เนื่องจากธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาเป็นการจัดการกิจกรรมเพื่อมวลชน จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีอำนาจต่อรองสูงธุรกิจที่รับจัดการแข่งขันกีฬามีอุปสรรค หรือปัญหาที่สกัดกั้นคู่แข่งรายใหม่ต่ำ เนื่องจากผู้ดำเนินธุรกิจไม่ต้องลงทุนในทรัพย์สินถาวรอาศัยทักษะ และประสบการณ์การจัดการแข่งขันกีฬา และการมีพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ในส่วนของเจ้าของสนามฟุตบอลหญ้าเทียม และสนามกอล์ฟ จะมีอุปสรรคและปัญหาการสกัดกั้นคู่แข่งสูงโดยเฉพาะสนามกอล์ฟจะสูงกว่าสนามฟุตบอลหญ้าเทียม เนื่องจากมีการลงทุนที่มากกว่า และใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก อำนาจต่อรองของผู้ที่เกี่ยวข้องมีน้อย เนื่องจากธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นธุรกิจที่ต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายฝ่าย การตกลงทำธุรกิจร่วมกัน ภัยคุกคามของสินค้าทดแทนมีน้อย เนื่องจากการแข่งขันกีฬา เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความรู้และประสบการณ์ของผู้จัดการแข่งขันที่จะเป็นสาเหตุในการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จ

3. การที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดการแข่งขันกีฬาตนเองไม่มีการว่าจ้างนักลงทุน ถือว่าเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

จัดการจัดแข่งขันกีฬาในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคลากร เป็นปัจจัยแรกที่ใช้บริการจะต้องคำนึงถึง เนื่องจากการจัดการแข่งขันกีฬาต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ มีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทำให้ผู้ใช้บริการต้องพิจารณาถึงความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการเป็นลำดับต้น ๆ ด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

สภาพตลาดของธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาใน จังหวัดขอนแก่นสามารถอภิปรายผลตามประเด็นสำคัญดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัญหา ของสภาพตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขัน กีฬา จังหวัดขอนแก่น จุดแข็งจังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งในด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มีความพร้อมสำหรับการจัดการแข่งขันกีฬา โดยมีสนามจัดการแข่งขันที่ได้ มาตรฐานอย่างสนามกีฬา จังหวัดขอนแก่น เป็นสนาม กีฬาที่มีขนาดความจุผู้เข้าชมได้จำนวนประมาณ 20,000 ที่นั่ง นอกจากนี้ ยังมีสนามกีฬาเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งเป็นสนามที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง สนามกีฬา 50 ปี ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และสนามกีฬาภาคเอกชน เช่น สนามกอล์ฟ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม จังหวัดขอนแก่น มีสถานศึกษาที่ให้ความรู้เฉพาะทางด้านกีฬา ได้แก่ โรงเรียนกีฬาจังหวัดขอนแก่น ที่ทำให้มีบุคลากรที่มีความรู้ และเชี่ยวชาญในการจัดการแข่งขันกีฬานอกจากนี้ ยังมีสถาบันการศึกษาในระดับ อุดมศึกษาทั้งของรัฐ และเอกชน มากถึง 8 แห่ง มีระบบสาธารณูปโภค ที่พร้อมสนับสนุนการจัดการ แข่งขันกีฬา มีธุรกิจอื่น ๆ ที่เอื้อต่อการจัดการแข่งขันกีฬา มีระบบคมนาคมที่สะดวก และได้ย้ายสถานีขนส่งที่มีความแออัดในตัวเมืองขอนแก่น ไปไว้ที่เทศบาลตำบลท่าพระ ถนนมิตรภาพ ทำให้การคมนาคมมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งทางบก และทางอากาศ จุดอ่อน พบว่าจังหวัดขอนแก่นปัจจุบัน มีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ทำให้ที่ดินมีราคาแพง ค่าครองชีพก็เริ่มสูงขึ้น มีการขยายตัวของพื้นที่ก่อสร้าง ทำให้ธุรกิจด้านการจัดการแข่งขันกีฬาบางชนิดไม่สามารถดำเนินการได้ จังหวัดขอนแก่นที่ผ่านมาการจัดกีฬาของจังหวัดจะเป็นการจัดกีฬาที่เป็นนโยบายของส่วนราชการ ยังไม่มีการจัดการแข่งขันกีฬาที่เป็น เอกลักษณะของจังหวัดที่มีการจัดเป็นประจำ ไม่ได้มีนักกีฬา นักแสดงที่มีชื่อเสียงของจังหวัด และของประเทศ ที่เป็นคนขอนแก่น มาร่วมการแข่งขันกีฬา เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้ผู้ชมการแข่งขันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็นนักกีฬา หรือดารา นักแสดงที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชน เมื่อได้มาร่วมกิจกรรมใด ๆ ก็จะได้รับ ความสนใจจากประชาชน สอดคล้องกับ (ชูระวี สุริยจันทร์, 2556)

ที่เขียนไว้ว่า ชนิดกีฬาที่จะจัดการ แข่งขัน ตลอดจนการจัดโปรแกรมการแข่งขันที่เราใจ ผู้เข้าแข่งขันที่มีฝีมือหากกีฬาที่จัดให้มีการแข่งขันนั้น เป็นที่ต้องการ และสนใจของสังคมนั้น ๆ เช่น กีฬาฟุตบอล ซึ่งปัจจุบันเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมจากเยาวชนและประชาชนอย่างมากมีนักกีฬาที่เยาวชน ชื่นชอบจนเป็นกระแส และหากสามารถเชิญนักกีฬา ที่มีชื่อเสียงระดับโลกเข้าร่วมการแข่งขัน ก็จะทำให้เป็นที่สนใจ และต้องการของผู้ดู และหากคู่แข่ง มีฝีมือที่ใกล้เคียงกัน ก็จะทำให้การแข่งขันมีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น เมื่อมีการจัดการแข่งขันกีฬา ก็จะได้รับ ความสนใจ และมีผู้เข้าชมการแข่งขันมาก ซึ่งทำให้ผู้จัดการแข่งขันได้รับความสะดวกต่อการหาผู้สนับสนุนหลัก (sponsor) โดยใช้ระบบธุรกิจ สิทธิประโยชน์ได้อย่างมีคุณภาพ และบุคคลเป็นส่วนสำคัญ ที่จะช่วยดึงดูดผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาให้เพิ่มมากขึ้นซึ่งในบางครั้งจำเป็นต้องใช้ผู้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และรู้จักของประชาชน เช่น ดารา นักแสดง เป็นสื่อบุคคลช่วยโฆษณาให้ในปัจจุบันการดำเนินงานทางด้านสื่อบุคคลเป็นไปอย่างกว้างขวางในทุกวงการ และได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุน นอกจากนี้การจัด แข่งขันกีฬาในจังหวัด มีการประชาสัมพันธ์น้อย ทำให้จำนวนผู้เข้าชมทำการแข่งขันน้อย ประชาชนในท้องถิ่น ถึงแม้จะเป็นคนที่ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่ไม่ค่อยกระตือรือร้น และขี้อาย ซึ่งเป็นอุปสรรคในงานบริการที่ต้องมีความกระตือรือร้น และต้องกล้าพูดทักทาย ลูกค้ำที่มารับบริการ โดยเฉพาะเมื่อเจอลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งต้องมีการอบรมและพัฒนาพนักงานให้มี service mind ซึ่งเป็นหัวใจหลักของบริการ ซึ่งพนักงานบริการทุกคนจำเป็นต้องมี เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาต้องพร้อมจะบริการรีบเดินออกไปต้อนรับ ซึ่งสอดคล้องกับ (สมชาติ กิจยรรยง, 2547) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติพนักงานบริการว่า ต้องรักงานบริการ รู้หน้าที่ มีความกระตือรือร้น อุดมคติเอาใจใส่มีปฏิภาณไหวพริบ ประสานงานเป็นเลิศ และมีน้ำใจงาม นอกจากนี้ทักษะการพูดภาษาต่างประเทศของคนในพื้นที่ ยังเป็นจุดอ่อนเนื่องจากมีชาวต่างชาติ มาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาดังนั้นความรู้และทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศจึงเป็นเรื่องสำคัญ และยังไม่มีจัดการระบบข้อมูลสารสนเทศที่ดีที่ เพื่อจะนำมาใช้ประกอบการพิจารณาการจัดการแข่งขันกีฬา โอกาส พบว่านโยบายของภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการกีฬา โดยมีการส่งเสริมการแข่งขันกีฬาอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับข้อมูลจากข้อมูล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) ที่ได้กำหนดโครงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ถือเป็นยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมด้านการกีฬา ส่งผลให้เยาวชนมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม เข้าร่วมการแข่งขันกีฬาในระดับต่าง ๆ ได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นและยัง

สอดคล้องกับ (ศิทัต วสุกรีทวีวัฒน์, 2553) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการบริหารของสนามกีฬาฟุตบอลหญ้าเทียมในร่วมสนาม S-ONE. จากผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพที่คาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม อยู่ในระดับมาก และคุณภาพตามความเป็นจริงของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม อยู่ในระดับปานกลาง 2) การจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพบริการ ธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม พบว่าความต้องการจำเป็นที่ต้องการปรับปรุงมากที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ด้านบริการอำนวยความสะดวก ด้านราคาการชำระเงินและส่งเสริมการขาย ด้านความเชื่อมั่นในการทำ หน้าที่ และพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ประจำสนาม ด้านความสะดวกในการเข้าถึง และด้านความ เชื่อถือ/ความไว้วางใจในการจัดระบบการจัดการสนาม ตามลำดับ 3) แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียม ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสนาม ให้มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นสัดส่วนสวยงาม และส่วนที่ส่งผลดีกับจังหวัดขอนแก่น ที่มีจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาขึ้นด้วย เนื่องจากเป็นจังหวัดได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการเดินทางมาเที่ยวชมธรรมชาติทางด้านวัฒนธรรม ศาสนา รวมถึงพฤติกรรมอันมีเมตริจิตร์ ของคนเมืองหมอบแคนแดนดอกคูณ และสนามรอบบึงแก่นนคร ที่เป็นปอด ด้านสุขภาพของเมืองขอนแก่น ก็มีประชาชนที่สนใจเรื่องการดูแลสุขภาพ มาออกกำลังกายมากเพิ่มขึ้น การแข่งขันกีฬาหลายชนิดได้รับความนิยมจากประชาชนจนเกิดเป็นกระแส จากที่หลายปีที่ผ่านมาสภาพเศรษฐกิจที่ขยายตัว ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านการกีฬาขยายตัวตามไปด้วย ทั้งธุรกิจเกี่ยวกับศูนย์ออกกำลังกายฟิตเนส สนามกอล์ฟ สนามฟุตบอลหญ้าเทียม ธุรกิจอุปกรณ์การออกกำลังกาย ธุรกิจ เสื้อผ้ากีฬา ปัจจุบันธุรกิจสนามฟุตบอลหญ้าเทียมในจังหวัดขอนแก่น มีไม่น้อยกว่า 15 แห่ง และสนามกอล์ฟ มีไม่น้อยกว่า 5 แห่ง นโยบายภาครัฐในการสนับสนุน การสร้างระบบสาธารณูปโภคในจังหวัดขอนแก่น เช่น การขยายสถานีขนส่ง การสร้างสถานีขนส่งแห่งใหม่ที่เทศบาลตำบลท่าพระ ถนนมิตรภาพ จังหวัดขอนแก่น นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชน ก็เป็นเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของตลาดธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น และการสื่อสารรูปแบบใหม่ ทำให้เป็นประโยชน์ต่อวงการกีฬา เช่น รับชมกีฬาผ่านระบบมือถือ การดูการแข่งขันกีฬาย้อนหลัง การใช้แอปพลิเคชัน ในการ



ออกกำลังกาย การวิเคราะห์ สรีระ การเก็บประวัติสุขภาพ และการออกกำลังกาย และการเล่นกีฬาให้เหมาะสมกับลักษณะของบุคคล ค่าจ้างแรงงานของจังหวัดขอนแก่น เมื่อเทียบกับจังหวัดภูเก็ต ค่าแรงงานในจังหวัดขอนแก่นจะถูกกว่า และค่าครองชีพของจังหวัดขอนแก่นถูกกว่าจังหวัดภูเก็ตอีกด้วย อุปสรรค พบว่าแนวโน้มปัจจุบัน และในอนาคตสภาพ เศรษฐกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตที่ลดลง อาจส่งผลกระทบต่อการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ ที่ลดลงไปด้วย รวมทั้งการลงทุนของภาคธุรกิจจังหวัดขอนแก่น และอาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง รายได้ของประชาชนในพื้นที่ลดลง มีผลต่อการนำเงินมาจับจ่ายใช้สอย ในการซื้อสินค้า ในภาคธุรกิจบริการด้วย ปัจจุบันค่าครองชีพในจังหวัดขอนแก่นเริ่มสูงขึ้น เมื่อเทียบกับจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยกัน ถึงแม้ว่าเมื่อเทียบกับจังหวัดใหญ่ ๆ อย่างกรุงเทพฯ หรือนครราชสีมาค่าครองชีพของจังหวัดขอนแก่นจะต่ำกว่า จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีคนจากจังหวัดอื่น ๆ เดินทางมาท่องเที่ยว โดยมองเห็นว่าเป็นจังหวัดที่มีความปลอดภัยในทุกด้าน และนำมาท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจังหวัดขอนแก่นได้มีการรณรงค์ในเรื่องของความเป็นวัฒนธรรมของจังหวัดโดยส่งเสริมกิจกรรม ประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นเป็นประจำ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ความเข้มแข็งของประชาชนในจังหวัด และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของทางจังหวัดอีกช่องทางหนึ่งด้วย

2. ผลการวิเคราะห์สภาพตลาดธุรกิจการจัดการ แข่งขันกีฬาจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ตัวแบบพลังผลักดัน 5 ประการ จากการวิเคราะห์สภาพการตลาดธุรกิจ การจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น ในส่วนของธุรกิจที่ดำเนินจัดการแข่งขันกีฬาโดยตรง ยังไม่มีการแข่งขันกันมากนัก เนื่องจากยังไม่มีการดำเนินการ ด้านนี้โดยตรง ถือว่าเป็นช่วงแนะนำตลาด ซึ่งต้องใช้เวลาในการสร้าง และแนะนำให้ผู้ใช้บริการเกิด ความสนใจหรือเปรียบเทียบกับกลุ่มนำเสนอที่ยังไม่รู้วาทิศทางการเจริญเติบโตจะเป็นอย่างไร ซึ่งตลาดมีแนวโน้มการเติบโตขึ้นอยู่กับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดว่าจะทำให้เข้าสู่ตลาดได้หรือไม่ ซึ่ง (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548) ได้กล่าวว่ากลุ่มนำเสนอ (question mark) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่ส่วนแบ่งการตลาดต่ำ มักเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ในช่วงแนะนำหรือเพิ่งเริ่มเข้าสู่ตลาด บริษัทต้องกำหนดระยะเวลาการทำตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ให้ชัดเจน ธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นการจัดการกิจกรรมเพื่อมวลชน จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีอำนาจต่อรองสูง อุปสรรคหรือ ขวากหนามสกัดกั้นคู่แข่งรายใหม่ต่ำ เนื่องจากผู้ดำเนินธุรกิจไม่ต้องลงทุนในทรัพย์สินถาวร อาศัยทักษะและประสบการณ์การจัดการ

แข่งขันกีฬาและการมีพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ในส่วนของเจ้าของสนามหญ้าเทียมและสนามกอล์ฟ จะมีอุปสรรคและขวากหนามสกัดกั้นคู่แข่งชั้นสูง โดยเฉพาะสนามกอล์ฟจะสูงกว่าสนามหญ้าเทียม เนื่องจากมีการลงทุนที่มากกว่า สอดคล้องกับ (สมนึก จันทรประทีป, 2544) ที่ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่ของความง่าย ในการเข้ามาในอุตสาหกรรม เช่น เป็นสิ่งที่จะง่ายที่จะทำการเปิดร้านขายเสื้อผ้าผ่านกีฬา และอุปกรณ์การกีฬาใหม่ แต่เป็นสิ่งที่ยากที่จะเข้าไปสู่ธุรกิจสนามกอล์ฟขนาดใหญ่เป็นต้น ขวากหนามสกัดกั้นต่างๆ ในการเข้ามาในอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ ความต้องการ เงินทุนสูง ความประหยัดเนื่องจากขนาด (economies of scale) ความต้องการด้านสิทธิบัตร เทคโนโลยีที่ตึง และวัตถุดิบที่หายาก หรือช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ รวมทั้งความมีชื่อเสียง ธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายฝ่าย การตกลงกิจกรรมร่วมกัน ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน มีน้อยเนื่องจากการแข่งขันกีฬาเป็นกิจกรรมที่ต้อง ใช้ความรู้ และประสบการณ์ของผู้จัดการแข่งขันที่มองเป็นภัยคุกคาม ก็จะเป็นการที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดแข่งขันกีฬาตนเองไม่มีการจ้าง และสอดคล้องกับ (กนิษฐา เกิดฤทธิ์, 2561) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ จากผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเข้าใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬา พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ที่สุด ตามด้วยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย 2) แรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเข้าใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬา พบว่าผู้บริโภคมีแรงจูงใจด้านเหตุผลมากที่สุด ตามด้วยด้านอารมณ์ 3) การตัดสินใจการตัดสินใจเข้าใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬา พบว่าผู้บริโภคมีการตัดสินใจด้านการรับรู้ถึงปัญหามากที่สุด ตามด้วยด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการตัดสินใจเข้าซื้อผลิตภัณฑ์ 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 4.1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการจัดการแข่งขันจัดการกีฬา ด้านผลิตภัณฑ์ เท่านั้นที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเข้าใช้บริการจัดการแข่งขันกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการจัดการแข่งขันกีฬา ประชาชนมองเห็นว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัว และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศอย่างมาก โดยปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้รับความสนใจจากทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันโดยการท่องเที่ยวและกีฬาจึงมีการเชื่อมโยงสอดคล้องกันซึ่งมีลักษณะของ

ธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้องมีความคล้ายคลึงกัน เช่น ที่พัก การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวและกิจกรรม และอาหาร โดยปัจจัยเหล่านี้จะสามารถสร้างอาชีพและกลุ่มธุรกิจของท้องถิ่นและชุมชนเพิ่มขึ้นมาเป็นแนวทางใหม่ เช่น ผู้วางแผน การท่องเที่ยว เชิงกีฬาผู้ประกอบการทัวร์กีฬา เจ้าของสถานที่เล่น หรือจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา ร้านขายอุปกรณ์กีฬา ร้านอาหารประเภทต่างๆ และเครื่องดื่ม

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับมากโดยปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ (ภูมิ เกตุคำ, 2558) เรื่องส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้สนามกอล์ฟในจังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ในระดับมาก ด้วยในการจัดการธุรกิจในยุคปัจจุบัน ต้องคำนึงถึงการวางแผนด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับ (ธนศ ยุคันตวนิชชัย, 2553) ได้กล่าวว่า เนื่องจากมีการลงทุนที่มากกว่า สอดคล้องกับ (สมนึก จันทรประทีน, 2544) ที่ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่ของความง่าย ในการเข้ามาในอุตสาหกรรม เช่น เป็นสิ่งที่ย่ง่ายที่จะทำการเปิดร้านขายเสื้อผ้า นักกีฬา และอุปกรณ์การกีฬาใหม่ แต่เป็นสิ่งที่ยากที่จะเข้าไปสู่ธุรกิจสนามกอล์ฟขนาดใหญ่ เป็นต้น ขวากหนาม สก๊อตกันต่าง ๆ ในการเข้ามาในอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ ความต้องการ เงินทุนสูง ความประหยัด เนื่องจากขนาด (economies of scale) ความต้องการด้านสิทธิบัตร ทำเลที่ตั้ง และวัตถุดิบที่หายาก หรือช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ รวมทั้งความมีชื่อเสียง ธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายฝ่าย การตกลงกิจกรรมร่วมกัน ภัยคุกคามของสินค้าทดแทน มีน้อย เนื่องจากการแข่งขันกีฬาเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความรู้ และประสบการณ์ของผู้จัดการแข่งขัน ที่มองเป็นภัยคุกคาม ก็จะเป็นการที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดแข่งขันกีฬาตนเองไม่มีการจ้าง (ชูระวี สุริยจันทร์, 2556) ที่กล่าวว่าไว้ว่าการนำหลักการตลาด 8P+5C เข้ามาประกอบในการจัดการแข่งขันกีฬา เพื่อที่จะทำให้การบริหารจัดการแข่งขันกีฬาบรรลุเป้าประสงค์และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยกล่าวถึง product ผลิตภัณฑ์ หรือชนิดกีฬาที่จัดการแข่งขันชนิดกีฬาที่จะจัดการแข่งขันตลอดจนการจัดโปรแกรมการแข่งขันที่เราใจ ผู้เข้าแข่งขันที่มีฝีมือ หากกีฬาที่จัดให้มีการแข่งขันนั้นเป็นที่ต้องการและสนใจของสังคมนั้น ๆ price ราคาในการซื้อบัตรเข้าชมที่มีความเหมาะสม คุ่มค่า place สถานที่จัดการ

แข่งขัน จะต้องมีความเหมาะสมในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการเดินทาง หากสามารถจัดอยู่ในแหล่งชุมชน ที่สามารถเดินทาง เข้าชมได้สะดวกไม่ไกลเกินไป promotion การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดรายการแข่งขันให้ประชาชนได้รับทราบ politics กลยุทธ์ทางการเมือง หากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่สำคัญ ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน จะทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ ได้รับความสะดวก public opinion ประชาชนติในการดำเนินการจัดการแข่งขันที่เป็นที่นิยมของคน people บุคคลเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยดึงดูดผู้เข้าชมการแข่งขันกีฬาให้เพิ่มมากขึ้นและ period ช่วงเวลาของการ ดำเนินงานในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานจัดการแข่งขันกีฬา เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จัดการแข่งขันจะต้องพิจารณาให้เหมาะสมตามหลัก 5C ดังนี้ consumer ความต้องการของคนดู cost ต้องคุ้มค่าใช้จ่ายในการผลิตให้อยู่ในวงเงิน convenience ต้องอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ดูให้ได้ประโยชน์สูงสุด communication ต้องมีการสื่อสารกับผู้ชมตลอดและ competency ต้องใช้ทรัพยากรให้เต็มความสามารถ ในส่วนของอำนาจ ประสิทธิภาพต่าง ๆ จะต้องมีความรู้ที่กว้างขวางของผู้จัดการแข่งขันกีฬา เป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้รายการแข่งขันที่จัดได้รับการตอบรับการเพิ่มจำนวนผู้สนใจเข้าชมกีฬาในแต่ละประเภทที่เป็นรายการใหญ่ ๆ ได้เช่นเดียวกัน อาจเนื่องมาจากจังหวัดขอนแก่นได้มีแผนยุทธศาสตร์ด้านการกีฬาในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ที่เป็นการแข่งขันระดับนานาชาติได้รับมาตรฐานสากลอย่างการแข่งขันทบนาธานานาชาติได้รับการรับรองจากองค์การมาราธอน นานาชาติ (AIMS) และจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 16 ตั้งแต่ปี 2547 และผู้บริหารจังหวัดขอนแก่น ภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขัน จะยกระดับมาตรฐานขอนแก่นมาราธอนนานาชาติสู่ศูนย์กลางจัดการแข่งขันมาราธอนมาตรฐานสากลแห่งภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Marathon Majors) และจะยกมาตรฐานสู่ระดับ World Marathon Majors ต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1.1 จากการศึกษาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัญหาของจังหวัดขอนแก่น เกี่ยวกับธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬาในจังหวัดขอนแก่น พบว่าจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ สูงมีความพร้อม มีจุดแข็งและโอกาสมากสำหรับธุรกิจการจัดการแข่งขันกีฬา ซึ่งผู้ประกอบการด้านนี้ต้องใช้กลยุทธ์เชิงรุก ไม่ว่าจะ



การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือจัดการแข่งขันกีฬา
ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ

1.2 จากการวิเคราะห์สภาพตลาด โดยใช้ตัว
แบบพลังผลักดัน 5 ประการ พบว่าในส่วนของธุรกิจ ที่
ดำเนินการจัดการแข่งขันกีฬาโดยตรงในจังหวัดขอนแก่นยัง
ไม่มีซึ่งถ้ามีธุรกิจที่เข้ามาดำเนินการในการจัดการแข่งขัน
กีฬาที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดขอนแก่น การจัดการ
แข่งขันแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะมีโอกาสในการสร้าง
มูลค่าได้ เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ และมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
สนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการ
กีฬา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนสู่การเป็นนักกีฬาอาชีพ
ในจังหวัดขอนแก่น

2.2 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ
บริหารจัดการแข่งขันกีฬา ในจังหวัดขอนแก่น

เอกสารอ้างอิง

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555).
ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ : กระทรวงการ
ท่องเที่ยวและกีฬา.
2. กนิษฐา เกิดฤทธิ์ (2561) ปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ.
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏ. 3(3) : 7-83.
3. การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2560). แผน
ยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย (2560-
2564). สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2560, จาก
[http://www.senate.go.th/w3c/senate/pic
tures/comm/51/sport%20science/050.p
df](http://www.senate.go.th/w3c/senate/pictures/comm/51/sport%20science/050.pdf).

4. ชุระวี สุริยจันทร์. (2556). การจัดการแข่งขัน
กีฬา. สถาบันการพลศึกษา. กรุงเทพฯ : นิบุญ
จำกัด.
5. ธเนศ ยุคันตวนิชชัย. (2553). **ขับเคลื่อนกีฬา
ด้วย “SPORTS MARKEING”**. กรุงเทพฯ :
1688 มีเดีย.
6. ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). **หลักการตลาด.**
กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
7. ภูมิ เกตุคำ. (2558). **ส่วนประสมทางการตลาด
ที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้นามกอล์ฟใน จังหวัด
ปทุมธานี**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยปทุมธานี. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัย
ปทุมธานี.
8. ศิทัต วสุเกียรติวานิชย์. (2553). **การพัฒนา
คุณภาพการบริหารของสนามกีฬาฟุตบอล
หญ้าเทียมในร่วมสนาม S-ONE**. วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม
และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
9. สมชาติ กิจยรรยง. (2547). **ยุทธวิธีบริการครอง
ใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ : เอ็มไอทีคอนซัลติง จำกัด.
10. สมนึก จันทระประทีน. (2544). **การวิเคราะห์การ
แข่งขันในตลาด**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช.