

ประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณีการส่งเสริมกีฬาอล์ฟ

MANAGEMENT EFFECTIVENESS OF THE TOURISM AUTHORITY
OF THAILAND : THE PROMOTION OF GOLF

อดิเรก เยี่ยมบุญญา¹ รศ.ดร.ประสิน โสภณบุญ² และผศ.ดร.เอกพร รักความสุข³
Adirek Yeambunya¹, Assoc. Prof. Dr.Prasin Sophonboon², and Asst. Prof.
Dr.Ekkaporn Rakkwamsuk³

¹ หลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
กรุงเทพฯ

² หลักสูตร A.B. (Business(Plam)), M.S.(Ecomonics), So. Illinois U., U.S.A., Ph.D. (Political
Econ.), Claremont Grad. University, U.S.A.

³ หลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
กรุงเทพฯ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณี
การส่งเสริมกีฬาอล์ฟ” นี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอยู่ 3 ประการ

1. เพื่อศึกษานโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงกีฬาอล์ฟ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงกีฬาอล์ฟ

การศึกษาในหัวข้อเน้นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจาก
ประสิทธิผล การบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีการส่งเสริมกีฬาอล์ฟ
ภายหลังที่ ททท. ได้นำแนวคิดการพัฒนาภาครัฐแนวใหม่มาใช้และการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวโดยกำหนดประเด็นปัญหาของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีการแปร
มโนทัศน์ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตีความหมายของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งมีข้อค้นพบ
4 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารโดยนำแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา และบริหารงานแบบบูรณาการ
2. ประชาชนมีความพึงพอใจในการบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่าการที่ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วม และรับทราบถึงข้อปัญหาและความต้องการ
4. ประสิทธิภาพของการบริหารของผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการประสานงานที่ดีกับภาคเอกชนและสมาคมกอล์ฟต่างๆ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ให้ความสนใจกีฬา กอล์ฟ สอดคล้องกับเป้าหมายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ABSTRACT

This qualitative research had the objectives to study: first, to study the government policy on promoting golf, second, to study the problems the way of standing in promoting travel industry in golf sport, and thirdly, to study the factors affecting policy making of promoting travel in Thailand by using golf.

The Qualitative Research explains event concerning Management Effectiveness of the Tourism Authority of Thailand: the Promotion of golf. After the Tourism Authority of Thailand used the New Public Management Development theory and traveling promotion by focusing on the problem. The research findings were as follows: First the Tourism Authority of Thailand should add more administrative efficiency by using the New Public Management theory, brain storming and integrate administration. Second People were satisfied wish administration on of the Tourism Authority of Thailand. Third, People took park in administration of the Tourism Authority of Thailand. The private sector's participation and the unfolded the problems needs. Forth the Tourism Authority of Thailand's administrative efficiency could be seen in a good coordination with private sector and golf club. Also, people were interested in the golf according to the traveling promotion targets.

คำสำคัญ

ประสิทธิผล การท่องเที่ยว การส่งเสริม กีฬา กอล์ฟ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกีฬาอล์ฟได้กลายมาเป็นกีฬาอีกชนิดหนึ่งที่มีผู้นิยมเล่นกันอย่างกว้างขวาง และเป็นกีฬาที่ผู้คนทั่วโลกให้การยอมรับ โดยนับเป็นกีฬาเพียงชนิดเดียวที่สามารถพูดได้ว่าเปี่ยมอรรถประโยชน์มากมาย มากกว่าการออกกำลังกายโดยทั่วไป เพราะนอกจากจะเป็นการออกกำลังกายแล้ว ผู้ที่เล่นอล์ฟยังสามารถใช้เป็นเวลาในการพักผ่อนหย่อนใจได้เป็นอย่างดี เพราะสนามที่ใช้เล่นนั้นจะมีบรรยากาศอันงดงามและมีอากาศบริสุทธิ์สดชื่น ประกอบกับในช่วงเวลาระหว่างรอยังสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการประกอบธุรกิจการงานได้อีกด้วย ซึ่งปัจจุบันนักธุรกิจส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติกันเช่นนี้ จนอาจจะกล่าวได้ว่า สนามอล์ฟนั้นถือเป็นห้องประชุมนอกสถานที่ และนับเป็นห้องประชุมธรรมชาติขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์รวมของนักธุรกิจทั่วไป ส่งผลให้นักธุรกิจจำนวนมากที่ไม่เคยเล่นอล์ฟก็ต้องหันมาฝึกเล่น เพื่อที่จะได้เข้าถึงนักธุรกิจที่จะติดต่อด้วยได้ง่ายขึ้น ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการติดต่อธุรกิจกับนานาชาติ และเป็นอีกประเทศหนึ่งที่นักธุรกิจชาวต่างชาติให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจ ซึ่งสถานที่ประกอบธุรกิจนั้นนอกจากจะเป็นที่ทำงานแล้วสนามอล์ฟก็เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน จากการได้เล่นอล์ฟในสนามของประเทศไทย ส่งผลให้สนามอล์ฟของไทยกลายเป็นที่รู้จักและชื่นชอบของนักธุรกิจที่เป็นนักกอล์ฟชาวต่างชาติ ส่งผลให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก อีกทั้งยังมีหน่วยงานหนึ่งให้การสนับสนุนในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สนามอล์ฟไทยให้ชาวต่างชาติได้ทราบหน่วยงานนั้นก็คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั่นเอง ส่งผลให้นักกอล์ฟต่างชาติสนใจที่จะเข้ามาเล่นกอล์ฟพร้อมๆ ไปด้วยกับท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศไทยในช่วงเวลาวันหยุด แล้วเวลาผ่านไปไม่นานสนามอล์ฟไทยก็เป็นที่รู้จักและเป็นที่สนใจของชาวต่างชาติจนก่อให้เกิดธุรกิจแนวใหม่ขึ้น คือ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟนี้ เป็นนโยบายที่ประเทศต่างๆ ก็ให้การส่งเสริมเช่นกัน จากการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอล์ฟของโลกในปี 2550 พบว่า สัดส่วนของนักกอล์ฟซึ่งมีภูมิลำเนาในพื้นที่อเมริกาเหนือมีจำนวนมากที่สุด คือ ประมาณร้อยละ 58 ของนักกอล์ฟทั้งหมดในโลก รองลงมาเป็นนักกอล์ฟชาวเอเชีย มีจำนวนประมาณ ร้อยละ 24 ทั้งนี้ชาวยุโรปเล่นกอล์ฟเพียงร้อยละ 12 สำหรับกลุ่มประเทศโอเชียเนีย อเมริกาใต้ และแอฟริกาใต้ มีจำนวน

นักกอล์ฟรวมกันประมาณร้อยละ 6 ของนักกอล์ฟทั้งหมด เฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา เพียงประเทศเดียว มีจำนวนสนามกอล์ฟประมาณ 16,000 สนาม นับเป็นจำนวนประมาณ ครึ่งหนึ่งของสนามกอล์ฟทั่วโลก และมีนักกอล์ฟประมาณไม่น้อยกว่า 27 ล้านคน ส่วนใน เอเชียมีนักกอล์ฟประมาณ 18 ล้านคน เฉพาะญี่ปุ่นประเทศเดียวมีจำนวนนักกอล์ฟถึง ประมาณ 13 ล้านคน และคาดว่าจะมีจำนวนนักกอล์ฟเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7 ในแต่ละ ปี ซึ่งนับได้ว่าเป็นตลาดที่มีผู้บริโภคกำลังซื้อสูง และมีจำนวนมหาศาล เมื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาดของนักท่องเที่ยวยุโรปและ เอเชีย-แปซิฟิก เป็นถิ่น พำนักของนักท่องเที่ยวยุโรปส่วนใหญ่ในโลก โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 42.1 และ 23.7 ตามลำดับ รองลงมาเป็นอเมริกา จำนวนประมาณร้อยละ 23.7 ส่วนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง และแอฟริกา มีจำนวนเล็กน้อยรวมกันประมาณร้อยละ 7 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด นักทัศนจรส่วนใหญ่มาจากพื้นที่อเมริกา เอเชีย และยุโรป ซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งมีจำนวน นักกอล์ฟจำนวนมาก ซึ่งหากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างจริงจังแล้ว จำนวนนักทัศนจรที่เดินทางเข้ายังประเทศไทยย่อมจะทวีจำนวนมากขึ้น และใน ขณะเดียวกันก็จะใช้จ่ายมากขึ้นด้วย ในอดีตเมื่อประมาณ 20 ปีก่อน ประเทศไทยได้เริ่ม สร้างมาตรฐานในการเล่นกีฬาทุกชนิดทั้งในด้ายกายภาพอันได้แก่ สนามฝึกซ้อม สนามแข่ง ขัน ฯลฯ และทางด้านการพัฒนาตัวนักกอล์ฟ นับเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างรายได้จากกีฬา กอล์ฟเป็นครั้งแรก นอกจากการเล่นเป็นกีฬาในวงจำกัดของชนชั้นสูงนับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นต้นมา ในปัจจุบันจากสนามกอล์ฟจำนวนประมาณ 250 สนาม มีประมาณ 60 สนาม ที่มีมาตรฐานสากลและในจำนวนนี้มีจำนวนถึง 15 สนามซึ่งมีคุณภาพสูงสุดในโลก

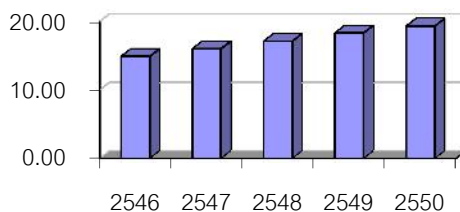
ตารางที่ 1 แสดงประมาณการนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย
พ.ศ.2546–2550

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว ต่างประเทศ (ล้านคน)	ประมาณการ รายได้ (แสนล้านบาท)	จำนวน นักท่องเที่ยว ประเทศ (ล้านคน)	ประมาณการ รายได้ (แสนล้านบาท)
2546	11.7	3.84	63.3	3.24
2547	12.6	4.55	65.2	3.42
2548	13.5	5.17	67.3	3.61
2549	14.5	5.85	69.3	3.80
2550	15.3	6.68	71.3	4.01

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. กีฬาอีสปอร์ตมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มียุทธศาสตร์ในการส่งเสริมกีฬาอีสปอร์ตและมีการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์เหล่านั้นอย่างไร
3. เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีหลักการและแนวความคิดอย่างไร รวมทั้งประสิทธิผลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตอยู่ในระดับใด
4. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตที่ ททท. จะต้องดำเนินการต่อไปเป็นอย่างไร



ภาพที่ 1 แสดงอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวไทยตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2550)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในแง่ขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาสัมภาษณ์นักกอล์ฟ และนักท่องเที่ยวในเรื่องการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กราฟศึกษาการส่งเสริมการแข่งขันกีฬา กอล์ฟ
2. ในแง่ขอบเขตของผู้ให้ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลกำหนดขอบเขตตามสนามแข่งขัน และสมาคมกอล์ฟ ได้แก่ นักกอล์ฟ และนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเลือกผู้ที่มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการแข่งขันและผู้มีประสบการณ์ในเรื่องกอล์ฟ
3. ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาไว้ว่า ในการศึกษาเรื่องการแข่งขันกีฬา กอล์ฟโดยทำการศึกษากระบวนการและขั้นตอนของนักกอล์ฟ และนักท่องเที่ยวในการส่งเสริมการแข่งขันกอล์ฟกำหนดระยะเวลาในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2556 เท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทฤษฎีและแนวความคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการกีฬา
2. ทำให้ทราบถึงนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยกีฬา กอล์ฟ
3. สามารถเสนอแนะแนวทางในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กอล์ฟ เพื่อให้ นักกอล์ฟและนักท่องเที่ยว รู้ถึงการเดินทางเข้ามาเล่นกีฬา กอล์ฟในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณีศึกษา การส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยใช้แนวทางแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) มีจุดมุ่งหมายเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริม

กีฬากอล์ฟ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ทัศนคติและวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ในบทนี้จะอธิบายถึงการออกแบบวิจัย (research design) การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) การเก็บรวบรวมข้อมูล (data collection) การแปลงมโนทัศน์ (operation of concepts) การจัดระบบข้อมูล (data organization) การวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล (data analysis and data triangulation)

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ 4 วิธี ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบไม่เป็นทางการ โดยผู้วิจัยใช้ประเด็นคำถามกว้าง ๆ มีลักษณะใช้แนวคำถามไปสู่การสนทนา และมีลักษณะร่วมสนทนาในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลบอกหรือเล่าให้ฟังในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามประเด็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬากอล์ฟ

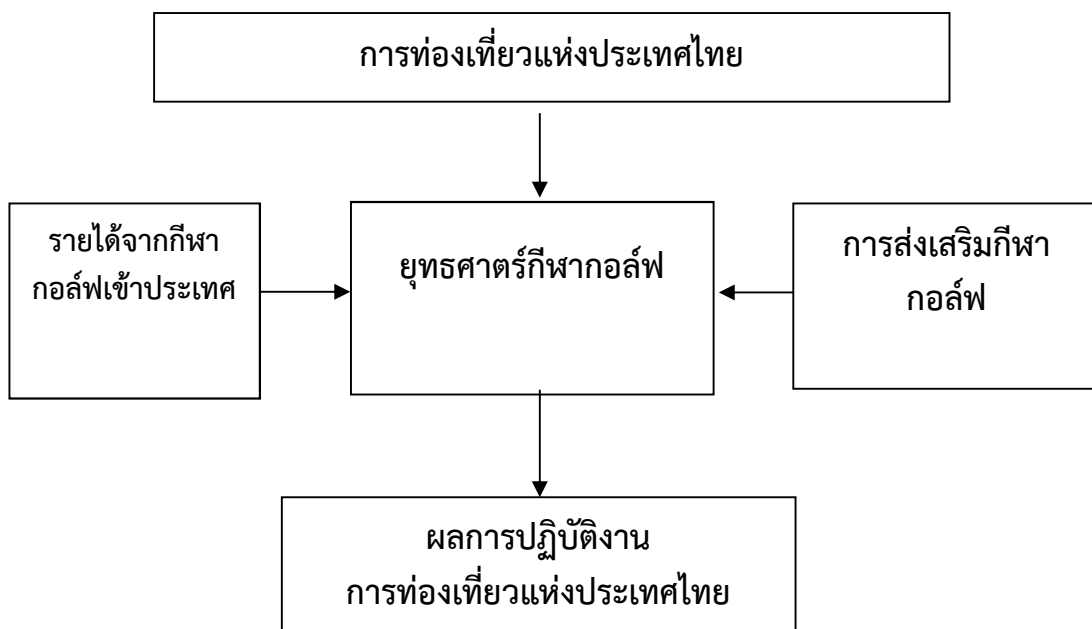
2. การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เป็นการศึกษาประสบการณ์ที่สมาชิกชมรมกอล์ฟ และนักท่องเที่ยวโดยมีประเด็นสำหรับสนทนาตามคำถามการวิจัย วิธีการวิจัยลักษณะเน้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่ม (Morgan, 1988) โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสนทนา (moderator) ผู้วิจัยใช้วิธีการนี้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬากอล์ฟ

3. การสังเกตการณ์ (observation) การวิจัยนี้ใช้ทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) ประสิทธิภาพผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬากอล์ฟ

4. การศึกษาเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับการส่งเสริมกีฬากอล์ฟ ข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้วิเคราะห์ตรวจสอบข้อมูลร่วมกับการเก็บข้อมูล 2 วิธีแรกที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬากอล์ฟเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้การจัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวกลุ่มกอล์ฟมีประสิทธิภาพ และมีฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องมีการศึกษา วิเคราะห์พฤติกรรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแผนตลาดเชิงรุก ทั้งแผนตลาดโดยรวมและแผนตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่เข้มข้นได้อย่างถูกต้อง และยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ออกไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาในบทนี้ได้นำเสนอแนวคิดต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ประสิทธิภาพผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ แสดงดังภาพ



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ประสิทธิภาพผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้เข้าถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ ภายหลังจากที่ได้มีการศึกษา การนำแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่มาปรับใช้ โดยกำหนดประเด็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีการแปลงมโนทัศน์และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตีความหมายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีข้อค้นพบในการวิจัยทั้ง 4 ข้อ อันได้แก่

1. เพื่อทราบทฤษฎีและแนวความคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการกีฬา พบว่า ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา กอล์ฟจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญในการผลักดันให้กีฬา กอล์ฟเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะต้องประกอบด้วยรัฐบาล ข้าราชการ พรรคการเมือง สมาคมและชมรมกอล์ฟต่างๆ ในการส่งเสริมอย่างจริงจังโดยมีกระบวนการ

กำหนดนโยบายอย่างจริงจัง ซึ่งมีงบประมาณในการปฏิบัติหน้าที่อย่างเพียงพอ โดยมีกลุ่มชนชั้นนำที่สนใจกีฬาฮอกกี้ เช่น นักธุรกิจ นักการเมือง เข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันการส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาฮอกกี้ รวมทั้งเหตุผลของการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬาฮอกกี้

2. เพื่อทราบนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยกีฬาฮอกกี้ พบว่า รัฐบาลสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะกีฬาฮอกกี้ในลักษณะที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่ให้ทั่วโลกยอมรับถึงศักยภาพความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามระบบโครงสร้างการทำงาน ที่จะต้องเกิดจากรัฐบาลที่จะต้องเป็นผู้นำในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวให้เห็นเป็นรูปธรรมในการให้ภาคส่วนอื่นนำไปปฏิบัติตาม

3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนานโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฮอกกี้ เพื่อให้ นักฮอกกี้ และนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาเล่นกีฬาฮอกกี้ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พบว่าการพัฒนานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาฮอกกี้จะต้องประกอบด้วย การเข้ามามีส่วนร่วมของท้องถิ่นการสำรวจความต้องการของกีฬาฮอกกี้ การวางแผนการปรับปรุง การบริหารจัดการกีฬาฮอกกี้ การประชาสัมพันธ์ การอบรม การส่งเสริมให้ความรู้ การรักษามาตรฐานด้านสุขอนามัย และการสร้างความประทับใจในกีฬาฮอกกี้

4. เพื่อศึกษาและน่านโยบายสาธารณะโดยมีการสร้างตัวแบบผู้นำซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้นำ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่อื่น และประชาชน โดยกลุ่มผู้นำมีการกำหนดนโยบาย ข้าราชการและเจ้าหน้าที่น่านโยบายมาสู่การปฏิบัติ โดยมีประชาชนเป็นผู้รับนโยบาย และนโยบายนี้สามารถที่จะสนองตอบต่อกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง สิ่งที่ค้นพบคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้อง ดำเนินการส่งเสริมกีฬาฮอกกี้อย่างมีประสิทธิภาพคือ ให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงิน และส่งเสริมพัฒนา ในทุกด้านข้อค้นพบหลังจากการศึกษาพบว่า การศึกษา กีฬาฮอกกี้ โดยภาคเอกชนมีบทบาทสูงกว่าเนื่องจาก เอกชนมีความพร้อมกว่าภาครัฐเป็นการบริหารภาพกว้างไม่ได้สนับสนุนโดยตรง

อภิปรายผล

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเรื่องประสิทธิผลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาการส่งเสริมกีฬาฮอกกี้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด และเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยในครั้งนี้คือ ศึกษาประสิทธิผลการบริหารการ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศึกษาถึงรายได้เข้าประเทศจากการส่งเสริมกีฬากอล์ฟ ศึกษา การส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ ศึกษาการพัฒนา กีฬา กอล์ฟ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดของผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ มาเป็นข้อมูลในการศึกษา ซึ่งมีประเด็นข้อค้นพบ 4 ประการ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารโดยแนวคิด เรื่องการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ ร่วมคิด ร่วมพัฒนา และบริหารงานแบบบูรณา การ

2. ประชาชนให้ความสนใจและส่งเสริมกีฬา กอล์ฟ

3. ประชาชนได้ให้ความร่วมมือในการบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะเห็นได้ว่าการที่ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วม และรับทราบถึงปัญหา และความ ต้องการ

4. ประสิทธิภาพของการบริหารของผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการ ประสานงานที่ดีกับภาคเอกชน และสมาคมกอล์ฟต่างๆ ตลอดจนผู้ที่ให้ความสนใจกีฬา กอล์ฟ สอดคล้องกับเป้าหมายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมา กีฬา กอล์ฟส่งผลกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยพบว่า กีฬา กอล์ฟเป็นกีฬาที่ต้องใช้เงิน ลูกค้ำที่มาเที่ยวส่วนมากมีรายได้ ต้องการที่พักผ่อนมี โรงแรม รีสอร์ท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรให้ความสนับสนุนด้านงบประมาณกับ ภาคเอกชน เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจให้มองเห็นว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรให้ความสนับสนุนกับด้านกีฬาในเรื่อง การพัฒนา และการส่งเสริมนี้กีฬา กอล์ฟ

จากการศึกษาสิ่งที่พบคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการส่งเสริมกีฬา กอล์ฟอย่างมีประสิทธิภาพโดยในปัจจุบันพบว่า ได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน ให้ความ ร่วมมือในการพัฒนาส่งเสริมกีฬา กอล์ฟโดยจะพบว่ามีจัดการแข่งขันตามสนามกอล์ฟ ต่างๆ ส่งผลให้ธุรกิจกีฬา กอล์ฟมีการพัฒนามากยิ่งขึ้นแต่ก็ยังมีบางสิ่งที่จะต้องได้รับความ ร่วมมือจากภาคเอกชน ให้การสนับสนุนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่นข้อค้นพบที่ ผู้วิจัยพบเจอคือ การส่งเสริมกีฬา กอล์ฟโดยภาคเอกชนมีบทบาทสูงกว่าเนื่องจากเอกชนมี ความพร้อมกว่าภาครัฐเป็นการบริหารภาพกว้างไม่ได้สนับสนุนโดยตรงกับการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. การให้ความรู้แก่ประชาชนและผู้ที่มีความสนใจกีฬา กอล์ฟในเรื่องของการ บริหารงานสมัยใหม่ บริหารจัดการด้วยความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีข้อมูลที่ถูก ต้องชัดเจนเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนางาน กำหนดนโยบาย มีกระบวนการ ที่สามารถ ตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจกับลูกค้าการบริหารงานแบบบูรณาการมี

เจ้าภาพมีส่วนร่วม มียุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ เป้าประสงค์พันธกิจชัดเจน รวดเร็วลดขั้นตอน แก้ปัญหาเร่งด่วนที่เกิดขึ้น มีประสิทธิภาพประหยัด เกิดผลสัมฤทธิ์ องค์กรประกอบสำคัญที่ทำให้การบริหารงานแบบบูรณาการประสบผลสำเร็จคือ การพัฒนาสร้างวิสัยทัศน์แบบคิดใหม่ทำใหม่ (Rethinking the Future) ได้แก่ หลักการ (Rethinking Principle) การแข่งขัน (Competition) การบริหารองค์กร (Control & Complexity) ความเป็นผู้นำ (Leadership) ระบบเครือข่าย (Networking) มีส่วนร่วม (Participating)

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรส่งเสริมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถหลัก (Core Competencies) ขององค์กรแบบบูรณาการ (Integrated organization) ประกอบด้วย การวิจัย และพัฒนา การเงิน กลยุทธ์เป็นสากล กระบวนการผลิต ระบบข้อมูลข่าวสาร การตลาด การบริหาร การใช้กลยุทธ์เป็นพันธมิตร การใช้กลยุทธ์การร่วมทุน ผู้จัดการจำหน่าย การทำให้ลูกค้าคิดว่าลูกค้าก็คือหุ้นส่วนของกิจการ คนกลาง ความสามารถหลัก (Core Competencies) ขององค์กร ประกอบด้วย การวิจัยและพัฒนา (Research and development) ต้องค้นหานวัตกรรมให้เกิดขึ้น เพื่อที่จะได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ทันเวลา โดยต้องเปิดหาแหล่งความคิดใหม่ ๆ เพื่อการค้นคว้าจากพนักงานทุกระดับด้วยการให้รางวัลในการมุ่งใจจะได้นำไปสู่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเงิน (Financial) ต้องสรรหาเงินมาลงทุนในหน่วยธุรกิจ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ารวมทั้งต้องหมั่นดูแลสุขภาพทางการเงินขององค์กรโดยให้พนักงานได้รับทราบถึงความ เป็นไปของธุรกิจ กลยุทธ์เป็นสากล (Global Strategy) มีการวางแผนที่จะขยายตัวไปสู่ตลาดที่กว้างขึ้น มิใช่แต่จะรุกตลาดเดิมเพียงอย่างเดียว กระบวนการผลิต (Production Process) ต้องผลิตสิ่งที่จะขายได้ ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ระบบข้อมูลข่าวสาร (Data System) มีการติดตามความเคลื่อนไหวของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้ทันกาลเวลา และทันความต้องการใช้ของธุรกิจ ต้องประมวลทุกอย่างเข้าด้วยกันตั้งแต่ข้อมูล (Data) การบริหารข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูล “ข้อมูลถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร ” การตลาด (Marketing) เป็นหน้าที่ของทุกคนทุกฝ่ายในการทำการตลาดมิใช่หน้าที่ของฝ่ายการตลาดแต่เพียงอย่างเดียว โดยจะต้องสร้างเป็นวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร การบริหาร (Management) ผู้บริหารทุกระดับชั้นนอกจากจะทำการบริหารจัดการในแต่ละหน่วยขององค์กรแล้ว ยังต้องมีจิตวิญญาณของการเป็นนักการตลาดด้วย เนื่องจากปัจจุบันต้องบริหารงานภายใต้แนวคิดให้คุณค่าแก่ลูกค้า (Consumer Value) การใช้กลยุทธ์เป็นพันธมิตร (Strategic Partner) ไม่จำเป็นต้องมีคนมาก เนื่องจากอะไรที่คนอื่นทำแล้ว ทำได้ดีกว่า ถูกกว่า ให้นำเข้ามาร่วมกับธุรกิจได้ เช่น Outsourcing, Strategic Alliances เป็นต้น การใช้กลยุทธ์การร่วมทุน (Joint Ventures)

ผู้จัดจำหน่าย (Vendor Partnering) การมีเครือข่ายทางธุรกิจที่จะต่อแขนต่อขา จะทำให้องค์กรมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าได้มากและทั่วถึงขึ้น การทำให้ลูกค้าคิดว่าลูกค้าก็คือหุ้นส่วนของกิจการทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเป็นเจ้าของคนกลาง (Middlemen) เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จทางการตลาดในการกระจายผ่านผู้ค้าคนกลางไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ให้ได้รับความพึงพอใจ หรือถึงผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นจึงต้องมีการรักษาสัมพันธ์ภาพไว้ให้ยาวนาน

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 4**

(พ.ศ.2550-2554). กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

Morgan, R.E. & Strong, C.A. (1998). Market Orientation and dimensions of Strategic orientation. *European Journal of Marketing*. 32(11-12), 1051-1073.