

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

Thailand's Tourism Strategy in Using Muaythai to Promote
Tourism Among Foreign Tourist

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ

มีนาคม 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

คณะผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัยมดิษฐ์

นางสาวบาร์มีชูชัย

นางสาวรุ่งนภา สิงห์สถิตย์

นางสาวนัฏกรสุขเสริม

นางสาวกวีตาภัทรมงคลนำ

สังกัดวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. และต้นสังกัดไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) ประจำปีงบประมาณ 2558 จึงขอขอบคุณคณะกรรมการผู้พิจารณาชุดโครงการ ผู้ประสานงานผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะแก้ไขปรับปรุงโครงการวิจัยและให้ทุนสนับสนุนการวิจัยไว้ ณ โอกาสนี้

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากทีมงานวิจัย คุณบารมี ชูชัย คุณรุ่งนภา สิงห์สถิตย์ คุณนัฏกร สุขเสริม และคุณกวีตาภัทร มงคลนำ ขอขอบพระคุณหัวหน้าแผนงานวิจัย ผศ. สัจจา ไกรศรีรัตน์ ที่ช่วยเหลือเพื่อทุกสิ่งทุกอย่างขอขอบพระคุณ คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูลรศ. ดร.โยธิน แสงวดี ที่ช่วยชี้แนะแนวทางในการเขียนงานวิจัย ขอขอบพระคุณรศ. ดร.ชวณี ทองโรจน์ อาจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย ทักษสุวรรณคุณมิ่งขวัญ เมธมาสักุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์ คุณทศพล สิทธิวัจน์ ผศ.ดร.อนันต์ เมฆสวรรค์อาจารย์ ดร.ชาญณรงค์สูงหงษาคุณศรีเมืองสิงห์สวนเงิน คุณคมสันต์ สุวรรณรัตน์ คุณธนกร ไชยศรีอาจารย์รวย ตั้งมุกทาภัทรกุล อาจารย์ดร.วรเดช ช่างแก้ว และอาจารย์ ดร.วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อเสนอแนะในการสนทนากลุ่ม ที่คอยให้คำปรึกษา และแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์พร้อมทั้งช่วยตรวจสอบข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเอาใจใส่และให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดมาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.แสง วิทย์พิทักษ์ ในการเป็นผู้ประสานงานในการเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร และพัทยา ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ แสงส่องฟ้า ที่คอยช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ทัศนีย์ นาคเสนีย์ ที่ช่วยในด้านการบริหารจัดการโครงการวิจัย อีกทั้ง ผู้จัดการค่ายมวยไทยทั้ง 5 ภาค ผู้จัดการเวทีมวยไทยมาตรฐานและกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศที่เอื้ออาทรในการให้ข้อมูลด้วยความอบอุ่น

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิจากโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่ทำหน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา กำกับ ดูแล ให้คำชี้แนะ ในการดำเนินงานวิจัยตลอดโครงการ โดยเฉพาะ ดร.จันทริภา ธนะโสภณรองศาสตราจารย์สุภาพร สุกสีเหลืองดร.รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ ผศ.สุภาวดี โพธิยะราชนางสาววรุภาญ์ฐิติธรรมาภรณ์ และ คุณสมิตรา มัทธุนนท์ ตลอดจนทีมงานสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการทุกท่าน ที่ช่วยประสานงาน กำกับติดตาม ตลอดจนดูแลช่วยเหลือนักวิจัยอย่างใกล้ชิดผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งใจในความช่วยเหลือจนงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์

หัวหน้าคณะวิจัย

มีนาคม 2560

กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ
สังกัดวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

มวยไทย เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นศาสตร์และศิลปะของวิชาการป้องกันตัวแบบไทย ที่ต้องอาศัยชั้นเชิงในการต่อสู้และสามารถใช้วัยะทุกส่วนของร่างกาย เช่น การออกหมัด การใช้เท้าเตะ การใช้เข่า การใช้ศอก และศีรษะได้อย่างครบเครื่องแล้ว หากมีการเข้าประชิดตัวยังสามารถถอยถอย ปล่อย จับ หัก ตี โขก หมัด คู่ต่อสู้ (ศึกเดช กันตามระ, 2553) รัฐบาลกำหนดให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาประเทศ โดยการสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ก็ปรับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการวางยุทธศาสตร์ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้น มาอย่างต่อเนื่องและได้กำหนดนโยบายในการขยายฐานบริการ ในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรมและการเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ บนฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งภูมิปัญญาไทยที่รัฐบาลส่งเสริมเพราะเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศได้แก่ มวยไทย และตะกร้อ โดยจะจัดทำเป็นหลักสูตรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักการค้าบริการและการลงทุน (2554) กล่าวว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีนโยบายจะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) จะจัดทำหลักสูตรด้านกีฬา เช่น มวยไทย และตะกร้อ โดยเริ่มแรกจะจัดทำเป็นภาษาไทยแต่ระยะยาวจะจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมกีฬามวยไทยไปยังต่างประเทศ (กรมส่งเสริมการลงทุน, 2559)

ปัจจุบันมีค่ายมวยทั่วประเทศอยู่ถึง 3,975 ค่าย อยู่ในกรุงเทพมหานคร 912 ค่าย ภาค 1 จำนวน 331 ค่าย ภาค 2 จำนวน 368 ค่าย ภาค 3 จำนวน 1,431 ค่าย ภาค 4 จำนวน 547 ค่าย และภาค 5 จำนวน 369 ค่าย ซึ่งเป็นการบ่งชี้ถึงศักยภาพของการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจมาศึกษามวยไทยในประเทศไทย แต่ปัจจุบันพบว่าทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องยังขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ การวางแผน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ลงทุน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ค่ายมวย ยังขาดข้อมูลการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดหลักสูตร การจัดสภาพการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความปลอดภัย หน่วยงานที่ส่งเสริม

การท่องเที่ยวยังขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ประกอบการส่งเสริมสนับสนุนนโยบายของประเทศ ผู้จัดทำหลักสูตร ครูมวย ค่ายมวย ยังขาดทักษะ ความรู้ ปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการมาฝึกมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาความคาดหวังและสภาพความสำเร็จของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการมาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1.2.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1.2.5 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยจากทั่วประเทศระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ถึง 31 สิงหาคม 2558 รวม 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานครโดยภาคที่ 3 ซึ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) ไม่มีค่ายมวยไทยที่เปิดสอนชาวต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลจากผู้ชมมวยไทยจากสนามมวยราชดำเนิน และสนามมวยช่อง 7 สีในระหว่างวันที่ 2 กันยายน 2558 ถึง 11 กันยายน 2558

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยการใช้ชีวิตในขณะที่มาเรียนมวยไทย ความคาดหวังและความสำเร็จจริงในการมาเรียนมวยไทย ปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวยองค์ประกอบของปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทย พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ชมมวยไทยต่อมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การใช้มวยไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

1.4.1 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพชีวิต ความคาดหวัง ความจริง และความสำเร็จในการเรียนมวยไทย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้รู้ที่สำคัญ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตัวแทนค่ายมวย ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยข้อมูลอีกประเด็นหนึ่งที่จะรวบรวมในขั้นตอนนี้คือ แนวทางการส่งเสริมการใช้มวยไทยเพื่อการ

ท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลจะเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวยในแต่ละภาคและกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวดังประเทศมาเรียนมวยมากที่สุดและบุคคลต่างๆ และทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะใช้เป็นแนวทางเพื่อจัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวดังประเทศ ตัวแทนค่ายมวย ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กล่าวคือ จะมีการกำหนดแนวคำถามให้ครอบคลุมถึงสาระเชิงเนื้อหาที่จะสามารถนำไปสู่การชี้้นำให้เกิดการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ได้จริง

1.4.2 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 ทำการเก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานครส่วนชุดที่ 2 ทำการเก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาชมมวยไทยจากสนามมวยราชดำเนิน เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยลุมพินี และเวทีมวยสยามอ้อมน้อย

1.4.3 ขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาและการจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและจัดทำกลยุทธ์ จะมีการจัดทำสารสนเทศกลุ่มย่อยในกลุ่มกรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 18 คน และได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2. สรุปผลการดำเนินงาน

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวดังประเทศที่เรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ศึกษาความคาดหวังและความสำเร็จในการเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ศึกษาองค์ประกอบปัจจัยสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของค่ายมวยไทยและศึกษากลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ศึกษาจากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวดังประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ใน 5 ภาคจำนวนทั้งสิ้น 465 คน ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) มีข้อค้นพบจากการวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านชีวิตความเป็นอยู่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสุขในการเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทยส่วนมากเดินทางมาจากทวีปยุโรปมากที่สุด รองลงมาคือทวีปเอเชีย ส่วนมากเป็นเพศชายส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาอายุระหว่าง 20 ปี ถึง 29 ปี มากที่สุด โดยมีการรับรู้ข้อมูลค่ายมวยมาจากโซเชียลมีเดีย มากที่สุด ช้อมมวยทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และเสาร์ โดยอย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ รายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2000 ดอลลาร์ ถึง 3000 ดอลลาร์ เดินทางมาเรียนมวยไทยโดยการหาประสบการณ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนมากในค่ายมวยไทยจะรับประทานอาหารทั่วไปจากนอกค่ายเป็นส่วนใหญ่มีความเครียดและวิตกกังวลเรื่องการเงินมากที่สุด และมีปัญหามากที่สุดในเรื่องภาษาและการสื่อสาร ส่วนใหญ่เห็นว่าค่ายมวยมีหลักสูตรที่หลากหลายไว้คอยบริการ มีอุปกรณ์ไว้สำหรับออกกำลังกาย ส่วนมากมีวินัยการฝึกซ้อม ความประทับใจในการมาเรียนมวยคือความเชื่อมั่นและศรัทธาในค่ายมวย การบริการและการเอาใจใส่ดูแลจากค่ายมวย โดยส่วนใหญ่มีความสุขชีวิตที่ดี บางส่วน

เรียนมวยไทยอย่างเดียวและบางส่วนหางานทำไปด้วย เมื่อมีเวลาว่างก็เล่นอินเทอร์เน็ต ออกกำลังกาย ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆและสถานบันเทิง ส่วนใหญ่นั้นเรียนแล้วมีร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์ มีสุขภาพดีตามเป้าหมายที่มาฝึกมวยเป็นส่วนใหญ่ พยายามปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องภาษาไทยกับอาหารไทย เพราะต้องการใช้ชีวิตอย่างคนไทย และมีเห็นว่าการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวควรเพิ่มการใช้โซเชียลมีเดีย อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยูทูบอินสตาแกรม และทางโทรศัพท์ จัดเป็นแพคเกจทัวร์ร่วมกับการท่องเที่ยวอื่นและการมีเครือข่ายกับชาวต่างชาติ

2.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการเรียนมวยไทยในระดับมาก และสภาพความจริงระดับมาก เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า หลังความสำเร็จสูงกว่าความคาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าความจริงที่ได้รับจากการฝึกมวยไทยในค่ายมวยสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้แสดงว่ามีผลสำเร็จในการเรียนโดยมีปัจจัยสำเร็จดังนี้ มีค่าเฉลี่ยสภาพความเป็นจริง พบว่าการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่ายและความปลอดภัยของค่ายมวยมากที่สุด รองลงมาเป็นความน่าเชื่อถือของค่ายมวย และน้อยที่สุดคือการจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ

2.3 พฤติกรรมความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในค่ายมวยไทยพบว่า ช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวเกี่ยวกับมวยไทยมากที่สุด คือ ช่องทางด้านโซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรมและไลน์ เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยมากที่สุดคือ เป็นศิลปะการป้องกันตัว รองลงมาเป็นมวยไทยเป็นกีฬาที่ติดอกติดใจออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง และปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย คือปัจจัยด้านบุคลากรมีอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด รองลงมาเป็นความสะดวกของพื้นที่บริเวณเวที

2.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจมวยไทย ประกอบด้วย 6 ด้านได้แก่ ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจและการตลาด ด้านบุคลากรด้านหลักสูตรและการเรียนการสอนด้านสถานที่และอุปกรณ์ฝึกซ้อมความสะดวกและความปลอดภัยด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา

2.5 พฤติกรรมความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในค่ายมวยไทยพบว่า ช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวเกี่ยวกับมวยไทยมากที่สุด คือ ช่องทางด้านโซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรมและไลน์ เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยมากที่สุดคือ เป็นศิลปะการป้องกันตัว รองลงมาเป็นมวยไทยเป็นกีฬาที่ติดอกติดใจออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง และปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย คือปัจจัยด้านบุคลากรมีอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด รองลงมาเป็นความสะดวกของพื้นที่บริเวณเวที

2.6 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า มี 1 ประเด็นกลยุทธ์ การสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางด้านมวยไทย และมีกลยุทธ์ย่อย อีก 7 กลยุทธ์ ดังนี้ 1. ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 2. ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 3. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 4. ด้านสถานที่ (Place) และช่องทางการจำหน่ายสินค้ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 5. ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 6. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อ

การท่องเที่ยว 7. ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดประกอบแต่ละกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) หลักสูตรและโปรแกรมการฝึกมวยไทย
 - มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย
 - มวยไทยเพื่ออาชีพ
 - มวยไทยเพื่อป้องกันตัว
 - มวยไทยเพื่อการกีฬา
 - มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย
 - มวยไทยเพื่อการบันเทิง (ภาพยนตร์)
 - มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์)
 - มวยไทยเพื่อประยุกต์เข้ากับการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC
 - มวยโบราณ
- 2) ครูมวยไทย หรือผู้ฝึกสอนมวยไทย
- 3) การไหว้ครูมวยไทยและครอบครูมวยไทย
- 4) มวยไทยในโรงแรม
- 5) กรรมการมวยส่งออก
- 6) สินค้าและอุปกรณ์การฝึกซ้อมและแข่งขันมวยไทย
- 7) โปรโมเตอร์มวยไทยนานาชาติ
- 8) สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกหรือ сувениร์เกี่ยวกับมวยไทย เช่น รูปปั้นท่ามวยท่า

ต่างๆ พวงกุญแจ กางเกงนักมวย เสื้อคลุม

- 9) การนวดมวยไทยและน้ำมันนวดมวยไทย
- 10) นักมวยไทย
- 11) ผู้สื่อข่าวกีฬามวยไทยและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย
- 14) หลักสูตรตามสมรรถนะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นมาตรฐาน
- 15) การแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกและมวยเอเซียนปีช
- 16) โปรแกรมการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เช่น ไทยไฟท์ คุณหลุนไฟท์

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) นายสนามมวย
- 2) นักธุรกิจมวยไทย
- 3) โปรโมเตอร์มวย(ผู้จัดรายการแข่งขันมวยไทย)
- 4) เจ้าหน้าที่สนามมวย
- 5) เทรนเนอร์นักมวยไทย
- 6) หัวหน้าค่ายมวยไทย
- 7) กรรมการมวยหรือผู้ตัดสินกีฬามวยไทย
- 8) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

9) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) ที่ตั้งสนามมวย
- 2) ที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย
- 3) สปอร์ต คอมเพล็กซ์มวยไทย
- 4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ
- 5) โรงแรมที่มียิมมวยไทย

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1) การสร้างเครือข่ายด้านการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย อาเซียน กลุ่มอาหรับ ฯลฯ

- 2) การรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าเก่าเช่นกลุ่มยุโรป ออสเตรเลีย
- 3) การใช้โซเชียลมีเดียในการเจาะกลุ่มตลาด
- 4) การใช้สื่อทีวีเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ
- 5) จัดทำยูทูบปรายการชกที่สำคัญๆเผยแพร่ต่างประเทศ
- 6) จัดสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยและนักมวยไทยเผยแพร่ต่างประเทศ
- 7) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 8) จัดสร้างแบรนด์มวยไทยให้ชัดเจนเช่น การไหว้ครู ท่ามวยไทย ชูเปอร์สตาร์มวย

ไทย

- 9) จัดทำแผนที่ค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศทั่วประเทศบนอินเทอร์เน็ต
- 10) ควบแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทย คู่กับมวยไทย เช่นนวดไทย รำไทย

อาหารไทย ในท่องเที่ยววิถีชีวิตไทย

- 11) จัดทำค่ายมวยไทยในโรงแรม
- 12) มีหลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง และเด็กนักเรียนมาเพื่อเก็บประสบการณ์โดย

มีวุฒิบัตร

- 13) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอการเรียนมวยไทย
- 14) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ
- 15) นำนักมวยไทยไปประชาสัมพันธ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและและช่องทางนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) จัดระดับความสามารถด้านมวยไทยตามความสามารถของชาวต่างชาติ
- 2) สร้างเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ
- 3) จัดทำมาตรฐานและสื่อการสอน ค่ายมวย โรงเรียน ยิมมวยไทยสำหรับสอนชาวต่างชาติในประเทศไทยให้สอนอย่างมีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) กำหนดราคาเป็นแพ็คเกจรวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทย และชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ซึ่งการกำหนดราคาในการเรียนสำหรับชาวต่างชาติแต่ละหลักสูตรนั้นขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละภูมิภาค ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งการกำหนดราคาในการเรียนแต่ละหลักสูตร ดังนี้

1.1 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 – 1,200 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 2,000-10,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 8,000-20,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000-70,000 บาท
- เรียนหลักสูตรระยะ 3 เดือนๆละ 50,000-100,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวม

ค่าที่พักค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้

- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

1.2 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 800 - 1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 4,000-8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 20,000-40,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000-60,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวม

ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้

- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) การขยายเวลาลงตราประทับพำนักในประเทศไทยเท่ากับช่วงระยะเวลาที่มาเรียนมวยไทยจริง

2) สร้างเครือข่ายโซ่ห่วงคุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม สถาบัน เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีลักษณะการจัดทำอุปทาน (Supply) ประกอบด้วย สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านมวยไทย และประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อจัดหาตลาดทำด้านอุปสงค์ (Demand)

3) การขับเคลื่อนและการกำกับติดตามกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

3.1 หน่วยงานกำกับติดตามภาครัฐต้องตั้งคณะกรรมการกำกับติดตามโดยมีรองนายกรัฐมนตรีฝ่ายการท่องเที่ยวเป็นประธานกำกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไปถึงระดับจังหวัดให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อน

3.2 หน่วยงานการปกครองท้องถิ่นเข้ามาดูแลสนับสนุนในการบริหารจัดการในระดับล่างให้ค่ายมวย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติดูแลกำกับมาตรฐานมวยไทย

5) การจัดเครือข่ายค่ายมวยไทย ยิมมวยไทย และโรงเรียนมวยไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของประเทศไทย

6) จัดกระบวนการเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย การจัดบริการต่างๆ และการส่งออกกลับประเทศของชาวต่างชาติอย่างประทับใจ

ผลการวิจัยที่ค้นพบข้างต้นเป็นข้อมูลให้ภาครัฐและภาคเอกชนได้นำไปใช้จัดทำนโยบาย ทั้งส่วนของรัฐบาล กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีรัฐบาลประสานงานขับเคลื่อนให้หน่วยงานที่กล่าวมาเป็นผู้จัดทำอุปทาน (Supply) ด้านมวยไทยได้นำไปใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบายวางกลยุทธ์โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการตลาดดึงดูดอุปสงค์ (Demand) มาพบกันใช้การตลาด 360 องศา โดยใช้โครงการที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและในการส่งออกวัฒนธรรมมวยไทยให้เป็นสินค้าและบริการหลัก ทั้งในส่วนการเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sporttourism) การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) และนอกจากนี้สถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอน เรื่องการท่องเที่ยวและมวยไทยได้นำองค์ความรู้ใหม่ไปใช้ในการปรับปรุงหลักสูตรในการจัดการเรียนการสอนที่ตรงกับสภาพการณ์ที่แท้จริงที่ได้จากการวิจัยนี้ไปสร้างบุคลากรทางด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้เป็นสารสนเทศให้รัฐบาลได้นำไปใช้กำหนดนโยบาย การใช้มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการนำเสนอกลยุทธ์ย่อยทั้ง 7 ด้าน คือ ประเด็นกลยุทธ์ ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และโครงการที่พบจากการวิจัยนี้ไปจัดทำกลยุทธ์โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ประสานงานสำหรับการดำเนินงานด้านอุปทาน (Supply) และกำหนดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการท่องเที่ยวพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำอุปสงค์ (Demand) ให้มาพบกัน

3.1.2 ข้อค้นพบจากการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศนำไปเป็นสารสนเทศให้สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำไปใช้จัดทำแผนยุทธศาสตร์มวยไทยแห่งชาติ (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อพัฒนากีฬามวยไทยให้มีคุณภาพและเป็นสารสนเทศให้กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดนโยบายการส่งเสริมมวยไทยให้สอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายของตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและกีฬามาตรฐานสูงขึ้น

3.1.3 ใช้เป็นข้อมูลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้สำหรับการตลาดด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้สัมพันธ์กับองค์กร หน่วยงานที่จัดทำอุปทานที่ดำเนินการให้มีขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ

3.1.4 เป็นข้อมูลให้สถาบัน ภาครัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่จัดการศึกษา ผลและพัฒนาบุคลากรด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนให้มีคุณภาพและประสิทธิผล เช่น สถาบันการพลศึกษา โรงเรียนกีฬา มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยต่างๆ

3.1.5 ค่ายมวย สนามมวย โรงเรียนมวยไทย ยิมมวย ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการกิจการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.1.6 จัดเป็นสารสนเทศให้บริษัทนำเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว

3.1.7 เป็นข้อมูลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนได้นำไปใช้จัดส่งเสริมกิจกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ทำรายได้ให้กับท้องถิ่นและชุมชน

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

3.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้มีปัญหา อุปสรรคในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเก็บในช่วงเดือน มิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2558 ที่ไม่ใช่เทศกาลท่องเที่ยว จึงส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มากนัก แตกต่างจากช่วงเทศกาลท่องเที่ยวช่วงเดือน ตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทำให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเรียนมวยไทยเลยแม้แต่ค่ายเดียว ดังนั้นถ้าหากต้องการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ควรเก็บข้อมูลในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว

3.2.2 ในการตอบแบบสอบถามผู้วิจัยทำแบบสอบถามไว้ 2 ภาษา คือภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มาจากประเทศยุโรปใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนไม่ได้ ดังนั้นควรหาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไว้หลายภาษาเพื่ออธิบายการตอบแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาแถบประเทศตะวันออกกลาง ภาษาทวีปอเมริกา ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี และภาษาอื่นๆ

3.2.3 ในส่วนวิธีการวิจัยควรเน้นความกลุ่มลึกด้านคุณภาพให้มากขึ้นโดยเฉพาะเชิงลึกในส่วนของค่ายมวยในด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งในแต่ละภาคเนื่องจากแต่ละภาคมีพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมที่ต่างกัน

4.ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ได้เผยแพร่ผลงานวิจัยเพื่อให้หน่วยงานต่างๆ นำไปใช้ประโยชน์ ได้แก่

4.1 ผลการวิจัยนำมาสกัดองค์ความรู้เขียนบทความเรื่องการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย นำเสนอในเวทีการจัดประชุมวิชาการระดับชาติของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2559 รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ สามารถ download ได้ตาม link <http://irdmcru.mcru.ac.th/>

4.2 องค์การบริหารส่วนตำบลจอมบึง นำผลงานวิจัยที่ได้มาจัดทำเป็นหนังสือเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในตำบลสุขภาวะจอมบึง

4.3 ได้จัดทำเวทีถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยสู่สาธารณะชนจำนวน 3 ครั้ง ครั้งที่ 1 จัดเวทีถ่ายทอดองค์ความรู้ในการจัดงานปิ่นเขาเข้าถ้ำของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ครั้งที่ 2 จัดเวทีถ่ายทอดความรู้ในงานวันวิ่ง สสส. จอมบึงมาราธอน ครั้งที่ 31 วันที่ 16-17 มกราคม 2559 และครั้งที่ 3 จัดเวทีถ่ายทอดองค์ความรู้ ในงานนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ 1 มีนาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

4.4 ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับชุมชน

5. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผศ.ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัย "กลยุทธ์ประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว" ในกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ณ ห้องประชุมเอื้องผึ้งวันที่ 30 พ.ค.2559 ในการสัมมนามวยไทยนานาชาติ ของวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2. การถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัย "กลยุทธ์ประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว" สู่ชุมชน ภายในงานการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 3 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่สนับสนุนงบประมาณและพื้นที่ในการจัดนิทรรศการถ่ายทอดองค์ความรู้

3. การนำผลการวิจัยไปนำเสนอคณะกรรมการร่างพระราชบัญญัติกีฬามวย และยุทธศาสตร์พัฒนามวยไทยแห่งชาติ

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ
คำสำคัญ	มวยไทย ค่ายมวยไทยสอนชาวต่างประเทศ การท่องเที่ยว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย 2) เพื่อศึกษาสภาพความคาดหวังและความสำเร็จจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย 3) เพื่อศึกษาองค์ประกอบปัจจัยทางธุรกิจค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย 4) เพื่อจัดทำกลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย 5) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในประเทศไทย จำนวน 465 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) และทำการสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยเวทีมาตรฐาน จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งทำการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยจะเริ่มจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพก่อน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อย และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือได้ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นด้านความคาดหวังในการเรียนมวยไทย ความจริงที่พบในการเรียนมวยไทยและปัจจัยสำเร็จในการเรียนมวยไทย ด้านช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านมวยไทย ด้านเหตุผลในการมาชมมวยและด้านปัจจัยทางการตลาด ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 , 0.97, 0.98 , 0.81, 0.76 และ 0.89 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเปรียบเทียบความแตกต่างด้วยสถิติ Paired Sample t-test กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และค่าความเชื่อมั่น 95% CI วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วย Pearson Correlation และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยด้วย Factors Analysis

ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรปมากที่สุด รองลงมาจากทวีปเอเชีย ส่วนมากเป็นเพศชายและมีอาชีพเป็นนักศึกษา มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่ายมวยมาจากโซเชียลมีเดียมากที่สุด จะซ้อมมวยอย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2000-3000 ดอลลาร์ ส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเรียนมวยไทยเพื่อหาประสบการณ์ และนักท่องเที่ยวที่มาเรียนจะรับประทานอาหารทั่วไปจากนอกค่ายเป็นส่วนใหญ่ มีความเครียดและวิตกกังวลเรื่องการเงินและมีอุปสรรคในการสื่อสารทางด้านภาษากับคนไทยมากที่สุด ความประทับใจในการมาเรียนมวยคือ ความเชื่อมั่นและศรัทธาค่ายมวย การบริการและการเอาใจใส่ดูแลจากค่ายมวย และส่วนใหญ่หลังเรียนแล้วมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ และเห็นว่าการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวควรเพิ่มการใช้โซเชียลมีเดีย อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยูทูบ อินสตาแกรม ทางทีวี จัดเป็นแพ็คเกจทัวร์ร่วมกับการท่องเที่ยวอื่นและการมีเครือข่ายกับชาวต่างชาติ

2. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังต่อการเรียนมวยไทยในระดับมากและสภาพความเป็นจริงระดับมาก เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า สภาพเป็นความจริงสูงกว่าสภาพความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value) <0.05 แสดงให้เห็นว่าความจริงที่ได้รับจากการฝึกมวยไทยในค่ายมวยสูงกว่าความคาดหวังที่ตั้งไว้ ซึ่งทั้งความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-value) <0.05

3. องค์ประกอบปัจจัยสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจมวยไทย ประกอบด้วย 1. ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจและการตลาด 2. ด้านบุคลากร 3. ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน 4. ด้านสถานที่และอุปกรณ์ฝึกซ้อม 5. ความสะอาดและความปลอดภัย 6. ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factors Analysis) โดยมีปัจจัยสำเร็จที่ทำให้เกิดการเรียนรู้มวยไทยพบว่าสภาพความเป็นจริง ในการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่ายและความปลอดภัยของค่ายมวยมากที่สุด รองลงมาเป็นความน่าเชื่อถือของค่ายมวย และน้อยที่สุดคือการจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ

4. พฤติกรรม ความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในค่ายมวยไทยพบว่า ช่องทางที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยมากที่สุด คือ ช่องทางด้านโซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรมและไลน์ เหตุผลในการตัดสินใจชมมวยไทยมวยไทยมากที่สุดคือ เป็นศิลปะการป้องกันตัว รองลงมาเป็นมวยไทยเป็นกีฬาที่ดีต่อการออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง และปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านบุคลากรมีอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด รองลงมาเป็นความสะอาดของพื้นที่บริเวณเวที

5. กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเพียง 1 ประเด็นกลยุทธ์คือ การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทย โดยมีส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ด้วยกลยุทธ์ย่อยดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ประเด็นกลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทยหรือการสร้างมวยไทยเป็นสินค้าและบริการ มีโครงการรายละเอียดอีก จำนวน 52 โครงการ

Research Title Thailand's Tourism Strategy in Using Muaythai to Promote
Tourism Among Foreign Tourists

Researcher Asst.Prof.Dr.Chanchai Yomditand Researcher team

Key Word Muaythai , Muaythai training camp for foreigner and Tourism

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study living condition of foreign tourists 2) to study the expectation and success condition of foreign tourists 3) to study the factors of Muaythai camp business on learning Muaythai in Muaythai camp and 4) to prepare a Muaythai strategy to promote Thailand tourism 5) to study behavior and the need of Muaythai viewing on to promote Muaythai toward Thailand tourism. This mixed methods research consisted of

Firstly, qualitative research used to study general information, social background, living condition to made the conceptual framework and Muaythai strategy to promote Thailand tourism. Secondly, quantitative research used to study general information, expectation, success and the success factors of Muaythai camp.

The sample group consisted of 2 groups: 465 tourists who come to train Muaythai and 400 tourist who come to see Muaythai . The simple multi-stage sampling method and accidental sampling were applied for the sample group. The instruments used in the study were 1) questionnaire and in-depth interview were ensured (Index of Item – Objective Congruence) = 1.00 and (Alpha – Coefficient Cronbach Correlation) at 0.96, 0.97, 0.98, 0.81, 0.76 and 0.89, respectively. Data analysis were used by descriptive statistics with paired sample t-test to conduct with significant at 0.05 , reliability at 95% CI and correlation analysis in the factor toward achievement of Muaythai camp with factor analysis

The results of this study were 1) the most tourist came from Europe and then from Asia continent. Most of them are student in 20 – 29 of age with an average income 2,000 – 3,000 Dollars. Realization of Muaythai information from social media. Training Muaythai 5 time a week. In their living condition, lived in Muaythai camp, eat street food, worrying about financial and language for communication. Almost agreed that Muaythai camp divided various courses and equipment to served tourists. Most of them had disciplined in training because of they believed in trainers and Muaythai camp and got good services from the camp. Almost healthy due to their intention. Using internet and outgoing when free time. Social media, instagram ,facebook, line, and packet tour were the best way to promote Muaythai for Thailand tourism 2) Almost tourist expected to study Muaythai and reality condition in the high level when analyzed find the different found that the reality higher than the expectation with statistical significance. Consequently, the reality of Muaythai training in Muaythai camp higher than the expectation and both of expectation and reality

condition were related with statistical significance (P-value) <0.05 .3) Success factors in learning Muaythai were good taking care from trainer ,safety, reliability and credible of the camp and lastly was enough Muaythai equipment. Success factor inMuaythai camp business consisted of the network marketing business, people, curriculum, place and equipment, cleanness and sport science by using factors analysis4) Tourist behavior using Social media ,Facebook,Instagram and line to find how to get Muaythai and decide to see Muaythai because of Muaythai is good for self-defend and good for healthy .Factors affecting the market of foreign tourists who come to watch Muay Thai in Thailand were Muaythai staff are the most generous, followed by the cleanliness of the area around camp.5) Strategy to promote Muaythai for Thailand tourism in product and services was conducted by 7p (Mix marketing) composed of; people, physical evidence, place, price, promotion and process with 52sub-projects

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ฎ
บทคัดย่อภาษาไทย	ฎ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๗
สารบัญ	ฎ
สารบัญตาราง	ด
สารบัญภาพ	ถ
บทที่ 1 บทนำ	
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์และคำถามของการวิจัย	6
3. นิยามศัพท์	7
4. ตัวแปรที่ศึกษา	8
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
6. ขอบเขตการวิจัย	10
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมวยไทย	11
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางสังคม	101
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรม	102
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	103
5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	112
6. แนวคิดเกี่ยวกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	118
7. กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	119
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	121
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
1. รูปแบบการวิจัย	135
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	135
3. การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง	135
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	141
5. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล	146
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	148

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย	150
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย	165
3. วิเคราะห์ความคาดหวังและความสำเร็จจริงเกี่ยวกับการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย	171
4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ	175
5. องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ	201
6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	206
7. กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	212
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
1. สรุปผลการวิจัย	235
2. อภิปรายผลการวิจัย	245
3. ข้อเสนอแนะในการวิจัย	269
บรรณานุกรม	271
ภาคผนวก	280

บทที่ 1

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มวยไทย เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นศาสตร์และศิลปะของวิชาการป้องกันตัวแบบไทย ที่ต้องอาศัยชั้นเชิงในการต่อสู้และสามารถใช้วิธีะทุกส่วนของร่างกาย เช่น การออกหมัด การใช้เท้าเตะ การใช้เข่า การใช้ศอก และศีรษะได้อย่างครบเครื่องแล้ว หากมีการเข้าประชิดตัวยังสามารถกอดรัด ปล้ำ จับ หัก ตี โขก ทิ่ม คู่ต่อสู้ (คึกเดช กันตามระ, 2553) กีฬามวยไทยช่วยพัฒนาการทางด้านสังคม มวยไทยเป็นศิลปวัฒนธรรมด้านหนึ่ง ผู้ฝึกหัดมวยไทยและนักกีฬามวยไทยก็เสมือนเป็นผู้รักษา ทำนุบำรุง และดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ทั้งยังเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวโน้มน้าวให้ชาวไทยรักหวงแหนและสามัคคีในหมู่คณะ อันเป็นส่วนหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ประเทศชาติ มีความมั่นคงสืบไปในระดับชุมชน กิจกรรมการเล่นกีฬามวยไทยสามารถส่งเสริมให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ใช้เป็นกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน และยังสามารถใช้เป็นกิจกรรมการละเล่นเพื่อความสนุกสนาน และฝึกหัดแข่งขันในโอกาสพิเศษต่างๆ ได้ด้วย (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540)

รัฐบาลกำหนดให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาประเทศ โดยการสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้ง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ก็ปรับทิศทางของเศรษฐกิจไทยด้วยแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการวางยุทธศาสตร์ระยะกลางและระยะยาว เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้น มาอย่างต่อเนื่องและได้กำหนดนโยบายในการขยายฐานบริการ ในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการอุตสาหกรรมและการเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ บนฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งภูมิปัญญาไทยที่รัฐบาลส่งเสริมเพราะเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศได้แก่ มวยไทย และตะกร้อ โดยจะจัดทำเป็นหลักสูตรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังที่กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักการค้าบริการและการลงทุน(2554) กล่าวว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีนโยบายจะส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา(Sport Tourism)จะจัดทำหลักสูตรด้านกีฬา เช่นมวยไทยและตะกร้อ โดยเริ่มแรกจะจัดทำเป็นภาษาไทยแต่ระยะยาวจะทำเป็นภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมกีฬามวยไทยไปยังต่างประเทศ(กรมส่งเสริมการลงทุน, 2559)

มวยไทยจึงปรากฏเป็นนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยดังที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กล่าวถึงทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ปี 2557 ได้กล่าวถึงสินค้าท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ มวยไทยเพราะเป็นกิจกรรมที่ส่งผ่านคุณค่าในการมาเที่ยวเมืองไทยโดยเน้นการดำเนินงานสำหรับตลาดต่างประเทศเป็นหลัก ร่วมกับค่ายมวยไทยในต่างประเทศและพันธมิตรบริษัทนำเที่ยวเสนอการเรียนมวยไทยในลักษณะที่เป็นศิลปะการต่อสู้ควบคู่กับการขยายผลการเสนอขายให้นักท่องเที่ยวมาเข้าร่วมกิจกรรมไหว้ครูมวยไทย ในทุกวันที่ 17 มีนาคมของทุกปีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงประสบการณ์มวยไทยที่แท้จริงโดยจะนำ

รองที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดราชบุรีรวมไปถึงมีนโยบายในการใช้มวยไทยสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ดังที่ธนิษฐา เสวตศิลา รองปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวว่า เพื่อบูรณาการการท่องเที่ยวและกีฬาตามนโยบายการทำงานของภาครัฐ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยใช้มวยไทยในการสร้างภาพลักษณ์หลังจากที่ผ่านมาพบว่า ความนิยมของมวยไทยเป็นที่สนใจในระดับสากลจนปัจจุบันทั่วโลกมีค่ายมวยไทยเกิดกว่า 30,000 ค่ายที่มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายนั้นมีจำนวนมากกว่า 3,000 ค่าย จาก 30 ประเทศทั่วโลก เช่นประเทศโมร็อกโก มีค่ายมวยกว่า 220 แห่ง ประเทศแอฟริกา มากกว่า 10 แห่ง ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 เป็นชาวต่างประเทศไม่ใช่คนไทยเป็นเจ้าของและมีครูฝึกเป็นชาวต่างประเทศ โดยเพื่อเป็นการสานต่อกระแสความสนใจดังกล่าว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาเตรียมงบประมาณ 20 ล้านบาทจากเงินกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และจัดทำมาตรฐานค่ายมวยไทยเพื่อเป็นเงื่อนไขในการรับรองค่ายมวยจากทั่วโลกโดยประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของเอกลักษณ์มวยไทยในต่างประเทศ อีกทั้งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการจ้างครูมวยไทยในการสร้างแบรนด์ประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเพราะเจาะตลาดเป้าหมายนักท่องเที่ยวนิชมาร์เก็ต (Niche market) ที่สนใจกีฬามวยไทยเชิญสื่อมวลชนและบริษัทนำเที่ยวมาเยี่ยมชมเพื่อจะได้นำไปโปรโมททัวร์ท่องเที่ยวซึ่งจะมีทั้งการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์และการเยี่ยมชมค่ายมวยตัวอย่างขณะนี้ได้ประสานไปยังค่ายมวยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและราชบุรี (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2555)

ในการก้าวสู่การเป็นชาติประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มวยไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเป็นสินค้าอาเซียนดังที่ เพชรศรี นนท์ศิริ (2558) กล่าวไว้ในหัวข้อถนนการท่องเที่ยวแห่งอาเซียนข้อคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมความพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ว่าจุดแข็งด้านทรัพยากรและประสบการณ์ท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศอาเซียน พบว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นของมวยไทยที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวได้แก่ความเป็นไทยและการต้อนรับแบบไทยเป็นการเดินทางมาหาประสบการณ์แบบใหม่โดยใช้เวลามาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ต้องสัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมซึ่งประเทศไทยมีทรัพยากรที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ได้ดีเช่นการสอนมวยไทย การนวดไทยหรือการท่องเที่ยวเชิงการเกษตรที่ล้วนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์กับเจ้าของบ้านสอดคล้องกับ สุวัตร สุทธิหล่อ (2555) ปลัดกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬากล่าวไว้ในรายงานการสัมมนาทางวิชาการ AEC Tourism Industry ว่ารัฐมีรายได้จากการท่องเที่ยวปีพ.ศ.2558จำนวน 2.2 ล้านล้านบาทโดยในยุทธศาสตร์ที่ 3 การจัดวางสินค้าและบริการให้ตรงกับระดับของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการซึ่งขณะนี้รัฐบาลกำลังคัดเลือกสินค้าระดับพรีเมียมในการพัฒนาอาหารไทยสู่ครัวโลกรวมถึงสินค้าทางวัฒนธรรมเช่นมวยไทย ซึ่งอยากให้ออกเป็นอีเวนต์ขนาดใหญ่ (Event) ประกอบด้วยกิจกรรม การไหว้ครูมวยไทยนายขนมต้ม และจัดให้มีการแข่งขันชกมวยจากทั่วโลก

การตื่นตัวของมวยไทยเกิดเป็นกระแสความนิยมมากดังที่ นันทขว้างสินสมุทร กล่าวในเวทีการเสวนาเปิดมุมมองใหม่ท่องเที่ยวไทยปีที่ 5 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2555 เกี่ยวกับกีฬามวยไทยว่า

“ขณะนี้กีฬาที่ได้รับความนิยมมากคือมวยไทย ซึ่ง เอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ (MBK Center) มีฝรั่งมาต่อยและกระจายจาก เอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ ไปที่สุขุมวิทและถนนข้าวสาร โดยเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยม มีการขายทัวร์ที่รวมเรื่องการดูมวยการเรียนรู้มวยและการซื้อมวยรวมถึงการถ่ายรูปกับนักมวยไทย ซึ่งแพคเกจเหล่านี้สามารถขายให้กับชาวต่างประเทศได้แต่กีฬาฟุตบอลขายไม่ได้เพราะที่ต่างประเทศก็มีกีฬาฟุตบอลที่เป็นแบรนด์ใหญ่อยู่แล้วถ้าเป็นคนไทยก็สามารถขายฟุตบอลได้ในเฉพาะกลุ่มคนไทยที่นิยมเท่านั้นกรอบกับกระแสภาพยนตร์เรื่อง องค์บาก ที่กระตุ้นให้ชาวต่างประเทศรู้จักเมืองไทย มวยไทย ช้างไทยมากขึ้น”(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวคิดการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และกระแสความนิยมมวยไทยของชาวต่างประเทศถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลกในมิติด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาค่ายมวยไทยจึงเป็นการตอบสนองต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนองต่อนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐโดยตรงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย ได้จัดทำแผนเกี่ยวกับมวยไทยจำนวน 3 แผนได้แก่ แผนยุทธศาสตร์มวยไทยอาชีพ แผนยุทธศาสตร์สมาคมมวยอาชีพและแผนยุทธศาสตร์การบริการจัดการกองทุนกีฬามวยไทย (สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย, 2554) โดยมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุน อนุรักษ์และเผยแพร่มวยไทยอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติให้คงอยู่คู่กับประเทศไทย สร้างระบบการเรียนรู้มวยไทยที่เป็นวิชาการให้มีมาตรฐานการเป็นกีฬาอาชีพบนฐานการอนุรักษ์มรดกแห่งภูมิปัญญาที่ถูกต้องนอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้มองเห็นถึงความสำคัญของกีฬามวยไทยในมิติของศิลปะและวัฒนธรรม ได้มีการประกาศขึ้นทะเบียนมวยไทยเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ สาขา กีฬาภูมิปัญญาไทย (สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย, 2553)

ในต่างประเทศมีการฝึกสอนมวยไทยในเกือบทั่วโลก โดยเริ่มจากการจ้างนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงและเลิกชกมวยไทยโดยไปเป็นครูมวยไทยในชมรมที่จัดตั้งขึ้น ส่วนนักมวยต่างประเทศบางคนสนใจที่จะเดินทางมาฝึกหัดมวยไทยกับครูมวยไทยในประเทศไทย เมื่อฝึกมวยไทยจบแล้วได้กลับไปเปิดสอนมวยไทยในประเทศของตน จึงทำให้มีค่ายมวยไทยในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงศึกษาธิการ, 2540) จากการสำรวจของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าในประเทศไทยมีค่ายมวยที่มีการเปิดสอนจำนวนทั้งสิ้น 3,957 ค่าย แยกเป็นรายภาคและจังหวัดได้ดังนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สรุปจำนวนค่ายมวยทั่วประเทศ (แยกตามภูมิภาค)

จังหวัด	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 1	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 2	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 3	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 4	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 5	จำนวน (ค่าย)
กทม.	912	1	ระยอง	69	1	สุพรรณบุรี	8	1	สุรินทร์	107	1	สงขลา	112	1	เชียงใหม่	83
		2	จันทบุรี	19	2	กาญจนบุรี	14	2	นครราชสีมา	164	2	กระบี่	88	2	กำแพงเพชร	30
		3	ฉะเชิงเทรา	50	3	ชัยนาท	5	3	กาฬสินธุ์	133	3	ชุมพร	54	3	เชียงราย	0
		4	ชลบุรี	57	4	นครสวรรค์	32	4	ขอนแก่น	79	4	ตรัง	44	4	ตาก	0
		5	ตราด	1	5	ประจวบ คีรีขันธ์	101	5	ชัยภูมิ	69	5	นคร ศรีธรรมราช	3	5	น่าน	18
		6	ปราจีนบุรี	11	6	พระนครศรี อยุธยา	4	6	นครพนม	3	6	นราธิวาส	15	6	พะเยา	19
		7	นนทบุรี	26	7	ราชบุรี	51	7	บุรีรัมย์	196	7	ปัตตานี	7	7	พิจิตร	17
		8	ปทุมธานี	16	8	ลพบุรี	12	8	มหาสาร คาม	87	8	พังงา	25	8	พิษณุโลก	21
		9	สมุทรปราการ	36	9	สระบุรี	11	9	มุกดาหาร	13	9	พัทลุง	45	9	เพชรบูรณ์	21
		10	สมุทรสงคราม	7	10	สิงห์บุรี	18	10	ยโสธร	63	10	ภูเก็ต	56	10	แพร่	42
		11	สมุทรสาคร	18	11	อ่างทอง	15	11	ร้อยเอ็ด	140	11	ยะลา	6	11	แม่ฮ่องสอน	13
		12	สระแก้ว	21	12	อุทัยธานี	3	12	เลย	17	12	ระนอง	0	12	ลำปาง	50
					13	นครปฐม	52	13	ศรีสะเกษ	77	13	สตูล	40	13	ลำพูน	21
					14	เพชรบุรี	42	14	สกลนคร	29	14	สุราษฎร์ธานี	52	14	สุโขทัย	34
					15	นครนายก		15	หนองคาย	34				15	อุดรดิตถ์	0
								16	หนองบัวลำ ภู	20						

ตารางที่ 1 สรุปจำนวนค่ายมวยทั่วประเทศ (แยกตามภูมิภาค) (ต่อ)

จังหวัด	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 1	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 2	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 3	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 4	จำนวน (ค่าย)	ลำดับ	ภาค 5	จำนวน (ค่าย)
								17	อำนาจ เจริญ	36						
								18	อุดรธานี	50						
								19	อุบลราชธานี	114						
รวม	912	รวม		331			368			1431			547			369

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2558

จากข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันมีค่ายมวยทั่วประเทศอยู่ถึง 3,975 ค่าย อยู่ในกรุงเทพมหานคร 912 ค่าย ภาค 1 จำนวน 331 ค่าย ภาค 2 จำนวน 368 ค่าย ภาค 3 จำนวน 1,431 ค่าย ภาค 4 จำนวน 547 ค่าย และภาค 5 จำนวน 369 ค่าย ซึ่งเป็นการบ่งชี้ถึงศักยภาพของการรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจมาศึกษามวยไทยในประเทศไทย แต่ปัจจุบันพบว่าทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยังขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ การวางแผน เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการผู้ลงทุน เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ค่ายมวย ยังขาดข้อมูลการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดหลักสูตร การจัดสภาพการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับสภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความปลอดภัย หน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ประกอบการส่งเสริมสนับสนุนนโยบายของประเทศผู้จัดทำหลักสูตร ครูมวย ค่ายมวย ยังขาดทักษะ ความรู้ ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการมาฝึกมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรในหน่วยงานของวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี จึงได้พัฒนาโครงการวิจัยเพื่อเป็นฐานข้อมูลให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งศึกษาสิ่งต่อไปนี้ 1) ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยในประเทศไทย 2) ศึกษาความคาดหวังและสภาพจริงของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย 3) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการมาฝึกมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 4) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ของประเทศไทย ในการใช้มวยไทย และ 5) การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในหัวข้อต่อไปนี้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ของประเทศไทยในการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดังนั้นจึงกำหนดคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยตามรายการต่อไปนี้

2.1 คำถามการวิจัย

2.1.1 ชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวยชาวต่างประเทศที่มาเรียนในประเทศไทยมีสภาพเป็นอย่างไร

2.1.2 ความคาดหวังและความสำเร็จจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยเป็นอย่างไร

2.1.3 ปัจจัยด้านใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของค่ายมวยในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.1.4 พฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.1.5 กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.2.1 เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

2.2.2 เพื่อศึกษาความคาดหวังและสภาพความสำเร็จของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

2.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.2.4 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.2.5 เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3. นิยามศัพท์

3.1 กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวหมายถึง วิธีการที่ดีที่สุดในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาจากข้อมูลเชิงปริมาณด้านปัจจัยสำเร็จของธุรกิจค่ายมวย ความคาดหวังและความต้องการของผู้ชมมวยไทยที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์ (Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย(Focus Groups)

3.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยและมาชมมวยในเวทีมวย

3.3 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยหมายถึง ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยเพศอายุ ระดับการศึกษาสาขาที่จบการศึกษาอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประเทศที่อยู่อาศัยจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทย และวิธีการเดินทางมาเรียนมวยไทย

3.4 ชีวิตความเป็นอยู่หมายถึง ชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้ชีวิตในประเทศไทยได้แก่จำนวนวันที่อยู่ในประเทศไทยการติดต่อกับประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยสถานที่พักอาศัยอาหารเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยการบริการสุขภาพการบันเทิงสถานที่เรียนมวยไทยการบริหารจัดการค่ายมวยหลักสูตรที่เรียนมวยไทยครูมวย/ผู้ฝึกสอนความประทับใจต่อค่ายมวยบรรยากาศการเรียนมวยอุปสรรคในการเรียนมวยไทย และความเครียดและวิตกกังวล

3.4 ความคาดหวังในการเรียนมวยไทยหมายถึง ความคาดหวังด้านส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ รูปธรรมของการบริการความน่าเชื่อถือการตอบสนองความต้องการการให้ความมั่นใจการเอาใจใส่ความน่าเชื่อถือการตอบสนองความรู้ความชำนาญการเข้าถึงบริการอัยาศัยการสื่อสารความปลอดภัยการเอาใจใส่และการสร้างสิ่งที่ต้องการ

3.6 ความสำเร็จจริงในการเรียนมวยไทย หมายถึง ความเป็นจริงด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ได้รับจากการเรียนรู้อะไรได้แก่ รูปแบบของการบริการความน่าเชื่อถือการตอบสนองความต้องการการให้ความมั่นใจการเอาใจใส่ความน่าเชื่อถือการตอบสนองความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการอภัยภัย การสื่อสาร ความปลอดภัย การเอาใจใส่การสร้างสิ่งที่ต้องการ

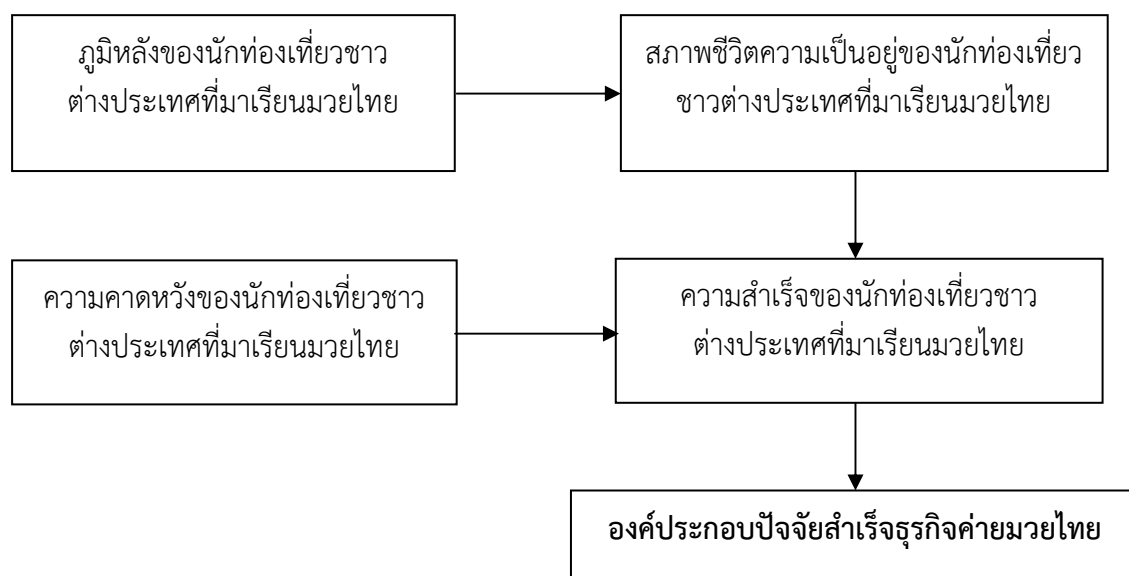
3.7 องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวย หมายถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทย ได้แก่ อาคารสถานที่ความสะอาดความปลอดภัยบุคลากรหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนกิจกรรมพัฒนาตนเองของผู้เรียนการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาการมีเครือข่ายและการสนับสนุนและการทำธุรกิจและการตลาด

3.8 พฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทย หมายถึง พฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แก่ ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารเหตุผลในการตัดสินใจมาดูมวยไทยปัจจัยที่มีผลต่อการตลาด

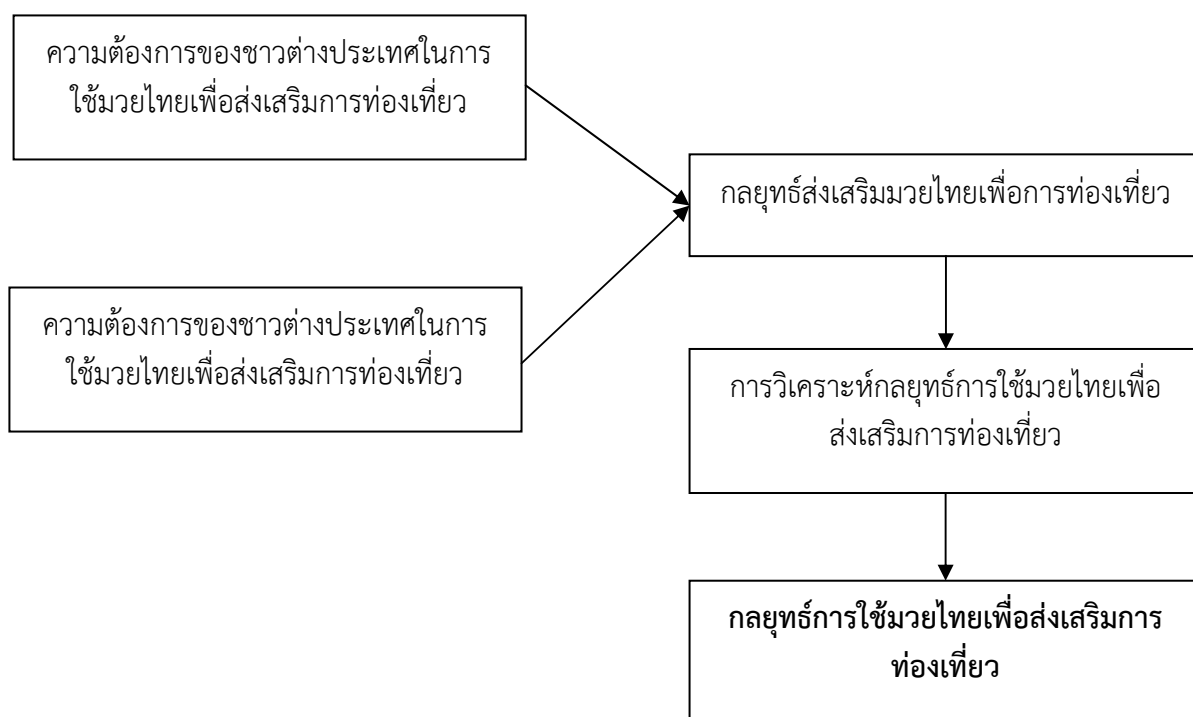
4. ตัวแปรที่ศึกษา

1. ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย
2. ชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย
3. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนรู้อะไรได้แก่
4. ความสำเร็จจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนรู้อะไรได้แก่
5. องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทย
6. กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภาพกรอบแนวคิดเชิงปริมาณ



ภาพกรอบแนวคิดเชิงคุณภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. ขอบเขตการวิจัย

6.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยจากทั่วประเทศระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2558 ถึง 31 สิงหาคม 2558 รวม 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานครโดยภาคที่ 3 ซึ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) ไม่มีค่ายมวยไทยที่เปิดสอนชาวต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลจากผู้ชมมวยไทยจากสนามมวยราชดำเนิน และสนามมวยช่อง 7 สีในระหว่างวันที่ 2 กันยายน 2558 ถึง 11 กันยายน 2558

6.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยการใช้ชีวิตในขณะที่มาเรียนมวยไทย ความคาดหวังและความสำเร็จจริงในการมาเรียนมวยไทย ปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวยองค์ประกอบของปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทย พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ชมมวยไทยต่อมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และกลยุทธ์การใช่มวยไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

7. ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. เป็นฐานข้อมูลให้กับรัฐบาลในส่วนของคณะรัฐมนตรีได้นำไปใช้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติ โดยใช้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ประสานนโยบายให้ส่วนต่างๆ ได้จากการวิจัยนี้ไปให้หน่วยงานด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวโดยกำหนดโครงการที่เป็นอุปทาน (Supply) ไปใช้ปฏิบัติ พร้อมทั้งประสานกระทรวงที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้นำไปปฏิบัติ พร้อมทั้งให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้แนวทางตามกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปจัดทำการตลาด ค้นหาอุปสงค์ (Demand) ให้มาพบกับอุปทานที่จัดขึ้นต่อไป

2. สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้นำผลการวิจัยนี้ไปจัดทำยุทธศาสตร์มวยไทยแห่งชาติ (2560 – 2564) ซึ่งกำลังจัดทำโดยเฉพาะข้อมูลจากการวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบความสำเร็จของค่ายมวย ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานค่ายมวยไทย

3. ผลการวิจัยส่วนที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยและการท่องเที่ยวนี้ใช้เป็นสารสนเทศสำหรับให้สถาบันการศึกษา ที่เปิดสอนวิชามวยไทย และการท่องเที่ยวได้เป็นแนวทางในการจัดพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนให้มีมาตรฐานในการพัฒนาบุคลากรด้านมวยไทยและด้านการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

4. เป็นสารสนเทศให้ค่ายมวย โรงเรียนและยิมมวยไทย สนามมวย ไกด์ ทัวร์ และบริษัทธุรกิจนำเที่ยวได้นำไปใช้บริหารจัดการด้านธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมวยไทย
- 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางสังคม
- 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรม
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 6) กลยุทธ์มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 7) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมวยไทย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับมวยไทยผู้เขียนกำหนดไว้ 3 ประเด็น ได้แก่ การไหว้ครู หลักการพื้นฐานในการฝึกแม่ไม้มวยไทย และแม่ไม้มวยไทยดังนี้

1.1 ความหมายของมวยไทย

มีผู้ให้ความหมายคำว่า มวยไทยไว้ต่าง ๆ กันดังนี้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของมวยไทยมีต่าง ๆ กัน โดยมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของชาวไทยที่ใช้สร้างและรักษาชาติบ้านเมืองไว้ให้บุตรหลานยืนยงอยู่ได้ดังเช่นปัจจุบันวิชาการต่อสู้ดังกล่าวเป็นการต่อสู้ป้องกันตัวระยะประชิดใช้คู่กับการใช้อาวุธยาว เช่นดาบ หอก เขน ง้าว พลอง โทมร ในยามเว้นจากการศึกสงครามก็ใช้ในการสันทนาการเพื่อแสดงพลังของชายชาติวีรในงานรื่นเริง หรืองานเทศกาลต่างๆ และบางส่วนระบุว่ามวยไทยเป็นกีฬาการต่อสู้ที่ใช้อาวุธหัตถ์เท้าเข้าและศอกในการต่อสู้ มีกติกาการแข่งขันที่แน่นอน ส่วนหนึ่งเป็นมวยไทยอาชีพ และส่วนหนึ่งเป็นมวยไทยสมัครเล่น นอกจากนี้ยังมีความหมายว่าเป็นศิลปะการแสดงออกของการต่อสู้ที่ใช้การไหว้ครู แม่ไม้มวยไทย และลูกไม้ ที่ใช้แสดงในกิจกรรมต่างๆ ดังเช่น

โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง (2522) สรุปไว้ว่ามวยไทยหมายถึงกิจกรรมเคลื่อนไหวชนิดหนึ่งที่ใช้อาวุธเกือบทุ่ทุกส่วนเช่นศอกเข้าเท้าหัตถ์เป็นศิลปะในการต่อสู้แข่งขันฝึกซ้อมออกกำลังกายเพื่อช่วยพัฒนาร่างกายอารมณ์สังคมจิตใจและสติปัญญา

จรัสเดช อุลิต (2527) สรุปไว้ว่า มวยไทยหมายถึงกีฬาไทยที่มีความผูกพันกับชาติมาอย่างแน่นแฟ้นเป็นกิจกรรมที่แม้แต่ประมุขของชาติในอดีตต้องให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการฝึกดาบหรือทวนถึงแม้แต่ปัจจุบันการทำสงครามไม่จำเป็นต้องรบประชิดตัวแต่กิจกรรมมวยไทยยังเป็นกิจกรรมที่ต้องฝึกฝนเพื่อพัฒนาร่างกายจิตใจอารมณ์และสังคม

พจนานุกรมไทย (2538) กล่าวว่ามวยไทยหมายถึงกีฬาที่ใช้ศิลปะการต่อสู้แบบ ที่มีอาวุธ หัตถ์เท้า เข้า และศอก และมีกติกาในการแข่งขัน

ชาณูณรงค์ สุขหงษา (2545) สรุปไว้ว่ามวยไทยหมายถึง กีฬามวยบนเวทีที่มีกติกายอมให้คู่ชกใช้เท้าตอกและเข้าได้มวยไทยจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่เป็นศาสตร์เพราะเป็นวิชาการที่ทุกคนอาจจะศึกษาหาความรู้ได้เหมือนวิชาแขนงอื่น ๆ ส่วนที่เป็นศิลป์ก็เพราะแขนงนี้เต็มไปด้วยกลยุทธ์และลวดลายซึ่งยากจะเรียนรู้และปฏิบัติได้อย่างชัดเจน

จากความหมายของมวยไทยดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่ามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของคนไทย เป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติเป็นกีฬาที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมมาเป็นกีฬาที่ใช้การต่อสู้ที่ใช้อาวุธหมัดเท้า เข่าและศอกแบบมวยไทยอาชีพและมวยไทยสมัครเล่นแบบมีกติกาและเป็นศิลปะที่ใช้แสดงในกิจกรรมต่างๆที่ใช้การไหว้ครู แม่ไม้มวยไทย

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการไหว้ครู

มวยไทยจัดว่าเป็นกีฬานิตยนิยมในโลกที่มีการไหว้ครู การไหว้ครูเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมากจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยถือว่าศิษย์ต้องเคารพครู ใครเนรคุณครูชีวิตจะพังพินาศใครเคารพบูชาครูผู้นั้นจะถึงซึ่งความเจริญงอกงาม ฉะนั้นการไหว้ครูจึงเป็นการแสดงความกตัญญูของศิษย์ที่มีต่อครูดังนี้

1) การไหว้ครูเป็นประเพณีที่สำคัญของนักมวยโดยก่อนเรียนต้องมีการฝากตัวเป็นศิษย์เรียกว่าการยกครู เมื่อเรียนจบต้องมีพิธีการครอบครู นอกจากนี้ยังมีประเพณีไหว้ครูประจำปีเพื่อความเป็นสิริมงคลอีกด้วย ส่วนการรำรายไหว้ครูจะต้องทำก่อนการชกแต่ละครั้งเพื่อรำลึกถึงครูอาจารย์ พ่อ แม่ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์และผู้มีพระคุณประโยชน์ที่ได้จากการไหว้ครูจะทำให้ปลุกฝังนิสัยให้รักเคารพครูอาจารย์และผู้มีพระคุณเพราะครูคือผู้มีพระคุณรองลงไปจากพ่อแม่ ก่อนการชกศิษย์ต้องรำรายไหว้ครู มีการสวมมงคลไว้ที่ศีรษะโดยมงคลทำมาจากด้ายดิบถักเป็นเปียสามเส้นมัดรวมกันให้พอสวมศีรษะ บางคนใช้จิวพระหรือผ้าถุงแม่มาทำเป็นมงคล โดยถือว่าเป็นของศักดิ์สิทธิ์ โดยด้ายมงคลเกิดจากการเข้าพิธีครอบครู หรือพระภิกษุทำพิธีเสกเป่าให้มงคลมีความศักดิ์สิทธิ์ มงคลเป็นเครื่องหมายการผูกที่หนึ่งคือ ผูกใจศิษย์ให้คิดรักเคารพและกตัญญูต่อครูเป็นความดีที่ครูมอบให้แก่ศิษย์และแสดงความผูกพันระหว่างศิษย์กับครูเสมือนหนึ่งว่ามีครูอยู่ที่ศีรษะของศิษย์ ผูกนี้เรียกว่าผูกศีรษะ ผูกอีกหนึ่งลักษณะเป็นผูกแขนหรือมัดแขนทั้งสองข้างเพื่อให้มั่นใจว่าครูอยู่กับศิษย์ตลอดเวลา สามารถเป็นเครื่องป้องกันอาวุธของคู่ต่อสู้ที่กระทำเข้าสู่ร่างกายให้แคล้วคลาดไปได้ เรียกผูกนี้ว่าพิรอด ผูกที่สามเป็นผูกมือ หรือการพันมือเป็นเครื่องเตือนใจต่อศิษย์ในการใช้อาวุธเข้าต่อสู้ตามวิชาที่ครูฝึกสอนหรือถ่ายทอดมา ในอีกด้านหนึ่งเป็นเครื่องป้องกันมือไม่ให้บาดเจ็บในการแข่งขัน ผูกสุดท้ายคือ ผูกใจ หมายถึง การที่ศิษย์น้อมบริการภคานาและทำการระลึกถึงพระคุณครูที่ให้ศิษย์มีสมาธิและสติปัญญาไหวพริบในการต่อสู้สามารถแก้ไขปัญหามานะได้ ดังที่เรียกว่าคิดเป็นทำเป็นแก้ไขปัญหามีเหมือนหนึ่งมีครูมาช่วยเตือนสติตลอดเวลา ดังนั้นการไหว้ครูจึงเป็นเสน่ห์ของมวยที่ชาวต่างชาติพากันชื่นชม

2) ปลุกฝังให้ศิษย์ตระหนักในคุณค่าของมวยไทย ศิษย์ที่เข้าประเพณีฝากตัวเป็นศิษย์ หรือเข้าพิธีการครอบครูแล้วถือว่าได้เกิดคุณค่าให้แก่ศิษย์เพราะโอกาสสำคัญที่ศิษย์จะได้ทำพิธีนี้มีไม่มากนัก ทำให้มวยไทยมีแบบแผนประเพณีอันทรงคุณค่าอย่างยิ่งส่งผลให้ชาวต่างชาติมาร่วมประเพณีไหว้ครูและครอบครูมวยไทยที่ประเทศไทยกันทุกปีจนเป็นกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์และวัฒนธรรมอันมีค่าของชาติอย่างแท้จริง

1.2.1 การยกครู

การยกครูเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการขึ้นครู เป็นประเพณีของศิษย์ที่ต้องแสดงการเคารพครู ก่อนมีการเรียนการสอน บางครั้งเรียกว่าพิธีการฝากตัวเป็นศิษย์ต่อครูอาจารย์การยกครูถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติและวัฒนธรรมอันดีงามของศิลปะการต่อสู้ในทุกศาสตร์ที่ต้องทำการขึ้นครูเพื่อแสดงความเคารพยกย่องครูโดยเฉพาะมวยไทยนั้นการที่ครูจะรับศิษย์ไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะพ่อแม่ต้องนำลูกมาฝากไว้ที่บ้านครูให้ช่วยทำงาน ทำสวนปลูกผักหักฟืน ต้องปรนนิบัติครูเป็นระยะเวลานานด้วยความอดทน จะกว่าครูจะพอใจ ในความเป็นคนดีมีความซื่อสัตย์สุจริตจึงรับไว้ให้เข้าพิธียกครูมวยไทยนี้มีผู้รู้กล่าวถึงไว้ดังนี้ครูมัต ไซยรัตน์(2550,หน้า 324) ระบุว่า

“การขึ้นครู”หมายถึงการแสดงความเคารพยกย่องครูโดยการมอบตนให้ครูกระทำการดูคำว่ากล่าวสั่งสอนและอบรมศิลปวิทยาเพื่อให้เป็นคนดีมีวิชามวยไทยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(2540,หน้า75) กล่าวว่า การขึ้นครูเป็นการตกลงกันระหว่างครูกับศิษย์ว่าจะเริ่มเป็นครูเป็นศิษย์กันก่อนที่จะทำการศึกษาล่าเรียนศิลปวิทยาต้องมีการยอมรับซึ่งกันและกันว่า ศิษย์เป็นศิษย์ของตนด้วยความเต็มใจศิษย์ก็จะยอมรับครูมวยเป็นครูของตนด้วยความเต็มใจและภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง การขึ้นครูเปรียบเหมือนการขึ้นทะเบียนและการปฐมนิเทศน์กมวย เพื่อครูมวยจะได้ฝึกสอนให้บรรลุวัตถุประสงค์ และทำให้ศิษย์มีความเชื่อมั่นและศรัทธา ในการที่จะฝึกซ้อมและทำการแข่งขันเพราะได้ผ่านพิธีขึ้นครูมาแล้วจนได้ชื่อว่าเป็นศิษย์มีครู

(กฤษร์ วัชรปรการ,2504,หน้า 7)สรุปว่าก่อนจะเริ่มลงมือศึกษาวิชามวยไทยอาจารย์ผู้สอนจะได้อบรมศิษย์ของตนให้เพียบพร้อมด้วยศีลธรรมจรรยา เป็นคนคนที่มีเมตตาจิต มีจิตใจเป็นนักกีฬาอย่างแท้จริงเป็นคนจิตใจบริสุทธิ์ผุดผ่อง น้ำใจเยือกเย็นสุขุม ไม่ตื่นเต้นตกใจต่อเหตุการณ์ใดๆทั้งสิ้น นั่นก็หมายความว่า กระบวนการอบรมดังกล่าวข้างต้นเป็นการขึ้นครูหรือยกครูนั่นเอง

สรุปการยกครูหรือการขึ้นครูจึงหมายถึง พิธีการที่ศิษย์ แสดงการเคารพพนพอบต่อครูเพื่อแสดงการยอมรับให้ครูได้อบรมสั่งสอนวิชามวยไทยเป็นการบอกถึงว่าต่อแต่นี้ต่อไปตนเป็นศิษย์มีครู โดยยินยอมปฏิบัติตามระเบียบและกฎเกณฑ์ที่ครูกำหนดไว้ทุกประการและครูก็แสดงการยอมรับว่าศิษย์เป็นศิษย์ของตน

ความสำคัญของการยกครูหรือขึ้นครู

ความสำคัญของการขึ้นครูหรือยกครูมีดังนี้

- 1)ทำให้ศิษย์เกิดความเชื่อมั่นและศรัทธาครูศิษย์เกิดกำลังใจในการฝึกซ้อมและแข่งขัน
- 2)ครูเกิดความเมตตาต่อศิษย์อยากสอนให้ศิษย์ประสบความสำเร็จจากการเรียนมวยไทย
- 3)เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของมวยไทยให้คนรุ่นหลังและคนทั่วไปได้อนุรักษ์และถ่ายทอดต่อไป
- 4)เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ศิษย์ เพราะผู้ที่เชื่อฟังคำสั่งสอนของครูอาจารย์เชื่อว่าจะได้รับความเจริญก้าวหน้า ตรงกันข้าม ถ้าศิษย์ไม่เคารพเชื่อฟังครูก็จะพบกับความวิบัติไม่เจริญก้าวหน้าในชีวิต

ประวัติการยกครูมวยไทย

ประเพณีนี้มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ นับแต่สมัยสุโขทัย ดังที่ นาค เทพหัสดินทร์ ณ อยุธยา (2513หน้า 2 อ้างถึงในสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ,2540หน้า 75)กล่าวว่า ในสมัย

สุโขทัยนักมวยต้องไปอยู่กับครูมวยที่บ้านเพื่อปรนนิบัติรับใช้จนครูแน่ใจว่าเป็นคนดีมีความมานะพยายามและมีความซื่อสัตย์สุจริต ศรียาในตำรา ครูจึงอนุญาตให้ทำพิธีขึ้นครูหรือยกครูได้ในสมัยธนบุรีและอยุธยาที่เช่นเดียวกัน นักมวยจะต้องทำให้ครูแน่ใจว่าเป็นคนดี มีความสุภาพเรียบร้อย ขยันหมั่นเพียร เนื่องจากมาอาศัยอยู่บ้านครูเป็นเวลานาน ทำให้ทราบลักษณะนิสัยเป็นอย่างดี สอดคล้องกับครูมัด ไชยรัตน์(2550,หน้า324)ที่กล่าวว่าในสมัยก่อนครูจะรับศิษย์แต่ละคนเป็นเรื่องยาก พ่อแม่ต้องนำมาฝากให้อยู่รับใช้ครูบาอาจารย์ ซึ่งต้องอาศัยเป็นแรงงานช่วยทำนา ทำสวน ฝ่าฟันตักน้ำ ดำข้าวช่วยปีนวดสารพัด ตามแต่ครูจะใช้เป็นระยะเวลายาวนาน จนครูเห็นว่ามีความอดทน ซื่อสัตย์ สุจริต ไว้เนื้อเชื่อใจได้จึงรับเป็นศิษย์ และนอกจากนี้ ฤกษ์ วัชรปราการ(2504 ,หน้า7)กล่าวไว้ว่า ในสมัยโบราณกาลอันเป็นที่นิยมและนับถือกันสืบทอดมาเป็นประเพณีของบรรดาลูกผู้ชายไทยที่มีความประสงค์จะเรียนรู้วิชาการป้องกันตัว คือมวยไทย จำเป็นต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหมายข้อบังคับระเบียบแบบแผน และศีลธรรมจรรยาซึ่งบรรดาพระอาจารย์ผู้ทรงคุณได้กำหนดไว้ให้ปฏิบัติ และหากได้ปฏิบัติตามแล้ว การเล่าเรียนวิชาประเภทนี้จะเกิดความหลังมีความเจริญรุ่งโรจน์ แก่ตัวจะเป็นเกราะป้องกันภัยได้ตลอดไป เวลาเข้าที่อัปจนเผชิญกับอันตรายก็จะมีสติมั่นคงสามารถหาทางป้องกันและหลบภัยได้

ครูมัด ไชยรัตน์(2550,หน้า324)กล่าวว่าเมื่อครูจะรับเป็นศิษย์ครูจะให้เตรียมดอกไม้ 3 สี ดอกมะเขือ หล้าแพรก ดอกเข็ม เข็ม 1 เล่มเกลือเม็ด รูปหอมหรือกำยาน เทียนขาว หมากพลู เงิน 6 บาทผ้าขาว 1 ผืน ชัน 1 ใบ เพื่อจะกระทำพิธีขึ้นครูในวันพฤหัสบดีในเวลายามเช้า เมื่อได้เวลาอุดมฤกษ์แล้วก็จะประกอบพิธีขึ้นครู บรรดาศิษย์ทั้งหลายก็จะคลานเข้าเข้ามาหาครูด้วยอาการสำรวมพร้อมด้วยพานดอกไม้รูปเทียนเป็นเครื่องบูชา เมื่อครูรับพานก็จะพนมมือก้มกราบด้วยความเคารพอย่างสูงสุด หลังจากนั้นท่านจะให้โอวาท และบอกถึงความสำคัญของการขึ้นครู อันดอกไม้ นั้นเป็นตัวแทนของสรรพสิ่งเมื่อถูกเด็ดออกจากต้นใช้เวลาอันน้อยนิดก็เหี่ยวเฉาไปตามกาลเวลา เปรียบได้ดังคนอายุย่อมไม่ยืนยาว ดังนั้นจงใช้ชีวิตด้วยความไม่ประมาทไม่เบียดเบียนผู้อื่น สร้างกุศลทานเป็นมงคลแก่ชีวิต ดอกมะเขือเป็นตัวแทนภูมิปัญญาปราชญ์แห่งแผ่นดิน ย่อมแผ่กิ่งก้านของภูมิรู้ทอดลงต่ำสู่ปฐพีด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน พึงละกิเลสและมิฉกาทิฐิที่ซึ้นสู่ฟ้าไม่ดูตัวตน ดอกเข็มและเข็มหนึ่งเล่มเป็นตัวแทนการใช้ปัญญาอันเฉียบแหลมคมร้อยเรียงถักทอภูมิรู้ให้เป็นผืนแห่งภูมิธรรมเดียวกัน สัมมนาอาชีพอย่างสุจริตชนใช้ปัญญาในทางที่ถูกที่ควรไม่เช่นนั้นแล้วก็จะเหมือนเข็มที่เข้ามาทิ่มแทงตัวเอง เกลือเป็นตัวแทนของความคิด ความจงรักภักดีเหมือนเกลือที่รักษาความเค็ม รูป 3 ดอกเปรียบดัง พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์เป็นพระรัตนตรัยแห่งชีวิต เป็นคุณูปการปฐมบทแห่งความเป็นมนุษย์ อันหมายถึงคุณบิดา มารดา คุณครูบาอาจารย์ เทียนเปรียบได้ดังตัวแทนองค์สัมมาสัมพุทธเจ้า จงยึดมั่นถือมั่นเป็นสรณะและประทีปธรรมในการดำเนินชีวิต หมากพลูไปให้ท่านทาน ผ้าขาวเอาไปไหว้ตามธรรมเนียม ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นผ้าขาวม้า อาจเป็นผ้าไหมหรืออย่างอื่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเพณีทางพื้นบ้านและสังคม ชันที่นำมาประกอบพิธีมีความหมายเป็น สองนัย อันหมายถึงขันติธรรม อารมณ์ของนักปราชญ์ และขันที่หมายถึงเบญจศีล หรือขันห้านั่นเอง ขันที่ศิษย์นำมาขึ้นครูในสมัยโบราณไม่ได้หมายถึงพานที่เป็นโลหะ ชันในที่นี้เป็นกะลามะพร้าวที่คนไทยเชื่อว่าน้ำมะพร้าวเป็นน้ำที่บริสุทธิ์และสะอาด กะลาจึงหมายถึงขันที่รองความบริสุทธิ์ใจจากครูผู้ให้โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนจากศิษย์ เงินหกบาท ในที่นี้หมายถึงน้ำหนักของแร่เงิน ซึ่งครูจะเรียกเอาเป็นค่าธรรมเนียมวิชาเท่าไรก็ได้

ตามแต่จะเมตตาและเห็นควร ซึ่งครูท่านจะนำเงินบางส่วนหรือทั้งหมดไปทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่บูรพาจารย์ที่ล่วงลับไปแล้วในวันรุ่งขึ้น สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ(2540,หน้า 76) กล่าวว่าพิธีขึ้นครูทำโดยนักมวยนำดอกไม้ ธูปเทียน และเงินค่าขึ้นครูมาให้ครูมวย บางคนก็นิยมเอาข้าวแทนเงิน เช่น ฝ่าแพร ฝ่าขาวม้า เป็นต้น



ภาพที่ 2 ประธานจุดธูป เทียน บูชาพระรัตนตรัย

ขั้นตอนและรูปแบบการยกครูมวยไทย

ขั้นตอนพิธีการยกครูปฏิบัติดังนี้

1) การฝึกจิตเบื้องต้นเมื่อจะประกอบพิธีขึ้นครูโดยเริ่มจากจุดธูปเทียน กราบพระพุทธรูปตั้งนะโม 3 จบ กลุณ วังระปราการ(2504,หน้า 34)กล่าวว่าก่อนลงมือเรียนวิชามวยไทย จำเป็นที่ผู้ศึกษาจะต้องอาบน้ำชำระกายให้บริสุทธิ์ ทำใจให้เป็นสมาธิ ถือนศีลห้าให้ครบองค์ก่อนจะเริ่มลงมือศึกษาวิชามวยไทยต้องอบรมศิษย์ของตนให้เพียบพร้อมไปด้วยศีลธรรมจรรยาเป็นคนที่เมตตาจิตใจ มีจิตใจเป็นนักกีฬาอย่างแท้จริงไม่ให้เป็นคนมีจิตใจโสมม ประกอบด้วยวิหิงสาพยายามเป็นคนมีจิตใจผ่องใสใจเยือกเย็นสุขุม ไม่ตื่นเต้นตกใจต่อเหตุการณ์ใดๆทั้งสิ้น การฝึกเช่นนี้จำเป็นต้องอาศัยคุณพระศรีรัตนตรัยเป็นที่พึ่ง คือพระพุทธรูป พระธรรมและพระสงฆ์เป็นเบื้องต้นต่อจากนั้นคือคุณบิดามารดา และคุณครูอาจารย์เป็นเบื้องปลาย ทั้งประกอบด้วยความสามัคคีเป็นหมู่คณะ ไม่ก่อให้เกิดการแตกความสามัคคีระหว่างมิตรสหายที่ร่วมอาจารย์เดียวกัน ก่อนเริ่มฝึกครูจะต้องให้ศิษย์ของตนเข้าถึงซึ่งพระไตรสรณาคมและถือนศีลห้า และท่องบ่นพุทธคาถาอันศักดิ์สิทธิ์ จะช่วยดลบันดาลให้ผู้ประสพภัยได้พ้นภัยอันตราย และแคล้วคลาดตลอดไป ต้องอาบน้ำชำระร่างกายให้บริสุทธิ์ ทำใจให้เป็นสมาธิ แล้วเริ่มอาราธนาคุณพระศรีรัตนตรัย ถือนศีลห้าให้ครบองค์ ต่อจากนั้นให้เริ่มกล่าวชุมนุมเทวดาเพื่อเชิญเหล่าเทพยดามาเป็นสักขีพยานในการจะเริ่มต้นเรียนให้สวด “สาธุ สักเค กาเม จะรูเปศิริสขะระตะญะ จันตะลิกเข วิมานเน ทีเป รัฏฐะ จะคาเม ตะรุณะคะหะเน เคหะวัตถุ มะหิเชตเต จายันตุ ชะละณะละ

วิสเม ยักชะคันธัพนาคา สันติเกยัง มุณีวะระวะจะนัง สาธะโวเม สุนันตุ ธัมมัสสวะนะกาโล อะยัมมะ
 ทันตา ธัมมัสสวะนะกาโล อะยัมมะทันตา ธัมมัสสวะนะกาโล อะยัมมะทันตา.

เมื่อกล่าวชุมนุมเทวดาเสร็จให้เริ่มกล่าววณโม 3 จบ

นะโมตัสสะ	ภะคะวะโค	อะระหะโต	สัมมา	สัมพุทธัสสะ
นะโมตัสสะ	ภะคะวะโค	อะระหะโต	สัมมา	สัมพุทธัสสะ
นะโมตัสสะ	ภะคะวะโค	อะระหะโต	สัมมา	สัมพุทธัสสะ

- 2) ต่อจากนั้นให้เริ่มอาราธนาศีลห้า โดยอาราธนาพระรัตนตรัยก่อน
 พุทธัง สะระณังคัจฉามิ ธัมมัง สะระณัง คัจฉามิ สังฆัง สะระณังคัจฉามิ
- 3) ต่อจากนั้นศิษย์รับศีล 5
 - (3.1) ปาณาติปาตา เวรมณี สิกขา ปะทังสะมาทิยามิ
 - (3.2) อะทินนาทานา เวรมณี สิกขา ปะทังสะมาทิยามิ
 - (3.3) กาเมสุมิจฺฟารรา เวรมณี สิกขา ปะทังสะมาทิยามิ
 - (3.4) มุสาวาทา เวรมณี สิกขา ปะทังสะมาทิยามิ
 - (3.5) สุราเมรัยเมษัชปะมา ทฎฺฐานา เวรมณี สิกขา ปะทังสะมาทิยามิ



ภาพที่ 3 นักมวยแสดงสวดมนตร์ไหว้พระ

- 4) ต่อจากนั้นกล่าวพระคาถาเจริญพระพุทธคุณ พระธรรมคุณ และพระสังฆะคุณ
 อติปิโส ภาคะวา อะระหังสัมมา สัมพุทโธ วิชาจาณะสัมปันโน สุขะโตโลกะวิทู อะนุตตะโร
 ปุริสธัมมะสารถิ สัตถาเทวะมนุสสานัง พุทโธภาคะวาติ
 สวาชาโต ภาคะวะตาธัมโม สันติสติโก อะกาสิโก เอหิปัสสิโก โอปะนะยิโก ปัจจะตังเว ทิตัพ
 โพะ วิญญูหิติ
 สุปปัญโน ภาคะวะโต สวากะสังโฆ อชุปปัญโนภาคะวะโตสวากะสังโฆ ญายะปัญปันโน
 สวากะสังโฆ ยะทิทังจัตตานิ ปุริสสุคานิ อัญญะปุริสสุคคะลา เอสะภาคะวะโต สวากะสังโฆอาหุ
 เนยโย ทักขิเนยโย อัญญะลิกะระณีโย อนุตตะรัง ปุญญักเขตตังโลกัสสาติ
- 5) เมื่อศิษย์กล่าวจบก็ให้ศิษย์ตักบาตรพระสงฆ์ 5 รูปและกรวดน้ำอุทิศส่วนกุศลไปให้แก่ครู
 อาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชามวยไทยซึ่งได้ล่วงลับไปแล้วรวมทั้งผู้ที่ยังมีชีวิตอยู่และผู้ที่จะเป็นครู
 มวยต่อไปให้ขึ้นบทกรวดน้ำ ว่า



ภาพที่ 4 หัวหน้านักมวย กล่าวนำคำปฏิญาณตน

อิมินาบุญญะกัมเมนะ อุปัชฌายา คุณนุตรา อาจารย์อุปการา จะมาตา ปิตา จญากะตา
 (ปิยามะมัง)

สุริโย จันทิมารา จะราชา คุณวันตา นราปิจะ
 พรหมะมารา จินทา จะโลกปาลา จะเทวตา
 ยโม มิตตัง มนุสสานัง จะ โลกปาลา จะเทวะตา

ยโม มิตตัง มนุสสานัง จะ มัชชะมัตตะตา เวริกาปิ จะ
 สัพเพ สัตตา สุโข โหนตุ ปุญฺญานิ ปะกะตานิ เม
 สุขัง จะ ติวัง เทนตุ ชิปัง ปาเปละ โวมะตัง
 อิมินา ปุญฺญะกัมเมนะ อิมินาอุททิสเณ จะ
 ชิปาหัง สุขะเภ เจวะ ตัณฺหุปาทานะเนทะนัง
 เยสันตา เน หีนา ธัมมา ยาวะนิพพานะโต มะมัง
 นัสสันตุ สัพฺพทา เยว ยัตถะ ชาโต ภเว ภเว
 อุชฺฐิตตัง สติปัญฺญา สัลเลโข วิริยัมหิना
 มารา ลภันตุ โนกาสัง กาคุญฺจะ วิริเยสุเม
 พุทธาธปาวโร นาโถ ธัมโม นาโถ วรุตตะโม นาโถ
 ปัจเจกพุทฺโธ จะ สังโฆ นาโถตตะโร มะมัง
 เต โสตตะมานุภาเวนนะ มาโรกาสัง ละภันตุ มา
 ปัญฺจะมาเร ชินะ นาโถ ปัตเต สัมโพธิมุตตะมัง
 จตุสัจจัง ปะกาเสติ มหาวิริง นะมามิหัง
 เอเตนะ สัจจะวัชเชนะ สัพเพ มารา ปลายันตุ ฯ

- 6) อาจารย์กิมเส็ง ทวีสิทธิ์ ให้ศิษย์รับสัจย์ 5 ข้อดังนี้
 - 6.1) ข้าจะบำรุงร่างกายให้สะอาดแข็งแรง
 - 6.2) ข้าจะไม่รังแกผู้อื่นมากกว่า ร่วมรักสามัคคี และช่วยเหลือกันเมื่อช่วยได้
 - 6.3) ข้าจะบำเพ็ญประโยชน์เพื่อชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์
 - 6.4) ข้าจะหลีกเลี่ยงเหตุการณ์อันไม่สงบ
- 7) ครูจะให้โอวาทและบอกแนวทางการเรียนมวยไทยว่าข้อพึงประพฤติปฏิบัติอย่างไร



ภาพที่ 5 ครูกล่าวให้โอวาทและแนะนำวิธีเรียน

1.2.2 ขั้นตอนการรำรำไหว้ครูแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

การไหว้ครูขั้นตอนที่ 1

(ภาพที่นำมาประกอบในงานวิจัยครั้งนี้ถ่ายทำขึ้นโดยคณะผู้วิจัย บันทึกภาพโดยนางสาวกัญญา ะรินทร์ นายพงษ์พัฒน์ ว่องวัย นายพงษ์ศิริ เสริฐเมืองปักษ์ นายวริน จันทรฉ่ำ นายชาติรี อมรแก้ว และนายเชาวริต ยอดพงษา)

1. ทำพรหมนั่ง

ให้ศิษย์ถือสายมงคลและนั่งคุกเข่า พร้อมมอบสายมงคลให้ครูและก้มกราบจากนั้น ครูจะสวมมงคลให้ศิษย์

2. ทำเทพพนม

นั่งคุกเข่าตัวตรงพนมมือเสมอหน้าอก ทำจิตใจให้สงบ ภาวนาคาถาเพื่อระลึกถึง พระคุณของปิตามารดาครูอาจารย์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์พร้อมทั้งกราบ 3 ครั้งโน้มตัวไปด้านหน้าพร้อมเหยียดแขนไปข้างหลังโดยการลอดผ่านรักแร้จนถึงด้านหน้าเป็นท่ากอบพระแม่ธรณี พร้อมกับมองไปด้านหน้า หลังจากนั้นทำท่าถวายบังคมทั้งหมด 3 ครั้งดังตัวอย่างตามรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6 ทำเทพพนม

3. ทำปฐม

ยกตัวขึ้นพร้อมกับก้าวเท้าขวาออกไปด้านหน้าประมาณ 1 ก้าว ยกเข่าด้านขวาอตั้งฉากกับพื้น พร้อมกับโน้มตัวไปด้านหน้า สายตามองตรง ขาช้ายเหยียดตรงไปด้านหลัง งอหลังเท้าเข็ดขึ้น แขนขวาอยู่บนต้นขาขวา แขนซ้ายงอศอกเสมอกว่ กำหมัดทั้งสองข้างดังตัวอย่าง



ภาพที่ 7 ทำปฐม

4.ท่าพรหม

จากท่าปฐมให้ยกเท้าขวาออกไปวางด้านหน้า หมัดทั้งสองประสานกันระดับอก หน้ามองตรง โนม้ตัวมาด้านหน้าและควงหมัด3รอบดังตัวอย่างตามรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 8 ท่าพรหม

5. ท่าสอดสร้อยมาลา

โน้มตัวมาด้านหน้ามือซ้ายสอดขึ้นเหนือแขนขวา มือซ้ายหักไปด้านหลังระดับเอว และนั่งด้วยส้นเท้าซ้าย



ภาพที่ 9 ท่าสอดสร้อยมาลา

การไหว้ครูขั้นตอนที่ 2

1. ท่าพรหมยืน

เตะเท้าซ้ายอย่างสามชুম เตะเท้าขวา ไหว้ทิศเบื้องขวา ร่ายรำทำนกยุงรำแพน เตะเท้าซ้ายอย่างสามชুম เตะเท้าขวาย่างสามชুম เตะเท้าซ้าย หมุนทิศเบื้องซ้าย ไหว้ทิศเบื้องซ้าย ร่ายรำท่าหงส์เหิน

เตะเท้าขวาย่างสามชুম เตะเท้าซ้ายอย่างสามชুম เตะเท้าขวา พร้อมหมุนไปทิศเบื้องหลังผ่านขวามือ ไหว้ทิศเบื้องหลัง ทำท่าคูดัสกร ทำท่าพระรามแผลงศรครั้งที่ 1 ครั้งที่ 2 โดยการไหว้ครั้งที่ 3 โดยก้าวเท้าซ้ายไปย่างสามชুম แล้วยกเท้าซ้ายไปด้านหน้ากระแทกลงสู่พื้นด้านซ้าย ด้านขวาและด้านกลาง ตัดไม้ข่มนามยกเท้าซ้ายอย่างสูงถอยหลังสลับเท้าขวาจนถึงมุม เท้าชิด เสร็จการไหว้ครู

หัวใจของการรำมวยไหว้ครู คือการระลึกถึงพระคุณบิดามารดาครูอาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาและระลึกถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ช่วยปกป้องคุ้มครองรักษาให้รอดพ้นจากภัยอันตราย ส่วนการรำรำถ้อยเป็นการแสดงความฮึกเหิมไม่เกรงกลัวคู่ต่อสู้และเป็นการอบอุ่นร่างกาย ยืดเหยียดเส้นและยืดกล้ามเนื้อไปในตัว

1.3หลักพื้นฐานการฝึกมวยไทย

หลักการพื้นฐานในการฝึกมวยไทยมีดังนี้

ชาญชัย ยมดิษฐ์(2553)ได้สรุปทักษะพื้นฐานมวยไทยไว้ดังนี้

1.3.1การตั้งท่าจดมวยหมายถึงการวางเท้าและการวางมือให้ถูกต้องตามหลักการฝึก โดยเฉพาะการจดเหลี่ยมมวย



ภาพที่ 10การตั้งท่าจดมวย

เหลี่ยมซ้าย หมายถึง การยื่นหมัดขวาไปข้างหน้าสูงเหนือระดับหางคิ้ว ในขณะที่เท้าขวายื่นไปด้านหลัง หมัดซ้ายชิดคาง เท้าซ้ายอยู่ด้านหน้า ลำตัวเหยียดตรง ไม่เกร็งปล่อยตัวตามสบาย โดยให้น้ำหนักอยู่ที่เท้าซ้ายระยะห่างของเท้าทั้งสองข้าง 1 ช่วงตัวสายตามองผ่านมือไปยังคู่ต่อสู้ตลอดเวลา

เหลี่ยมขวาหมายถึง การยื่นหมัดซ้ายไปข้างหน้าสูงเหนือระดับหางคิ้ว ในขณะที่เท้าซ้ายยื่นไปด้านหลัง แขนซ้ายขนานกับลำตัว หมัดขวาชิดคาง เท้าขวาอยู่ด้านหลัง ลำตัวเหยียดตรง ไม่เกร็งปล่อยตัวตามสบาย ให้น้ำหนักอยู่ที่เท้าขวา สายตามองผ่านมือไปยังคู่ต่อสู้ตลอดเวลา

การวางตำแหน่งที่ถูกต้อง หมายถึง การกำหมัด การวางเท้าและลำตัว

การกำหมัดที่ถูกต้อง คือ แบนมือให้นิ้วมือทั้ง 4 เรียงชิดติดกัน แล้วพับนิ้วทั้ง 4 นิ้วเข้าหาอุ้งมือ แล้วกดทับด้วยนิ้วหัวแม่มือลงทาบในลักษณะเฉียงกับนิ้วชี้และนิ้วกลางเพื่อให้หมัดที่กระชับแน่นโดยไม่เกร็ง

1.3.2 การใช้ หมัด เท้า เข่า ศอก

การใช้หมัด

หมัดตรง หมายถึง การใช้หมัดที่ถนัดมุ่งไปยังเป้าหมายโดยอาศัยแรงเหวี่ยงจากหัวไหล่ ลำตัว และเท้ายันพื้น โดยน้ำหนักตัวอยู่ที่เท้าหน้า แล้วใช้แรงส่งจากเท้าหลังสะโพก และหัวไหล่

หมัดตัด หมายถึงการใช้หมัดเหวี่ยงในลักษณะโค้งเป็นครึ่งวงกลม บริเวณลำตัว ใบหน้าหรือศีรษะของคู่ต่อสู้บางคนเรียกหมัดเหวี่ยง

หมัดตัววัด หมายถึง การใช้สันหมัดกดลงบริเวณอวัยวะสำคัญของคู่ต่อสู้ในลักษณะเหยียดแขนออกไปพร้อมกับชกตัวดวงแคบ

หมัดเสย หมายถึง การใช้หมัดชกเข้าหาคู่ต่อสู้โดยงอศอก เกร็งข้อศอกหงายหมัด แล้วพุ่งหมัดสู่เป้าหมาย ได้แก่ ปลายคาง ดั้งจมูก หรือใบหน้าที่คู่ต่อสู้



ภาพที่ 11หมัดตรงภาพที่ 12หมัดตัดภาพที่ 13หมัดเสย

การใช้เท้า

แบ่งออกเป็น 2 ไม่คือ การเตะและการถีบ

การเตะ หมายถึงการใช้อวัยวะส่วนขาตั้งแต่เอวลงไปจนถึงปลายเท้า

เตะตรง หมายถึง การเตะเสยจากพื้นขึ้นไปส่วนบนในลักษณะตั้งฉากกับพื้น

เตะตัด หมายถึง การเตะที่ใช้เท้าวาดขึ้นขนานกับพื้นสามารถเตะตัดได้ทั้งส่วนล่างของลำตัวและส่วนบนของอวัยวะ

เตะตัววัดหรือเตะเฉียง หมายถึงการที่ทิศของการเตะจะเฉียงลงพื้นสู่เป้าหมายดังตัวอย่างรูปภาพต่อไปนี้

เตะกลับหลัง หมายถึง การหมุนตัวหันหลังให้คู่ต่อสู้ แล้วเหวี่ยงขาที่วางอยู่ด้านหลัง โดยให้สันเท้าประทะเป้าหมาย



ภาพที่ 14เตะตรงภาพที่ 15เตะตัด

ภาพที่ 16กลับหลัง

การถีบ

การถีบ หมายถึงการใช้ปลายเท้า ฝ่าเท้าหรือสันเท้าปะทะคู่ต่อสู้ ปลายเท้าปะทะคู่ต่อสู้ ถีบตรงหมายถึง การถีบออกไปตรงๆให้ปลายเท้า สันเท้า หรือฝ่าเท้าปะทะ เป้าหมายในส่วนต่างๆของคู่ต่อสู้ โดยอาจเหยียดเท้าตรงหรืองอเท้าเข้าถีบก็ได้

การถีบข้าง หมายถึงการใช้ปลายเท้าถีบออกไปด้านข้างของลำตัว โดยเอียงศีรษะออกไปห่างจากลำตัว

การถีบจิก หมายถึง การใช้ปลายเท้าที่ถนัดจิกไปยังบริเวณหน้าท้อง หรือลิ้นปี่ของคู่ต่อสู้โดยอาศัยแรงส่งจากเท้าที่ไม่ถนัด

การกลับหลังถีบ หมายถึง การถีบตรงออกไปด้านหลัง อาจเหยียดขาตรง หรืองอขาแล้วเหยียดตรงออกไปยังเป้าหมาย

การกระโดดถีบ หมายถึงการสับเท้าที่ไม่ถนัดออกไป 1 จังหวะแล้วลอยตัวใช้เท้าที่ถนัดพุ่งไปยังเป้าหมายของคู่ต่อสู้



ภาพที่17การถีบตรง

ภาพที่ 18การถีบข้าง

ภาพที่19การถีบจิก

การใช้เข้า

การใช้เข้าหมายถึง การใช้อวัยวะส่วนที่เป็นข้อต่อระหว่างกระดูกขาส่วนบนกับกระดูกขาส่วนล่างแล้งอพับขากระทุ้งไปยังเป้าหมายของคู่ต่อสู้

เข้าตรง หมายถึง เข้าพุ่งตรงไปข้างหน้าเข้าสู่เป้าหมาย

เข้าเฉียง หมายถึง เข้าตีเฉียงเข้าสู่เป้าหมายด้านตรงกับเข้าที่พุ่งออกไป

เข้าโค้ง หมายถึง การบิดสะโพกให้คว่ำลง พร้อมกับเหวี่ยงขาให้มีรัศมีโค้งจากบนลงล่างปะทะเป้าหมายให้ปลายเท้าเหยียดเป็นเส้นตรงกับขาและเข้า

เข้าโยน หมายถึง การกระโดดโยนเข้าขึ้นไปตรงๆ คล้ายๆ เขาลอย เป้าหมายปลายคางและหน้าอกของคู่ต่อสู้

เขาลอย หมายถึง การกระโดดขึ้นสูงทะยานกับเข้าโยน แต่เขาลอยสูงพ้นสูงกว่า



ภาพที่ 20 เข้าตรง

ภาพที่ 21 เข้าเฉียง

ภาพที่ 22 เขาลอย

การใช้ศอก

ซึ่งการใช้ศอกพื้นฐานมีลักษณะดังนี้

ศอกตีหรือศอกกลับ หมายถึง วิธีการตีศอกจากบนลงล่าง เฉียงซ้ายมุมฉากบางครั้งอาจบิดตัวตีโดยมีแรงส่งจากไหล่ ลำตัว และเท้า

ศอกตัด หมายถึง การตีศอกจากกลางงัดขึ้นไปข้างบนตรงเป็นมุมฉาก

ศอกกระทุ้ง หมายถึง การใช้ศอกพุ่งออกไปด้านหลังในลักษณะกระทุ้ง แกะไขสถานการณ์คู่ต่อสู้ประชิดเข้ามาด้านหลัง

ศอกกลับ หมายถึง การหมุนตัวตีศอกกลับทางด้านหลัง ตามจังหวะที่สัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวตามเท้า



ภาพที่ 23 คอกตีหรือคอกกลับภาพที่ 24 คอกตัด

ภาพที่ 25 คอกกลับ

สรุปมวยไทยพื้นฐาน การใช้หมัดแบ่งออกเป็นหมัดตรง หมัดตัด หมัดวัด หมัดเสีย การใช้เท้าเตะ แบ่งเป็นเตะตรง เเตะตัด เเตะวัด เเตะกลับหลัง การถีบแบ่งเป็น ถีบตรง ถีบข้าง ถีบจิก และกลับหลังถีบ การใช้เข่า แบ่งเป็นเข่าตรง เข่าเฉียง เข่าตัด เข่าโค้งและเข่าลอย การใช้ศอก แบ่งเป็น ศอกตี ศอกตัด ศอกจัด ศอกพุ่ง ศอกกระทุ้ง และศอกกลับ

แม่ไม้มวยไทย และ **ลูกไม้มวยไทย** ชาญชัย ยมดิษฐ์(2553).กล่าวถึง แม่ไม้มวยไทย และกลมวยว่าแม่ไม้มวยไทยพื้นฐาน แม่ไม้มวยไทย แบ่งออกได้ 15 แม่ไม้มวยไทย ได้แก่ สลับฟันปลา ปักขาแหวกวัง ขวาชัดดอก อิเหนาแทงกริช ยอเขาพระสุเมรุ ตาเถรคำฟัก มอญยันหลัก ปักลูกทอย จระเข้ฟาดหาง หักวงไอยรา นาคาบิดหาง วิรุฬหกกลับ ดับขวาลา ชูนัยักษ์จับลิ้ง หักคอเอราวัณ



ภาพที่ 26 ท่าสลับฟันปลา

ภาพที่ 27 หักคอเอราวัณภาพที่ 28 ขวาชัดดอก

ลูกไม้มวยไทย แบ่งออกได้ 15 ลูกไม้มวยไทย ได้แก่ เอราวัณเสยงา บาทาลูปพัคตร์ ชูนัยักษ์พานาง พระรามนำวศร ไกรสรข้ามห้วย กวางเหลียวหลัง หิริญม้วนแผ่นดิน นาคมุดบาดาล หนุมานถวายน แหวน ญวนทอดแห ทะแยคำเสา หงส์ปีกหัก สักพงมาลัย เถรกวาดลาน ฝานลูกบวบดังรูปภาพ ตัวอย่างต่อไปนี้

กลมวย หมายถึงเทคนิคเฉพาะตัวของนักมวยจะมีลักษณะแตกต่างกันในมวยไทย โบราณได้กล่าวไว้ว่า เช่น ท่าฤๅษีขบถยา ท่าพระรามเดินดง ท่าพระรามเหยียบลงกา ท่าบันเสียรทศกัณฐ์ ท่านกคุ้มเข้ารัง ท่าม้าดีดกะโหลก ฯลฯ

แม่ไม้มวยไทย

แม่ไม้มวยไทย หมายถึงท่าของการใช้ศิลปะมวยไทยที่สำคัญที่สุด อันเป็นพื้นฐานของการใช้ศิลปะแม่ไม้มวยไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 15 แม่ไม้ ดังนี้

1. สลับฟันปลา (รับวงนอก)

กลมวยนี้เป็นไม้ครูเบื้องต้นของการ หลบออกวงนอกเพื่อจะได้ใช้กลมวยไม้ อื่นต่อไป **ฝ่ายรุก**ชกด้วยหมัดตรงซ้าย พร้อมกับตัวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้าหมายชกใบหน้าของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับก้าวเท้าขวาหลบ ไปทางกิ่งขวา 1 ก้าว พร้อมโน้มตัว เอนไปทางขวาประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าขวา ขาขวางอเล็กน้อย ศีรษะและตัวหลบออกวงนอกของหมัดฝ่ายรุก ทันใดใช้มือขวาจับกำค้ำว่าที่แขนท่อนบนของฝ่ายรุก มือซ้ายจับกำหางที่ข้อมือของฝ่ายรุก (ท่าคล้ายจับหักแขน)

2. ปักขาแหวกรัง (รับวงใน)

กลมวยนี้ใช้เป็นหลักสำหรับหลบหมัด ตรงออกทางวงนอก แล้วโต้ตอบด้วยศอก **ฝ่ายรุก**ชกใบหน้าฝ่ายรับด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า **ฝ่ายรับ**รับก้าวเท้าสับไปข้างหน้าเฉียงไปทางกิ่งซ้ายเล็กน้อยภายในแขนซ้ายของฝ่ายรุก ตัวเอนประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าซ้าย ทันใดให้งอแขนทั้ง 2 ข้าง ปะทะแขนท่อนบน และท่อนล่างของฝ่ายรุกไว้อย่างเร็ว หมัดของฝ่ายรับทั้งคู่ชิดกัน (คล้ายท่าพนมมือ) ศอกกางประมาณ 1 คืบ ศีรษะและใบหน้ากำบังอยู่ระหว่างแขนทั้งสอง ตาคอยชำเลื่องดูหมัดขวาของฝ่ายรุก



ภาพที่ 29 สลับฟันปลา ภาพที่ 30 ปักขาแหวกรัง

3. ขวาชัดหอก (ศอกวงนอก)

กลมวนี้ใช้เป็นหลักในการรับหมัดชกตรง ด้วยการใช้ศอกเข้าคลุมวงใน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดตรงซ้ายยังบริเวณใบหน้าที่ของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสปีไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าเอนตัวไปทางข้างขวา โดยเอนตัวประมาณ 30 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าขวาทันใดรับจอแขนซ้ายใช้ศอกกระแทกที่ชายโครงใต้แขนซ้ายของฝ่ายรุก

4. อิเหนาแทงกริช (ศอกวงใน)

กลมวนี้ใช้เป็นหลักในการรับหมัดชกตรง ด้วยการใช้ศอกเข้าคลุมวงใน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปด้านหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสปีไปด้านหน้า โดยตัวเอียงไปทางซ้ายเล็กน้อย ให้เอนตัวประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าซ้าย จอศอกขวาชนกับพื้น แล้วตีศอกกระดักซ้ายโครงของฝ่ายรุกตอบด้วยแขนซ้าย

5. ยกเขาพระสุเมรุ (ตอยตั้งหมัดต่ำก้มตัว 45 องศา)

กลมวนี้ใช้รับหมัดตรงในลักษณะก้ม ตัวเขว่งในให้หมัดผ่านศีรษะไปแล้วชกปลายคาง

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าขวาพร้อมกับย่อตัวต่ำเข้าหาฝ่ายรุก จอเข่าขวา ให้ขาซ้ายตั้งแล้วย่อตัวลงต่ำ แล้วเอนตัวไปข้างหน้าประมาณ 45 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนขาขวา ทันใดนั้นให้ยึดเท้าขวายกตัวเป็นแหวน พร้อมกับพุ่งหมัดชกขวาเสียดคางของฝ่ายรุก หน้าเญดคางของฝ่ายรุก แล้วใช้แขนซ้ายกำบังอยู่ตรงหน้าเสมอคาง



ภาพที่ 31 ขวาชัดหอก ภาพที่ 32 อิเหนาแทงกริช ภาพที่ 33 ยกเขาพระสุเมรุ

6. ตาเถรค้ำฟัก (ต้อยคางหมัดสูงก้มตัว 60 องศา)

กลมวนี้เป็นหลักเบื้องต้นในการป้องกัน หมัดโดยใช้แขนปิดหมัดที่ชกมาขึ้นข้างบน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้าของฝ่ายรุก ทางกึ่งขวาของวงหมัดภายในของฝ่ายรุกที่ชกมางอเข้าซ้ายเล็กน้อย แล้วใช้หมัดซ้ายชกใต้คางของฝ่ายรุก และใช้แขนขวาป้องหมัดซ้ายฝ่ายรุกที่ชกมาให้พ้นตัว

7. มอญยันหลัก (รับต่อยด้วยถีบ)

กลมวนี้เป็นหลักสำคัญในการรับหมัดด้วย การใช้เท้ายันยอดอกหรือท้อง

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ ผลักตัวเอนไปทางขวา เอนตัวหนีฝ่ายรุกประมาณ 45 องศา ยืนบนเท้าซ้าย แขนทั้ง 2 งออยู่ตรงหน้า เหลียวดูฝ่ายรุก หันได้นั้นยกเท้าขวาถีบที่บริเวณหน้าท้องของฝ่ายรุกให้กระเด็นห่างออกไป

8. ปักลูกทอย (รับเตะด้วยศอก)

ใช้รับการเตะกราดของคู่ต่อสู้ โดยใช้ศอกรับสลับกัน

ฝ่ายรุก ยืนตรงหน้าพอได้ระยะเตะ ให้ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณชายโครงของฝ่ายรับ จากขวาไปซ้าย แล้วโน้มตัวเล็กน้อย พร้อมทั้งงอแขนทั้ง 2 ปกป้องตรงหน้า

ฝ่ายรับ รับผลักตัวไปทางซ้าย พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายฉากไปด้านหลัง ใช้แขนขวาอศอกขึ้น รับเท้าของฝ่ายรุกที่เตะมา ใช้แขนซ้ายงอป้องกันอยู่ตรงหน้าให้สูงกว่าแขนขวาเพื่อป้องกันพลาดถูกใบหน้า



ภาพที่ 34ตาเถรค้ำฟักภาพที่ 35มอญยันหลักภาพที่ 36ปักลูกทอย

9. จระเข้ฟาดหาง (รับต่อยด้วยเตะ)

แม่ไม้นี้ใช้สันเท้าฟาดไปด้านหลังเมื่อคู่ต่อสู้เสียหลัก

ฝ่ายรับ ยืนอยู่ในท่าจดมวย

ฝ่ายรุก เตะด้วยซ้ายเพื่อให้คู่ต่อสู้หลบเท้าเสียหลักไปด้านหลัง หลังจากนั้นใช้สันเท้าขวาเหวี่ยงฟาดไปที่ก้นคอของคู่ต่อสู้

10. หักงวงไอยรา (ถองโคนขา)

เป็นการรับเตะของคู่ต่อสู้โดยใช้แขนหนีบไว้แล้วใช้ศอกปักลงที่ต้นขาของคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังชายโครงของฝ่ายรับ งอแขนทั้ง 2 บังอยู่ตรงหน้า

ฝ่ายรับ รีบก้าวเท้าขวาเข้าหาฝ่ายรุกตรงหน้าเกือบประชิดตัว เอียงตัวไปทางซ้าย แล้วเข้าขวางอ เท้าซ้ายเหยียดตรง ทันใดเอามือซ้ายจับเท้าขวาของฝ่ายรุก แล้วต้องพยายามยกขาฝ่ายรุกให้สูงเพื่อกันฝ่ายรุก แล้วใช้ศอกสับลงที่ต้นขาของคู่ต่อสู้อย่างรุนแรง

11. นาคาบิดหาง (บิดขาจับตีเข่าที่น่อง)

เป็นการรับถีบที่คู่ต่อสู้เตะมาแล้วบิดเท้าที่เตะมาแล้วเหวี่ยงทิ้ง

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณชายโครงของฝ่ายรับ ให้แขนทั้ง 2 ข้างงออยู่ตรงหน้า

ฝ่ายรับ รีบพลิกตัวไปทางซ้าย ยืนบนเท้าซ้าย มือซ้ายจับสันเท้าของฝ่ายรุก แล้วใช้มือขวาจับที่ปลายเท้าแล้วบิดออกนอกลำตัว



ภาพที่ 37 จระเข้ฟาดหาง ภาพที่ 38 หักงวงไอยรา ภาพที่ 39 นาคาบิดหาง

12. วิรุณหกกลับ (รับเตะด้วยถีบ)

เป็นการตอบโต้เท้าที่เตะมาโดยใช้เท้าถีบไปที่ขาของผู้ที่เตะมาให้เสียหลัก

ฝ่ายรุก ยกขาขวาจะเตะขึ้นพร้อมมืออยู่ในท่าจดมวย

ฝ่ายรับ ใช้เท้าซ้ายถีบเข้าที่ต้นขาของผู้ต่อสู้ให้ย้อนกลับไปด้านหลังเพื่อให้เสียหลัก

13. ดับขวาลา (ปิดหมัดต่อยตอบ)

กลมมวยนี้ใช้แก้หมัดตรงโดยชกสวนเข้าที่บริเวณใบหน้า

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายไปยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า แขนขวาคู่บริเวณปลายคาง

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายข้างหน้ากึ่งขวา หลบอยู่นอกหมัดซ้ายของฝ่ายรุก เอี้ยวตัวไปทางขวา ปิดและกดแขนซ้ายของฝ่ายรุกที่ชกมา ให้เอนไปทางซ้ายกดให้ต่ำลง ทันใดให้รับใช้หมัดซ้ายต่อยบริเวณปากครึ่งจมูกครึ่ง หรือที่ใบตาของฝ่ายรุก แล้วพุ่งตัวโดดไปทางกึ่งขวา

14. หักคอเอราวัณ (โน้มคอตีเข้า)

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรงพร้อมกับสับเท้าซ้ายไปข้างหน้าหมัดขวาคู่บริเวณคาง

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายสับไปตรงหน้าฝ่ายรุกอย่างรวดเร็ว พร้อมกับยกแขนขวาสอด ปิดแขนซ้ายของฝ่ายรุก แล้วกระโดดเข้าเหวี่ยงที่คอฝ่ายรุก โนมลงมาโดยแรง แล้วตีด้วยเข่าบริเวณใบหน้า



ภาพที่ 40 วิรุณหกกลับ ภาพที่ 41 ดับขวาลา ภาพที่ 42 หักคอเอราวัณ

15. ชูญักษ์จับลิง (รับ - ต่อย - เตะ - คอก)

ตอนที่ 1

ฝ่ายรุก ใช้หมัดซ้ายพุ่งตรงไปยังใบหน้าของฝ่ายรับพร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสับเท้าเข้าหาตัวฝ่ายรุกตรงหน้า ใช้แขนขวาปิดแขนซ้ายของฝ่าย

รุกให้พ้นตัว

ตอนที่ 2

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดบริเวณขาโครงของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ รับผลัดตัว แล้วถอยเท้าซ้ายไปข้างหลังรวกกิ่งซ้ายย่อตัวลงใช้ศอกขวาถองไป

ที่ขาขวาตอนบนของฝ่ายรุก

ตอนที่ 3

ฝ่ายรุก งอแขนขวาโน้มตัวถองชกศีรษะของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ รับยืดตัวงอแขน ให้ใช้แขนตอนบนปะทะกับแขนตอนล่างของฝ่ายรุก แล้วรับ

ผลัดตัวก้าวเท้าขวาไปทางหลังประมาณกึ่งขวา



ตอนที่ 1 ตอนที่ 2 ตอนที่ 3

ภาพที่ 43 ชูญักษ์จับลิง (รับ - ต่อย - เตะ - คอก)

ลูกไม้มวยไทย

ลูกไม้มวยไทย หมายถึง ท่าของการใช้ศิลปะแม่ไม้มวยไทยที่ย่อยมาจากแม่ไม้มวยไทยมีความละเอียดอ่อน ซึ่งผู้ที่ฝึกจะต้องฝึกแม่ไม้มวยไทยเป็นลำดับแรกก่อนที่จะมาฝึกลูกไม้มวยไทย โดยลูกไม้มวยไทยแบ่งเป็น 15 ลูกไม้ ดังนี้

1. เอรಾವินเสงา (แหวก ชกเสยคาง)

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรงไปยังใบหน้าที่ของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า หมัดซ้ายคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ เอนตัวหลบเฉียงไปทางขวาเล็กน้อยเพื่อหลบหมัดซ้ายของฝ่ายรุก หรือใช้มือซ้ายปิดตาคู่ต่อสู้ที่ชกมาเฉียงขึ้น พร้อมกับใช้หมัดขวาชกเสยปลายคางของฝ่ายรุก

2. บาทาลูบพัคตร์ (ปิดหมัด เตะตรงหน้า)

ฝ่ายรุก ตั้งหมัดคุมเชิงโดยหมัดซ้ายนำ พร้อมทั้งก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้าหมัดขวาคุมที่ปลายคางเตรียมจะชกหน้าฝ่ายรับด้วยหมัดซ้ายตรง

ฝ่ายรับ พอฝ่ายรุกขยับตัวจะก้าวเข้าชกด้วยหมัดซ้ายตรง ทันใดนั้นรีบเตะด้วยเท้าขวาตรงไปที่ปลายคางของฝ่ายรุก หรือใช้ฝ่าเท้าลูบไปที่หน้าฝ่ายรุกแทนการเตะปลายคาง

3. ขุนยักษพานาง (แหวกมัด ด้วยทุ่ม)

เป็นการหลบหมัดคู่ต่อสู้ชกพร้อมใช้แขนซ้ายโอบกลางตัวแล้วทุ่มหงายหลังลงกับพื้น

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรง พร้อมทั้งก้าวเท้าสปีไปข้างหน้า หมัดขวาคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ รีบสปีเท้าขวาก้าวออกนอกเท้าขวาของฝ่ายรุก ทันใดรีบอาศัยความเร็วเข้าชิดตัวฝ่ายรุก แล้วใช้แขนซ้ายโอบกลางตัว (ตอนใกล้เอว) ของฝ่ายรุกใช้สะโพกยกตัวฝ่ายรุกขึ้น และทุ่มฝ่ายรุกหงายหลังลงกับพื้นโดยแรง ฝ่ายรุกจะเสียกำลัง หรือศีรษะอาจฟาดพื้น ทำให้ยอมแพ้อย่างง่ายดาย



ภาพที่ 44 เอรಾವินเสงา ภาพที่ 45 บาทาลูบพัคตร์ ภาพที่ 46 ขุนยักษพานาง

4. พระรามนาวศร (ปิดศอก ต่อยเสยคาง)

ใช้แก้มการตีศอกคู่ของคู่ต่อสู้แล้วตอบโต้ด้วยหมัดตั้งเข้าที่ท้องของต่อสู้

ฝ่ายรุก สืบเท้าเข้าหาฝ่ายรับ หรือเข้าประชิดตัว แล้วยกศอกคู่จะลงศีรษะ

ฝ่ายรับ สืบเท้าเข้าหาฝ่ายรุก พร้อมทั้งยกแขนท่อนล่างขึ้นขนานกับพื้น เพื่อรับหมัดหรือศอกคู่ของฝ่ายรุก ทันใดนั้นให้ใช้หมัดตรงกันข้ามชกเข้าที่ท้องหรือเสียไปที่คางของฝ่ายรุก

5. ไกรสรข้ามห้วย (หลบถีบ เตะตรง พับขาหลัง)

ใช้แก้มไม้ "บาทาลูบพักรตร์" โดยถีบกับไปที่ต้นขา

ฝ่ายรุก โดดเตะปลายคางของฝ่ายรับ โดยวิธีเตะเสียขึ้นตรง ๆ ด้วยเท้าขวา

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายโดดหลบ ปลายเท้าขวาของฝ่ายรุก โน้มตัวไปทางซ้าย ยืนบนเท้าซ้าย ทันใดรับสอเท้าขวาถีบขาหลังของฝ่ายรุกที่ยืนอยู่ตรงบริเวณหัวเข่า ซึ่งจะทำให้เขาเคล็ดใช้การไม่ได้

6. หนุมานถวายนว (แหวกวงใน ชกเสยคางด้วยหมัด)

ฝ่ายรุก ทำเหมือนจะชกด้วยหมัดตรงไปยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับสืบเท้าซ้ายไปข้างหน้าและแขนขวางอกคุม

ฝ่ายรับ ก้มตัวลง พร้อมกับสืบเท้าซ้ายเข้าชิดตัว หันซ้ายเข้าชิดอกฝ่ายรุก ทันใดนั้นกำหมัดทั้งสองชกเสกไปที่ปลายคางของฝ่ายรุก



ภาพที่ 47 พระรามนำวศร ภาพที่ 48 ไกรสรข้ามห้วย ภาพที่ 49 หนุมานถวายนว

7. กวางเหลียวหลัง (ตามเตะ ถีบด้วยส้นเท้า)

มีวิธีปฏิบัติ 2 ตอน

ฝ่ายรุก ตั้งหมัดขวาหรือหมัดซ้าย แล้วเตรียมตัวถอยหลังเพื่อหลบการเตะของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ เตะเข้าที่ปลายคางของคู่ต่อสู้ หากคู่ต่อสู้หลบเท้าที่เตะได้ ให้ฝ่ายเตะให้รับหมุนตัวกลับโดยมาเร็ว โดยใช้เท้าซ้ายยันเป็นหลักกลับหลังหัน ไขเท้าตรงกันข้ามถีบปลายคางหรือยอดอกของฝ่ายรุก



ตอนที่ 1



ตอนที่ 2

ภาพที่ 50 กว้างเหลือवल้ง

8. หิริญม้วนแผ่นดิน (รับเตะ ม้วนตัว แวงศอกกลับ)

เป็นการบังเท้าที่คู่ต่อสู้เตะมาพร้อมกับเหวี่ยงศอกกลับไปไ้ใบหน้าของคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก เตะด้วยเท้าขวารวดไปที่บริเวณชายโครงของฝ่ายรับ ยันบนขาซ้าย มือทั้งสองงอขึ้นกำบังตรงหน้า

ฝ่ายรับ รับยกแขนขวาท่อนล่างขึ้นรับการเตะของฝ่ายรุก ทันใดรับหมุนตัวกลับหลัง แล้วกางศอกซ้ายเสมอพื้นตีคางหรือบริเวณใบหน้าของฝ่ายรุก



ภาพที่ 51 หิริญม้วนแผ่นดิน

9. นาคมุฑบาดาล (ก้มหลบลอดขา ถีบขาพับ)

แก้ทางคู่ต่อสู้ที่เตะมา โดยถีบไปที่ข้อพับ

ฝ่ายรุก เตะด้วยเท้าขวาไม่ถูกที่หมาย ตัวหมุนไปด้วยแรงตามเท้าขวาไปด้วยแรงเหวี่ยง

ฝ่ายรับ รับผิดชอบเท้าขวาถีบขาพับทางซ้ายของฝ่ายรุกให้ล้มลง

10. ญวนทอดแห (ปิดถีบ เตะสอดขาพับ)

ใช้แก้มถีบของคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก เตรียมบุกฝ่ายรับ ด้วยการให้เท้าถีบไปที่บริเวณหน้าท้องของคู่ต่อสู้ แล้วหมัดขวาคุมเสมอกลาง

ฝ่ายรับ ใช้มือซ้ายปิดเท้าที่ถีบออกมาให้หลบออกห่างไปทางด้านซ้าย เพื่อให้คู่ต่อสู้เสียหลักจากนั้นใช้เท้าซ้ายเตะเข้าที่ต้นขาซ้ายโครงคู่ต่อสู้ให้เสียหลัก

11. ทะแยค้ำเสา (หลบเตะ ถีบขาหลัง)

ใช้แก้มเตะสูง ตอกลับด้วยถีบไปที่หัวเข่าหรือโคนขา

ฝ่ายรุก เตะฝ่ายคู่ต่อสู้ด้วยเท้าซ้ายไปที่บริเวณก้นคอ ตัวเอนและยืนบนเท้าขวาหมดกำบังตัว

ฝ่ายรับ ใช้มือบังเท้าที่เตะมาในลักษณะค้ำเสาแล้วรับก้มตัวลง และยกเท้าขวาขึ้นถีบที่โคนขาขวาของฝ่ายรุก เพื่อให้เสียหลัก



ภาพที่ 52 นาคมุดบาดาล ภาพที่ 53 ญวนทอดแห ภาพที่ 54 ทะแย ค้ำเสา

12. หงส์ปีกหัก (หลบวงใน-วงนอก คอกฟ้นแขน)

ใช้ป้องกันหมัดตรง ตอบกลับด้วยศอกตีไปที่ต้นแขน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรงไปยังบริเวณใบหน้าที่ของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดซ้ายคุมเสมอคง

ฝ่ายรับ สับเท้าขวาก้าวเข้าชิดตัวฝ่ายรุกโดยเร็ว ใช้หมัดซ้ายปิดหมัดขวาของฝ่ายรุกที่ชกมาให้พ้นตัว ทันใด รับใช้ ศอกขวา ฟันเฉียด ลงไปถึงกลางแขนซ้ายที่นอนบนหรือบริเวณไหล่ปลาร้า

13. สักพวงมัลลย์ (หลบวงใน แทะศอกที่หน้าอก)

เป็นการป้องกันหมัดตรงหน้า พร้อมตอบกลับด้วยศอกพุ่ง

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง มุ่งไปบริเวณใบหน้าที่ของฝ่ายรับ เท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดขวาคุมเสมอคง

ฝ่ายรับ สับเท้าเข้าหาฝ่ายรุก งอตัวอยู่ภายในแขนของฝ่ายรุก หมัดขวารับปิดแขนซ้ายของฝ่ายรูกออกไปให้พ้นตัว ทันใดรับยกศอกซ้ายแทงบริเวณแผ่นอกของฝ่ายรุก แทะติดๆกันหลายครั้ง

14. เกรกวาดลาน (เตะขาขวา สลับฟันศอก)

ใช้แก้เตะสูงด้วยการเตะตัดล่าง

ฝ่ายรุก เตะซ้ายเข้าหาข้อต่อส้นเท้าฝ่ายรับ หมัดขวาคุมเสมอคง

ฝ่ายรับ ก้มตัวลงเล็กน้อย และเตะขวาเข้าที่ขาพับด้านนอกของข้อต่อส้นเท้า



ภาพที่ 55 หงส์ปีกหัก ภาพที่ 56 สักพวงมัลลย์ ภาพที่ 57 เกรกวาดลาน

15. ฟานลูกบวบ (หลบเข้าวงใน ฟันศอกตรงหน้า)

ใช้แก้หมัดตรงด้วยการใช้ศอกผานขึ้น

ฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้ายพร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดขวาคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับรับสับเท้าซ้าย ชิดตัวฝ่ายรุกอยู่วงใน ของฝ่ายรุกให้พ้นตัว ทันใดนั้น รีบยกศอกขวาขึ้นเสมออกหู ฟันขึ้นไปบนใบหน้าที่ของฝ่ายรุก ในลักษณะเฉียงขึ้น



ภาพที่ 58 ฟันลูกบวบ

เชิงมวย

เชิงมวยหมายถึง วิธีการใช้หมัด เท้า เข่า และศอก เป็นท่าทางหรือแบบแผนในการรุกและการรับแบบต่างๆเชิงมวยแบ่งเป็น 4 เชิง เชิงหมัด 15 เชิงเชิงเท้า 15 เชิงเชิงเข่า 11 เชิงเชิงศอก 24 เชิง ดังนี้

เชิงหมัด 15 เชิง

1. การจิกไข (หมัดตรงนำ)

เป็นการใช้หมัดหน้าชกเข้าที่ใบหน้าที่ของฝ่ายรับ

การป้องกันใช้มือตบหมัดลงหรือเฉียงออกข้าง

การตอบแก้ตบหมัดลงและตามด้วยเข่าขวาพุ่งเข้าที่ชายโครง

2. พระพายล้มสิงขร (หมัดตรงตาม)

เป็นการก้มหลบหมัดคู่ต่อสู้แล้วตอยหมัดตรงหลังเข้าที่หน้าท้องของคู่ต่อสู้

การป้องกันใช้แขนตีหมัดที่ชกมาให้ออกไปด้านข้าง

การตอบแก้ใช้ถีบจิกเข้าที่บริเวณท้อง



ภาพที่ 59การจิกไข่ ภาพที่ 60พระพายล้มสิงขร

3. วานรหักด่าน (หมัดเหวี่ยงข้าง)

เป็นการใช้หมัดเหวี่ยงข้างเข้าที่บริเวณที่เปิดว่างระหว่างใบหน้า

การป้องกัน ใช้มื่อยกขึ้นปกปิด

การตอบแก้ ใช้มื่อยกขึ้นปกปิดมืออีกข้างชกเข้าไปที่ปลายคางคู่ต่อสู้

4. พระกาฬเปิดโลก (หมัดหงาย)

ใช้มือปิดมือคู่ต่อสู้ที่ชกมาพร้อมใช้หมัดหลังงัดขึ้นเข้าที่ปลายคางคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนตบลง

การตอบแก้ ใช้เท้าถีบจิกที่ท้องตามด้วยศอกพุ่งเข้าใบหน้า

5. โขกนาสา (หมัดงอตัว)

การป้องกัน ใช้มือปิดขึ้นบน

การตอบแก้ ใช้เข้าตรงพุ่งเข้าไปที่ชายโครง



ภาพที่ 61วานรหักด่าน ภาพที่ 62พระกาฬเปิดโลก ภาพที่ 63โขกนาสา

6. อินทราชวังจักร (หมัดขว้าง)

การป้องกัน ปิดหมัดขึ้นหรือลง

การตอบแก้ ใช้ศอกตีเข้าไปที่ใบหน้า

7. พระลักษมณ์ห้ามพล (หมัดอัด) สืบเท้าเข้าไปใช้หมัดดังดออยู่ที่บริเวณท้องของคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนปิดลง

การตอบแก้ ใช้เข่าเฉียงขึ้นที่ชายโครง

8. ผจญช้างสาร (ชกพร้อมกับเท้า) เป็นการชกหมัดตรงเข้าที่ใบหน้าพร้อมเตะเท้าเข้าที่ชายโครงของคู่ต่อสู้

การป้องกัน ยกเท้าบังพร้อมปิดหมัดที่ชกมา

การตอบแก้ ใช้เท้าถีบเข้าที่ลูกกระเดือก

9. หนุมานถวายแหวน (หมัดคู่) เป็นการก้มหลบหมัดคู่ต่อสู้แล้วใช้หมัดคู่ชกเข้าที่ปลายคาง

การป้องกัน ใช้แขนยกบังหมัดคู่

การตอบแก้ ใช้เท้าเตะเหวี่ยงเข้าที่ชายโครง



ภาพที่ 64 อินทราชวังจักร ภาพที่ 65 พระลักษมณ์ห้ามพล ภาพที่ 66 ผจญช้างสาร



ภาพที่ 67 หนุมานถวายแหวน (หมัดคู่)

10. ล่วงแดนเหรา (ชกพร้อมเข้า)

ใช้หมัดชกเข้าที่ใบหน้าพร้อมเข้าที่หน้าท้องของคู่ต่อสู้

การป้องกันถอยกลับข้างหลังอย่างรวดเร็ว

การตอบโต้กระโดดถีบด้วยเท้า

11. นาคาพ่นไฟกาฬ (หมัดสลับ)

เป็นการสับเข้าไปด้วยสองหมัดพร้อมกันโดยหมัด 1 ต่อยที่ท้อง หมัด 1 ต่อยที่ไห

ปลาร้า

การป้องกันถอยให้พ้นระยะหมัด

การตอบโต้ใช้เตะตัดร่างเพื่อให้เสียหลัก

12. หนุมานจงถนน (หมัดคว่ำบน)

การป้องกันใช้แขนยกขึ้นบัง

การตอบโต้ใช้หมัดจัดเข้าที่ปลายคาง

13. หักด่านลมกรด (หมัดปנסอก)

เดินเข้าไปต่อยหมัดตรงที่ใบหน้าแล้วตามด้วยศอกเป็น 2 จังหวะ

การป้องกันใช้จังหวะหลบฉาก

การตอบโต้ใช้เท้าถีบจิกที่ท้องเพื่อทำลายจังหวะ



ภาพที่ 68 ล่วงแดนเหรา ภาพที่ 69 นาคาพ่นไฟกาฬ ภาพที่ 70 หนุมานจงถนน



จังหวะที่1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 71 หักด้านลมกรด

14. องคตควงพระขรรค์ (หมัดควง)

เป็นการก้าวไปต่อยหมัดตั้งซ้ายและขวาเข้าที่ท้อง

การป้องกัน ใช้ตบหมัด

การตอบโต้ ใช้ศอกตีเข้าที่ใบหน้า

15. ฤาษีลิมญาน (หมัดหลอก)

การป้องกัน ใช้มือปัดหมัด

การตอบโต้ ตบหมัดสวนคืนด้วยศอกพุ่งเข้าที่ใบหน้า



ภาพที่ 72 องคตควงพระขรรค์ ภาพที่ 73 ฤาษีลิมญาน

เชิงเท้า 15 เเชิง

1. เปิดทวาร (เตะนำ)

เป็นการใช้เท้าหน้าเตะขึ้นตรงๆ หมายปลายคางคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้หมัดขวาตบลง

การตอบโต้ ใช้แขนเหวี่ยงออกให้เสียหลัก

2. ลงดานประตุ(เตะเหวี่ยง)

เป็นการเตะเหวี่ยงขึ้นบน เป้าหมายที่ก้านคอ

การป้องกัน ใช้แขนยกป้องกัน

การตอบโต้ ใช้เท้าถีบจิกเข้าที่หน้าท้อง

3. กระทุ้ขรวัวตา (เตะถีบ)

เป็นการเตะขึ้นตรงเป้าหมายคือปลายคาง ขณะเท้าลดลง งอขาถีบเข้าที่ลูกกระเดือก

การป้องกัน กระโดดถอยหลัง พร้อมยกแขนป้องกัน

การตอบโต้ หลบฉากแล้วใช้เท้าถีบไปที่ต้นขาเพื่อให้เสียหลัก



ภาพที่ 74เปิดทวาร ภาพที่ 75ลงดานประตุภาพที่ 76กระทุ้ขรวัวตา

4. โยธาสินธพ (ถีบเตะตรง)

เป็นการใช้เท้าถีบ แล้วตามไปเตะ จังหวะที่ 1 ถีบนำก่อน เมื่อคู่ต่อสู้เสียหลักแล้ว จังหวะที่ 2 ให้เข้าไปเตะซ้ำเข้าที่ปลายคาง

การป้องกัน บิดตัวไปด้านข้างให้มากๆ

การตอบโต้ ใช้หมัดปัดสั่นเท้าให้เสียหลัก แล้วตามด้วยเข่าลอย



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 77 โยธาสินธพ

5. มานพเล่นขา (เท้าหน้าเตะเหวี่ยง)

เป็นใช้เท้าหน้าเตะเหวี่ยงขึ้นเป้าหมายที่ชายโครง

การป้องกัน เอียงตัวงอข้อศอกขวา และใช้หมัดปิดคู่ต่อสู้ไปทางขวา

การตอบโต้ ใช้เท้าถีบคู่ต่อสู้เพื่อให้เสียหลัก

6. กว้างเล่นโปรง (กระโดดเตะ)

เป็นการกระโดดใช้เท้าซ้ายเตะไปที่ปลายคาง ระหว่างเท้าขวาลงสู่พื้นให้เตะเท้าซ้ายที่ยังไม่ลงพื้นต่อขึ้นอีกที่ปลายคางคู่ต่อสู้

การป้องกัน กระโดดถอยหลังให้ห่างจากคู่ต่อสู้

การตอบโต้ ใช้เท้าเตะตัดร่างคู่ต่อสู้ให้เสียหลัก



ภาพที่ 78 มานพเล่นขา ภาพที่ 79 กว้างเล่นโปรง

7. มัจฉาเล่นหาง (เตะสามไม้ เตะเท้า,เตะคางและถีบ)เป็นการเตะ 3 ไม้ที่อยู่ในท่าเดียวกัน จังหวะที่ 1 เตะเท้า จังหวะที่ 2 เตะคางและจังหวะที่ 3 ถีบ

การป้องกันกระโดดถอยให้ห่างคู่ต่อสู้

การตอบโต้จับขาคู่ต่อสู้แล้วเหวี่ยงทิ้ง



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2 จังหวะที่ 3



ภาพที่ 80 มัจฉาเล่นหาง

8. ณรงค์พยุบาท (ถีบเตะเหวี่ยง)

จังหวะที่ 1 เป็นการถีบจิกด้วยปลายเท้าไปที่ลูกกระเดือกและ จังหวะที่ 2 ตามด้วยเตะเหวี่ยงด้วยแข้งเข้าที่ชายโครง

การป้องกันให้เงยหน้าไปข้างหลังเล็กน้อยพร้อมใช้มือขวาปิดเท้าให้ออกห่าง

การตอบโต้ถีบเท้าเข้าประชิดตัวใช้หมัดหรือศอกโหมเข้าใส่อย่างรุนแรง



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 81 ณรงค์พยุบาท

9. จระเข้ฟาดหาง (เตะเหวี่ยงหลัง)

เป็นการเหวี่ยงเท้าเตะโดยใช้เท้าใดเท้าหนึ่งเป็นหลัก หลังจากนั้นหมุนข้อเท้าเหวี่ยงไปด้านหลังโดยใช้สันเท้าเตะเข้าที่ก้านคอคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนปิดเท้าที่เตะมาออกให้ห่าง

การตอบแก้ จับเท้าคู่ต่อสู้แล้วทำให้เสียหลัก

10. กินรีเล่นน้ำ (ส้นเท้าตีขึ้น)

เมื่อคู่ต่อสู้ชกเข้ารักแร้ ถ้าชกด้านซ้ายให้โน้มศีรษะลงทางด้านขวามือของตัวเองเล็กน้อยพร้อมยกเท้าขวาขึ้นที่ใบหน้าของคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนขวาบังหน้า

การตอบแก้ ใช้มือผลักคู่ต่อสู้ออก หรือใช้เท้ากว้างสะบัดหน้าโดยใช้ศอกสะบัดขึ้น

11. ตามด้วยแข้ง (เตะด้วยแข้ง)

เป็นการใช้แข้งเตะคู่ต่อสู้ในระยะประชิดระยะแข้งเท่านั้น

การป้องกัน ใช้แขนซ้ายป้องกัน

การตอบแก้ ใช้เท้าชิงถีบที่หน้าท้องของคู่ต่อสู้ก่อน

12. แปลงอินทรี (เท้าพร้อมหมัด)

เป็นการใช้เท้าเตะขึ้นที่ชายโครงพร้อมชกหมัดไปที่ใบหน้าพร้อมๆกัน

การป้องกัน เอียงตัวกดศอกขวาลงกันเท้าซ้ายของคู่ต่อสู้

การตอบแก้ ใช้แขนป้องกันแล้วปิดหมัดคู่ต่อสู้ที่ชกมาให้เสียหลัก



ภาพที่ 82 จระเข้ฟาดหาง ภาพที่ 83 กินรีเล่นน้ำ ภาพที่ 84 ตามด้วยแข้ง

13. พาชีสะบัดอย่าง (เตะติดตาม)

เชิงนี้ใช้เมื่อคู่ต่อสู้เสียหลักโดยถอย ใช้เท้าซ้ายและขวาเตะขึ้นสลับกันไปมาเป้าหมายที่ปลายคาง

การป้องกัน ใช้แขนทั้ง 2 ข้างยกขึ้นกัน

การตอบโต้ ใช้เท้าถีบสวนระหว่างคู่ต่อสู้เตะมาเพื่อให้เสียหลัก



ภาพที่ 85 แปลงอินทรีย์ ภาพที่ 86 พาชีสะบัดอย่าง

14. นางสลับบาท (เตะสลับเท้า) เชิงนี้ใช้ทำเดียวกับท่าพาชีสะบัดอย่าง (เตะติดตาม) แต่เท้าหนึ่งเตะชายโครง อีกเท้าหนึ่งเตะปลายคาง

การป้องกัน ใช้แขนทั้ง 2 ข้างยกขึ้นกัน

การตอบโต้ ใช้เท้าถีบสวนระหว่างคู่ต่อสู้เตะมาเพื่อให้เสียหลัก



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 87 นางสลับบาท

15. กราตธรรณี (เตะเหวี่ยงต่ำ)

เป็นการเตะพับนอกของคู่ต่อสู้

การป้องกันให้ยกเท้าที่จะโดนเตะขึ้นบัง

การตอบแก้ใช้เท้ารูดหงกลับโดยถีบเข้าที่โคนขาของคู่ต่อสู้ที่เตะมา



ภาพที่ 88 กราตธรรณี

เชิงเข้า

1. กุมภักษ์พุงหอก (เข้าตรง)

นักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้ใช้เข้าซ้าย งอปลายเท้าไปข้างหน้า หัวเข่าเฉียงไปทางซ้าย พร้อมกับบิดตัวพุงเข้าไปข้างหน้าที่หมายท้องหรือหน้าอกคู่ต่อสู้ ใช้เวลารุกหรือถอย

การป้องกันบิดตัวพร้อมกับ กดศอกซ้ายลงปิดชายโครง

การตอบแก้ใช้เท้าขวาถีบจิกยันคู่ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมขวาให้กลับคำอธิบายซ้ายเป็นขวาทั้งสิ้น



ภาพที่ 89 กุมภักษ์พุงหอก

2.หยอกนาง(เข้าตะแคง)

นักมวยจดเหลี่ยมซ้ายให้ใช้เข้าขวางอขาเอียงเข้ามาทางซ้ายแล้วหมุนตัวมาทางซ้ายพร้อมกับเหวี่ยงเข้า โดยแรงที่หมายซ้ายโครงข้างขวาของคู่ต่อสู้ ใช้เวลารับเมื่อคู่ต่อสู้โถมเข้ามา

การป้องกันให้เอียงตัวข้างขวา กดศอกลงปิดซ้ายโครง

การตอบแก้ใช้เข้าข้างขวาตีซ้ายโครงข้างซ้ายของคู่ต่อสู้หรือพุ่งตรงหมายท้องคู่ต่อสู้ ส่วนเหลี่ยมซ้าย ให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

3.เขยคาง (เข้าคู่)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาให้เลื่อนเท้าขวามาชิดเท้าซ้าย ลำตัวงอเข้ากระโดดขึ้นเอาเข้าหมายตีคาง คู่ต่อสู้พร้อมกับใช้ศอกทั้ง 2 ข้าง ตีหน้าคู่ต่อสู้ด้วย ใช้เวลารุกหรือถอย

การป้องกันให้กระโดดถอยหลัง ให้แขนข้างซ้ายขวางรับศอกบน แขนขวาขวางรับเข้าข้างล่าง

การตอบแก้ให้ใช้ขาขวาเตะขาคู่ต่อสู้ เวลากระโดดขึ้นให้เสียหลัก แล้วใช้ศอกขวาตามตีหมายบริเวณหน้าคู่ต่อสู้



ภาพที่ 90หยอกนาง ภาพที่ 91เขยคาง

4.พรางศัตรู (เข้าข้าง)

เข้านี้ใช้ได้ทั้ง 2 ข้าง เพราะใช้เมื่อคู่ต่อสู้รุกเข้ามา หรือคู่ต่อสู้เสียหลัก ให้ใช้แขนหรือศอกตีคอคู่ต่อสู้ กดลง แล้วใช้เข้าข้างยกขึ้นตีหมายลูกคาง หรืออกของคู่ต่อสู้ใช้เวลาเข้าประชิด หรือคู่ต่อสู้เสียหลัก

การป้องกันให้ยกแขนทั้ง 2 ข้างและหมัดกันหน้า และงอข้อศอกหมัดชี้ไปทางศีรษะ

การตอบแก้เมื่อมีหลักให้บิดตัวไปทางซ้ายหรือขวา ใช้ศอกตีซ้ายโครงคู่ต่อสู้โดยแรง



ภาพที่ 92 พรางศัตรู (เข้าข้าง)

5. งูไล่ตุ๊กแก (เข้าสลับ)

เขานี้ใช้ตีสลับกันซ้ายและขวา โดยเป้าหมายอยู่ที่ชายโครงคู่ต่อสู้
การป้องกัน ให้เอนตัวกดศอกออกไปด้านข้างพร้อมบิดตัวเอียงออกด้านข้าง
การตอบโต้ ให้ใช้เท้าซ้ายถีบที่บริเวณหน้าท้องของคู่ต่อสู้



จังหวะที่ 1 เข้าขวา



จังหวะที่ 2 เข้าซ้าย

ภาพที่ 93 งูไล่ตุ๊กแก

6. ตาแก่ตีชุด (เข้าคู่ศอก)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาให้ใช้เข้าซ้าย ตะแคงมาทางขวา ตีเหวี่ยงเข้าชายโครง มือซ้ายใช้ศอกตีเข้าที่หัวหรือบริเวณใบหน้า

การป้องกัน เอียงตัวกดข้อศอกขวา ลงต่ำ ปิดชายโครงข้างขวา กันเข้าซ้ายของ คู่ต่อสู้ ใช้แขนซ้ายงอศอกของคู่ต่อสู้ไปข้างหลัง

การตอบโต้ ใช้เท้าซ้ายถีบจิกที่หน้าท้องคู่ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายให้กลับ คำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น



ภาพที่ 94 ตาแก้ตีชุด

7. หยุดโยธา (เข้าพร้อมศอก)

นักมวยจดเหลี่ยมขาให้เข้าเตะแคง ตีชายโครงข้างขวาของคู่ต่อสู้ พร้อมกับใช้ศอกขวาและซ้ายตีปัดลงที่หมัดไพล่าร้า หรือชอกคอ คู่ต่อสู้ ใช้เวลารุก รับ ถอย

การป้องกัน เอียงตัวพร้อมกับ กัดศอกขวาลง ปิดชายโครงข้างขวากันเข้าซ้ายคู่ต่อสู้ ใช้แขนซ้ายยกขึ้นขวางรับคอขวาคู่ต่อสู้

การตอบแก้ ให้ใช้เท้าซ้ายถีบจิกหน้าท้องคู่ต่อสู้ให้เสียหลัก แล้วใช้เชิงอื่นตาม

8. ภูผาสะท้าน (เข้าอัด)

เข้าอัด เช่นนี้ใช้ประชิดตัวคู่ต่อสู้ ใช้ได้ทั้ง 2 ข้าง เช่น ใช้เข้าข้างขวาขึ้น ดันอกคู่ต่อสู้ให้ห่างกับตัว แล้วใช้เข้าข้างซ้ายพุ่งตีหน้าท้องคู่ต่อสู้พร้อมกับ มือทั้ง 2 ข้าง กอดคอคู่ต่อสู้ให้แน่นในเวลาประชิดตัวกัน

การป้องกัน ให้ใช้แขนทั้ง 2 ข้าง ปิดอกและท้อง

การตอบแก้ พยายามดึงตัวให้ออกห่างแล้ว ใช้หมัดตรงชกหมัดคางคู่ต่อสู้



ภาพที่ 95 หยุดโยธา ภาพที่ 96 ภูผาสะท้าน

9. หักคอข้างเอราวัณ (โน้มคอตีเข้า)

ใช้มือทั้ง 2 ข้าง โอบรอบคอคู่ต่อสู้โน้มศีรษะคู่ต่อสู้มาข้างหน้า พร้อมกับใช้เข้าข้างใดข้างหนึ่งที่เข้าหรือทั้ง 2 ข้างขอขากระโดดตีคางหรืออกคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้ศอกทั้ง 2 ข้าง มารวมกันข้างหน้าแล้วพยายามตีตรงโคนขา เหนือเข้าทั้ง 2 ข้าง

การตอบแก้ แย่งสอดแขนเข้าในแล้วยึดศีรษะขึ้นให้ตั้งตรงแล้วตีเข้าตอบโต้ หรือใช้เข้าขวางค้ำยันไว้ที่ท้อง อีกวิธีหนึ่งให้ใช้มื่อยันคางคู่ต่อสู้แล้วผลักสุดแรง ในจังหวะที่คู่ต่อสู้ตีเข้า จะทำให้คู่ต่อสู้จะหงายหลังหกล้ม

10. ดันภูผา(เข้าพร้อมหมัด)

นักมวยจดเหลี่ยมขวา ให้ใช้เข้าขวางอเท้าไปข้างหลัง ยกกระแทกเข้ามาทางซ้ายเล็กน้อย หมายถึงโคร่งข้างซ้ายคู่ต่อสู้พร้อมใช้หมัดขวาชกตรงคางคู่ต่อสู้ บิดตัวหมุนไปทางซ้ายพร้อมด้วยเข้าออกหมัดตามไป ยังที่หมายโดยแรง ใช้เวลารับหรือถอย

การป้องกัน ใช้แขนซ้ายปิดหมัดคู่ต่อสู้ พร้อมกับกระโดดถอยหลัง

การตอบแก้ ใช้เท้าขวาเตะขาซ้ายของคู่ต่อสู้เพื่อให้เสียหลัก แล้วใช้เชิงอื่นตาม ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

11. ศิลากะทบ(เข้ากะทบ)

เชิงเขานี้ใช้เวลาเข้าประชิดกันโดยใช้มือทั้ง 2 ข้าง โอบรอบคอคู่ต่อสู้แล้วโน้มศีรษะมาข้างหน้ากระโดดตีเข้าที่ชายโครงคู่ต่อสู้พร้อมกัน ทั้ง 2 เข้าตีประภทั้ง 2 ข้างของชายโครง

การป้องกัน กระโดดถอยหลังห่างคู่ต่อสู้แล้ว ใช้เท้าถีบท้องคู่ต่อสู้

การตอบแก้ ทำเหมือนกันกับ การตอบแก้ เชิง หักคอข้างเอราวัณ



ภาพที่ 97 หักคอข้างเอราวัณ ภาพที่ 98 ดันภูผา ภาพที่ 99 ศิลากะทบ

เชิงศอก

1. พุ่งหอก (ศอกนำ)

นักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้ใช้ศอกขวาซึ่งอยู่ข้างหน้ายกข้อศอกพับแขนท่อนล่างมาทางหูซ้าย พุ่งหรือตีศอกไปบริเวณหน้าคู่ต่อสู้โดยเร็ว พร้อมกับยกเข่าขวาพุ่งไปบริเวณขาโครงคู่ต่อสู้ใช้เวลารุกหรือรับ

การป้องกัน ใช้หมัดขวาตบไปข้างหน้า แล้วศอกซ้ายลดลงปิดขาโครงข้างซ้าย

การตอบแก้ ใช้เท้าถีบจิกหน้าของคู่ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมขวาให้ กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น.

2. ศอกผ่านหน้า (ศอกฟันหน้า)

นักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้ใช้ศอกขวากว้างอแขนตรงข้อศอก กำหมัดงอข้อมือ และหันฝ่ามือเข้าหาหัวไหล่แล้วยกตีไปข้างหน้าโดยแรงที่บริเวณหน้าหรือบ่อไหปลาร้าของคู่ต่อสู้ใช้เวลารุก รับ หรือถอย

การป้องกัน ให้ยกแขนซ้ายซ้ายขึ้นรับ

การตอบแก้ ใช้หน้าแข้งหรือเข่าซ้ายตีขาโครงขวาของคู่ต่อสู้ หรือใช้เท้าซ้ายถีบจิกบริเวณท้องคู่ต่อสู้ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายเปลี่ยนคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น



ภาพที่ 100 พุ่งหอก ภาพที่ 101 ศอกผ่านหน้า

3. พริ้วซ้ายแกว่ง (ศอกเหวี่ยง)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาให้ใช้ศอกขวากว้างอคว่ำมือใช้กำลังหัวไหล่เหวี่ยงไปข้างหน้าที่มีหมายขากรรไกรซ้ายของคู่ต่อสู้พร้อมกับสับเท้าขวาไปข้างหน้า

การป้องกัน ใช้แขนซ้ายปิดหรือปะทะไปทางซ้าย

การตอบแก้ ใช้เช่นเดียวกับเชิง ศอกฟันหน้าถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

4. แ่งลูกคาง (ศอกตัด)

นักมวยจดเหลี่ยมขวา ใช้ศอกขวางอตั้งตรงหันฝ่ามือเข้าหาหัวไหล่ขวาพร้อมกับสับเท้าขวาไปข้างหน้า ใช้ศอกตีปลายคางคู่ต่อสู้เสียขึ้นใช้เวลาถอย

การป้องกัน ใช้หมัดหรือแขนขวาปะทะปิดลง

การตอบแก้ ใช้เท้าขวาถีบท้องคู่ต่อสู้เพื่อให้เสียหลัก ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

5. ถางป่า(ศอกคว่ำ)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาใช้ศอกขวางอตั้งตรง หันฝ่ามือเข้าหาหัวไหล่ขวาพร้อมกับสับเท้าขวาไปข้างหน้า แล้วใช้ศอกตีปลายคางคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้มือซ้ายปิดศอกที่ตีมาให้เหวี่ยงไปด้านขวา

การตอบแก้ ใช้มือซ้ายปิดศอกแล้วใช้เท้าขวาถีบท้องคู่ต่อสู้ให้เสียหลัก ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น.



ภาพที่102พริ่ายายแก้ ภาพที่ 103แ่งลูกคาง ภาพที่ 104ถางป่า

6. ฟ้ำลั่น (ศอกปนแขน)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาใช้ศอกและแขนท่อนล่าง ข้างขวา งอข้อศอกเล็กน้อยแล้ว ตีพาดลงไปบริเวณหน้าคู่ต่อสู้ พร้อมกับก้าวเท้าขวาสับไปข้างหน้าวงนอกและประชิดตัวคู่ต่อสู้

การป้องกัน ให้ยกแขนซ้ายขึ้นขวางรับ

การตอบแก้ ใช้เข่าซ้ายตีเหวี่ยงหมายขายโครงของคู่ต่อสู้หรือใช้เท้าขวา ถีบท้องคู่ต่อสู้ยืนไว้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

7. ยันพยัคฆ์(ศอกอัด)

นักมวยจดเหลี่ยมขวาให้ใช้ศอกซ้ายแล้วหันปลายหมัดไปทางขวาคว่ำมือ แล้วพุ่งศอกไปข้างหน้าตีหมายคาง และลูกกระเดือกของคู่ต่อสู้ หลังจากนั้นกอดคอคู่ต่อสู้ให้ศีรษะหงายไปข้างหลังใช้ศอกขวาตีตรงบริเวณหน้าคู่ต่อสู้ซ้ำอีกครั้งหนึ่งใช้เวลาจับคู่ต่อสู้โถมเข้ามา

การป้องกันให้ยกแขนขวาขึ้นตรงไปทางขวา แล้วใช้แขนซ้ายยกขึ้นขวางปะทะศอกขวาของคู่ต่อสู้

การตอบโต้ใช้เข้าขวางอพุ่งตรงไปซ้ายโครงข้างซ้ายของคู่ต่อสู้หรือใช้เข้าซ้ายและขวาสลับกัน ที่หมายท้องคู่ต่อสู้ก็ได้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายกลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

8. จักรนารายณ์(ศอกกลับ)

นักมวยจดเหลี่ยมขวา ใช้ศอกขวางอศอก คว่ำมือมาข้างหน้า แขนขวาเสมอกหรือได้ระดับกับคางคู่ต่อสู้หมุนตัวกลับหลังไปทางซ้ายโดยใช้แรงที่เท้าซ้ายเป็นหลัก ที่หมายขากรรไกรหรือคางข้างขวา คู่ต่อสู้ใช้เวลา รับหรือถอย เมื่อคู่ต่อสู้โถมเข้ามา

การตอบโต้ใช้มือซ้ายหรือขวาสอดเข้าใต้รักแร้คู่ต่อสู้ แล้วใช้ข้อมือเหินยวคอคู่ต่อสู้มาข้างหน้าเฉียงขวาหรือซ้าย

การตอบโต้ ใช้เข้ายกขึ้นตีคาง หรือบริเวณหน้าคู่ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น



ภาพที่ 105 ฟาลันภาพที่ 106 ยันพยัคฆ์ภาพที่ 107 จักรนารายณ์

9. ทรายเหลี่ยมหลัง(ศอกเฉียงหลัง)

นักมวยจดเหลี่ยมขวา เมื่อใช้หมัดขวาหรือใช้เท้าเตะ หรือศอกเฉียงผัดที่หมาย การใช้ศอกขวางข้อศอกคว่ำมือแขนขวาท่อนล่างขวางหน้าเสมอออกแล้วพุ่งศอกเฉียงไปข้างหลังที่หมาย ลูกกระเดือก หรือคางคู่ต่อสู้ ใช้เวลาคู่ต่อสู้โถมเข้ามาศอกนี้ เป็นศอกช่วย

การป้องกัน ใช้มือซ้าย ปิดไปทางซ้ายพร้อมกับเอี้ยว ศรีษะไปทางขวาเล็กน้อย

การตอบแก้ ใช้เท้าซ้ายเตะน่องขาของคู่ต่อสู้เหวี่ยงไป ทางขวาโดยแรง (ระวังศอก ซ้ายคู่ต่อสู้กลับ ตีคางหรือชาย โครงเรา) ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น.

10. กวางสะบัดหน้า(ศอกสัด)

ศอกสัดนี้ใช้ได้ทั้งซ้ายและขวา เป็นศอกที่ใช้เมื่อเวลาเสียหลักเราเข้าซุกได้รั้งรั้งคู่ ต่อสู้ ใช้แขนซ้ายและศรีษะยื่นไปข้างหลังคู่ต่อสู้ เท้าซ้ายสับเข้าไปอยู่ ในระหว่างขาต่อสู้เท้าขวายังอยู่ ข้างหลัง แขนขวาแนบอยู่กับเท้าขวา งอข้อศอก แล้วปิดตัวหมุนศอกขวาเฉียงไปทางซ้ายโดยแรง

การป้องกัน ใช้ศอกและแขนขวาขวาง

การตอบแก้ (เพียงการตอบแก้) ใช้กำลึงตัวและแขนซ้าย ยกศรีษะคู่ต่อสู้ต่ำลง พร้อมกับย่อตัวลง งอข้อศอกขวาปิดตัวกลับหลังทางซ้าย ใช้ศอกขวาตีบริเวณหน้าคู่ต่อสู้.

11. คชาตกมัน(ศอกพันหลัง)

เชิงศอกนี้คล้ายกับเชิงทรายเหลี่ยมหลัง (ศอกเฉียงหลัง) แต่ใช้ศอกขกลงตรงๆ ที่ หมายบริเวณหน้าผากคู่ต่อสู้ใช้เวลาคู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนซ้ายยกขึ้นขวางรับ หรือปิดไปข้างบนศรีษะ

การตอบแก้ ให้ใช้หมัดซ้ายขกตรงที่หมายคาง หรือล้นปีคู่ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยม ซ้ายกลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น



ภาพที่ 108ทรายเหลี่ยมหลังภาพที่ 109กวางสะบัดหน้า ภาพที่ 110คชาตกมัน

12. พสุธาสะท้าน(ตีสองศอกสลับ)

นักมวยจดเหลี่ยมขวา ให้ใช้ศอกซ้าย ตีหมายบริเวณหน้าคู้ต่อสู้แล้วใช้ศอกขวาเป็นศอกตามตีแบบเดียวกับเชิงศอกฝานหน้า (ศอกฟันหน้า) พร้อมกันเลื่อนเท้าขวาเข้าประชิดคู้ต่อสู้ถ้าหาก คู้ต่อสู้ถอยให้ตามด้วยศอกซ้าย ศอกนี้ใช้เวลารุก รับ หรือถอย

การป้องกัน ใช้มือปิดศอกที่ตีมาให้เสียหลัก

การตอบแก้ ใช้เท้าพุ่งตรงที่หมายชายโครงข้างซ้ายของคู้ต่อสู้ ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้ายกลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น



จังหวะที่ 1 รุก

จังหวะที่ 2 ถอย

ภาพที่ 111 พสุธาสะท้าน



13. ยันโยธี (ศอกอัดหลัง)

ศอกนี้ใช้เมื่อคู้ต่อสู้เข้าข้างหลังเราใช้ได้ ทั้งศอกซ้าย และขวา โดยใช้ศอกซ้าย หรือศอกขวายันคู้ต่อสู้หายไปข้างหลัง แล้ว ใช้ศอกอีกข้างหนึ่งพุ่งไปข้างหลัง หมายบริเวณท่อน หรือชายโครงคู้ต่อสู้ และใบหน้าคู้ต่อสู้ ใช้เวลาคู้ต่อสู้โถมเข้ากอดข้างหลังตามภาพที่ 1 และภาพที่ 2 ด้านล่าง

การป้องกัน ให้ใช้ศอกทั้ง 2 ข้าง ปิดอก และท่อน ใช้หมัด 2 ข้างกันคอก

การตอบแก้ ใช้เท้าขวาหรือเท้าซ้ายเตะ ปิดขาคู้ต่อสู้ให้เสียหลักการ ใช้ศอกติดต่อหรือลูก ไม้อื่นๆ ติดต่อไปหลายๆลูกไม้ เป็นการได้เปรียบแก้คู้ต่อสู้ จึงขอให้ผู้ฝึกใช้ให้มาก



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 112 ยืนโยธี

14. อักคีสองแสง (ศอกสลับหมัด)

นักมวยจดเหลี่ยมซ้าย ให้ใช้หมัดขวา หงายฝ่ามือชกพุ่งไปยังบริเวณหน้าคู่ต่อสู้ พร้อมกับใช้ศอกซ้ายพุ่งตรงชายโครงข้างซ้าย คู่ต่อสู้ใช้ได้ทั้งซ้ายและขวาใช้เวลาถอย คู่ต่อสู้โหมเข้ามาดังภาพ

การป้องกัน ใช้หมัดขวาตบหมัดซ้าย คู่ต่อสู้ลงข้างล่าง ใช้แขนซ้ายขวาง รับศอกของคู่ต่อสู้ พร้อมกับบิดตัว ไปทางขวาใช้สะโพกรับเข้าซ้ายคู่ต่อสู้

การตอบโต้ ใช้ปัดแล้วตามด้วยเข้าเฉียงเข้าที่ชายโครงคู่ต่อสู้อย่างแรง



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 113 อักคีสองแสง

15. กำแพงภูผา(ศอกสลับหลัง)

ศอกนี้ใช้เมื่อคู่ต่อสู้โหมเข้ามาข้างหลัง ใช้ศอกข้างใดข้างหนึ่งตีหลังเหยียง ที่หมายหน้าคู่ต่อสู้ ศอกอีกข้างหนึ่งพุ่งไปข้างหลังหมายบริเวณท้องคู่ต่อสู้ สลับกันทั้งซ้ายและขวาข้างหนึ่งตีหรือเหยียงข้างบน อีกข้างหนึ่งก็พุ่งข้างหลังทำอย่างรวดเร็ว ใช้เวลา เสียหลักหรือชกคู่ต่อสู้ผิดที่หมาย กลับมาจตอย่างเดิมไม่ทัน ดังภาพด้านล่าง

การป้องกัน ให้ถอยออกให้ห่างจากคู่ต่อสู้ให้ไว

การตอบแก้ ให้ใช้แขนสอดเข้าไป ไตรักแร้คู่ต่อสู้ ใช้ข้อมืองัดโน้มคอคู่ต่อสู้ มาข้างๆ ให้ต่ำลง ใช้เข่ายกขึ้นตีคางหรือบริเวณหน้าคู่ต่อสู้



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 114 กำแพงภูผา

16. นาคาคาบหาง (ศอกพร้อมเข่า)

ถ้านักมวย จดเหลี่ยมขวาใช้ศอกซ้ายตีตรงที่หมาย บริเวณหน้าคู่ต่อสู้ และใช้เข่าตะแคงขึ้นที่ซ้ายโครงข้างขวา ของคู่ต่อสู้พร้อมๆ กัน ใช้เวลารุกหรือรับ

การป้องกัน ใช้แขนซ้ายยกขึ้นขวางรับศอกขวาของคู่ต่อสู้ พร้อมกับเอียง ตัวกดศอกขวา ลงปิดชายโครงข้างขวา รับเข่า ข้างซ้ายของคู่ต่อสู้

การตอบแก้ ใช้เข่าซ้ายพุ่งตรงที่หมายบริเวณหน้าท้องคู่ต่อสู้ หรือชิงถีบก่อน



ภาพที่ 115 นาคาคาบหาง

17. ช้างประสานงา(ศอกคู่)

การป้องกัน ให้ถอยหลัง พร้อมกับยกแขนซ้ายขึ้นขวางรับศอกคู่ต่อสู้ แขนขวายกขึ้นขวางกันเข้าคู่ต่อสู้

การตอบแก้ ใช้เท้าขวาถีบหน้าท้อง หรือหน้าคู่ต่อสู้เสียหลักแล้วใช้เชิงอื่นตามเช่น ชกด้วยหมัดตรงหรือศอกหน้าตี



ภาพที่ 116 ช้างประสานงา

18. สู้แดนนาคา(ศอกตบหลัง)

ศอกนี้ใช้ เมื่อคู่ต่อสู้ชกได้รั้งเรา ถ้าชกได้รั้งช่วยให้สปีเท้าซ้ายไปในระหว่างเท้าทั้ง 2 ของคู่ต่อสู้ กดศีรษะคู่ต่อสู้ ให้ต่ำลงพร้อมกับใช้เข้ากระแทกขาโยครองคู่ต่อสู้ให้เสียหลักชกมาข้างหน้า ใช้ศอกขวางเหวี่ยงไปข้างหลังพร้อมสลัดพลิกตัวตามศอกไปหมายบริเวณหน้าหรือศีรษะคู่ต่อสู้

การป้องกัน ให้ยกแขนขวามาขวางหน้าไว้

การตอบแก้ ให้ใช้เชิงศอก กว้างสะบัดหน้า (ศอกสลัด) ถ้าคู่ต่อสู้ชกข้างขวาเรา กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น.



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 117 สู้แดนนาคา

19.โยธาเคลื่อนทัพ(ศอกพุ่งหน้า)

ถ้านักมวยจดเหลี่ยมขวาใช้ศอกซ้ายงอแขนซ้าย คว่ำมือปลายหมัดชี้ไปทางแขนขวา พร้อมกับศอก ขวาท่างฝ่ามือปลายหมัดชี้ไปข้างหลัง โดยบิดตัวไปทางขวาเล็กน้อย พุ่งศอกซ้ายไปด้านหน้าโดยแรงที่หมายคางหรือกระเดือก คู่ต่อสู้ ใช้เวลารับหรือถอย

การป้องกัน กระโดดหนีให้ พันระยะศอกและเข่า

การตอบแก้ ใช้เท้าถีบยันหน้าอกคู่ต่อสู้ และใช้เชิงอื่นตาม ถ้านักมวยจดเหลี่ยมซ้าย กลับคำอธิบายขวาเป็นซ้ายทั้งสิ้น

20.ยันสองกร(ศอกยกหลัง)

ศอกนี้ใช้เวลาคู่ต่อสู้เข้าประชิดตัวข้างหลัง ให้ใช้ ศอกซ้ายและขวากระทุ้งไปข้างหลังสลับกัน ซ้ายและขวาที่หมายปลายคางหรือหน้าท้องหรือชายโครง

การป้องกัน ให้กอดเอวหรือกอดหน้าอกรัดให้แน่น

การตอบแก้ ถอยให้ห่างตัวที่สุดหรือใช้มือผัดคู่ต่อสู้ออกไปตามด้วยท่า (ลิงพลั่ว) กระโดดเข้าเข้าที่ด้านหลังคู่ต่อสู้

21. ค้อนตีทั้ง(ศอกปัก)

ใช้เมื่อคู่ต่อสู้เสียหลักมาข้างหน้าหรือ ทางซ้ายและขวาของเราใช้ศอกเดียวหรือ 2 ศอกก็ได้ถ้าคู่ต่อสู้มาทางขวาใช้ศอกขวาตีปักลง ถ้ามาทางซ้ายใช้ศอกซ้ายตีปักลงถ้าข้างหน้าใช้ตี 2 ศอกหรือ ศอกเดียวหรือ จะใช้เข้าช่วยอีกแรงหนึ่งก็ได้ที่หมายกลางศรีษะ คู่ต่อสู้

การป้องกัน ใช้แขนทั้ง 2 ข้างยกบังศอกที่สับลง

การตอบแก้ ถ้ามีโอกาสให้พลิกตัวใช้ ศอกซ้ายหรือขวาตีหน้าอกคู่ต่อสู้ก็ได้



ภาพที่ 118โยธาเคลื่อนทัพภาพที่ 119ยันสองกรภาพที่ 120ค้อนตีทั้ง

22. ขว้างพสุธา (ศอกขว้างหลัง)

ศอกขว้างหลัง ศอกนี้ใช้เมื่อศอกตีหรือหมัดชก ข้างหน้าผิดที่หมาย เช่น ชกด้วยหมัดขวาผิดแล้ว หมุนตัวกลับหลัง สืบเท้าซ้ายเข้าประชิดคู่ต่อสู้ พร้อมกับตีด้วย ศอกซ้ายข้างหลังตรงบริเวณหน้า คู่ต่อสู้ ถ้า ด้วยหมัดซ้ายก็ใช้ศอกขวาตี ใช้เวลารุก

การป้องกัน ถ้าคู่ต่อสู้ตีด้วยศอกซ้ายให้ยกแขน ข้างขึ้นรับถ้าคู่ต่อสู้ตีด้วยศอกขวาให้ยกแขนขวาขึ้นรับ

การตอบแก้ ใช้เท้าข้างเดียวกับแขนที่ยกไว้กับ ศอก ข่ายโคร่งคู่ต่อสู้แล้วใช้ศอกข้างตรงข้ามตีบริเวณ คอหรือศีรษะคู่ต่อสู้

23. ฤาษีบดยา (ศอกค้ำปัก)

ศอกนี้ใช้เวลาเข้าประชิดกับคู่ต่อสู้ใช้ศอก ข้างหน้า ตีปัดกลางศีรษะหรือบ่อไพล่าคู่ต่อสู้ แล้วกระดกแขนข้างเดียวกันนั้น ตีขากรรไกรคู่ต่อสู้ก็ได้

การป้องกัน ให้บิดตัวเอียงโดยถอย ให้ห่างคู่ต่อสู้โดยเร็ว

การตอบแก้ ใช้เข้าซ้ายหรือเข้าขวา พุ่งตรงหมายชาย โคร่งคู่ต่อสู้ลูกไม้ถ้าท่านนั่งทำวโตะโดย ปักศอกข้างซ้ายลงบนโตะแล้ว หอดแขนข้าง ซ้าย ลงบนโตะ ปลายมือชี้ไปทางขวาอย่าให้ศอกเคลื่อนที่ แล้วกระดกแขนขึ้นตั้งตรง ดังเดิมโดยแรงก็จะรู้ลูกไม้ไม่ได้ดี

24. นาคาเคลื่อนกาย (ศอกควง)

ศอกนี้ใช้เวลารับ หรือถอยในเมื่อคู่ต่อสู้รุกเข้ามาใช้ศอกทั้ง 2 ข้างเปิดขึ้น คว่ำมือลง ปลายมือชนกันหรือเล็กน้อย พอถนัดเสียออกใช้กำลังเพียงเอาบิดไป ทางซ้ายและขวาพร้อมกับเหวี่ยงศอกตามไป ที่หมายศอกตีคางหรือขากรรไกรคู่ต่อสู้โดยแรง ศอกข้างหนึ่งๆ อาจใช้ได้ทั้ง 2 ข้าง ทั้งเหวี่ยงไปและกลับมา

การป้องกัน ใช้แขนทั้ง 2 ข้างปิดกันขากรรไกรทั้ง 2 ข้าง

การตอบแก้ ใช้เท้าถีบจิก ปลายเท้าหมายหน้าท้องคู่ต่อสู้



ภาพที่ 121 ขว้างพสุธา ภาพที่ 122 ฤาษีบดยา ภาพที่ 123 นาคาเคลื่อนกาย

กลมวย

กลมวยหมายถึงท่าของการใช้ศิลปะมวยไทยทั้งรุกและรับ ในการต่อสู้เพื่อป้องกันตัว กลมวยแบ่งออกได้ดังนี้ กลมวยแก้หมัด 29 กล กลมวยแก้เท้า 23 กล กลมวยแก้เข้า 3 กล กลมวยแก้ศอก 4 กล และกลมวยจูโจม 23 กล

กลมวยแก้หมัด

1. สลับฟันปลา (รับวงนอก)

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดตรงซ้าย พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมายถึงบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาหลบ ไปทางกึ่งขวา 1 ก้าว หลบออกวงนอกของหมัดฝ่ายรุก ทันใด ใช้มือขวาจับกำข้อมือ ที่แขน ท่อนบน ของฝ่ายรุก มือซ้าย จับ กำ หางย ที่ข้อมือของฝ่ายรุก (ท่าคล้าย จับหักแขน)

2. ปักขาแหวกรัง (รับวงใน)

ฝ่ายรุก ชกใบหน้าฝ่ายรับด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าสับไปข้างหน้า เฉียงไปทางกึ่งซ้ายเล็กน้อยภายในแขนซ้ายของฝ่ายรุก ตัวเอนประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าซ้าย ทันใดให้อแขนทั้ง 2 ขึ้น ปะทะแขนท่อนบน และท่อนล่างของฝ่ายรุกไว้โดยเร็ว หมัดของฝ่ายรับทั้งคู่ชิดกัน (คล้ายท่าพนมมือ) ศอกกางประมาณ 1 คืบ ศีรษะและใบหน้า กำบังอยู่ระหว่างแขนทั้งสอง ตาคอยชำเลืองดูหมัดขวา ของฝ่ายรุก

3. ขวาชัดหอก (ศอกวงนอก) กลมวยนี้ใช้เป็นหลักในการรับหมัดชกตรง ด้วยการใช้ศอกเข้าคลุมวงใน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดตรงซ้ายยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าเอนตัวไปทางกึ่งขวา ตัวเอนประมาณ 30 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าขวา ทันใดรับอแขนซ้าย ใช้ศอกกระแทก ขาโยครึงใต้แขนซ้ายของฝ่ายรุก



ภาพที่ 124สลับฟันปลา ภาพที่ 125ปักขาแหวกรัง ภาพที่ 126ขวาชัดหอก

4.อิเหนาแทงกลุข (ศอกวงใน)

กลมวณนี้ใช้เป็นหลักในการรับหมัดชกตรง ด้วยการใช้ออกเข้าคลุมวงใน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า ตัวเอียงไปทางซ้ายเล็กน้อยตัวเอนประมาณ 60 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนเท้าซ้ายงอศอกขวาชนากับพื้น ตีระดับชายโครงฝ่ายรุก ตอบด้วยแขนซ้าย

5.ยกเขาพระสุเมรุ (ต่อยตั้งหมัดต่ำก้มตัว 45 องศา)

กลมวณนี้ใช้รับหมัดตรงในลักษณะก้มตัวเข้าวงในให้หมัดผ่านศีรษะไปแล้วชกปลายคาง

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าขวา พร้อมกับย่อตัวต่ำ เข้าหาฝ่ายรุก งอเข่าขวา ขาซ้ายตั้ง ย่อตัวต่ำ เอนไปข้างหน้าประมาณ 45 องศา น้ำหนักตัวอยู่บนขาขวา จากนั้นให้ยืดเท้าขวายกตัวเป็นแนบ พร้อมกับพุ่งหมัดชกขวาเสยใต้คางของฝ่ายรุก แขนซ้ายกำบังอยู่ตรงหน้า เสมอคาง

6.ตาเถรคำฟัก (ต่อยคางหมัดสูงก้มตัว 60 องศา)

กลมวณนี้เป็นหลักเบื้องต้นในการป้องกันหมัดโดยใช้แขนปิดหมัดที่ชกมาขึ้นข้างบน

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้าของฝ่ายรุก ทางกึ่งขวาของวงหมัดภายในของฝ่ายรุกที่ชกมา งอ เข่าซ้าย เล็กน้อยใช้หมัดซ้าย ชกใต้คางของฝ่ายรุก แล้วใช้แขนขวาที่งอป้องกันหมัดซ้ายฝ่ายรุกที่ ชกมาให้พ้นตัว



ภาพที่ 127อิเหนาแทงกลุขภาพที่ 128ยกเขาพระสุเมรุ ภาพที่ 129ตาเถรคำฟัก

7. มอญยันหลัก (รับต่อยด้วยถีบ)

กลมวยนี้เป็นหลักสำคัญในการรับหมัดด้วย การใช้เท้ายันยอดอก หรือท้อง

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า

ฝ่ายรับ ผลักตัวเอนไปทางขวา เอนตัวหนีฝ่ายรุกประมาณ 45 องศา ยืนบนเท้าซ้าย แขนทั้ง 2 งออยู่ตรงหน้าเหลียวดูฝ่ายรุก ทันใดนั้นให้ยกเท้าขวาถีบที่บริเวณหน้าท้องของฝ่ายรุก ให้กระเด็นห่างออกไป

8. กลขุนศึกตีทวน

กลมวยนี้ใช้รับหมัดคู่ต่อสู้ทางวงนอกแล้ว ใช้เท้าเตะเข้าบริเวณกลางตัวตอนหน้าท้อง หรือชายโครงไม้เป็นไม้ที่รุนแรง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดซ้ายตรง ที่หมายบริเวณหน้าฝ่ายรับ มือขวาตั้งมั่น

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าขวาทแยงออกวงนอกทั้ง น้ำหนักตัวบนเท้าขวาหมัดซ้ายของฝ่ายรุก จะเฉียดไหล่ไปพร้อมกับเท้าขวาที่ก้าวถึงพื้น เท้าซ้ายก็เตะที่ชายโครงฝ่ายรุกอย่างรวดเร็ว เป็นจังหวะสวนหรือสกัด ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดขวา ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

9. กลดับขวาลา (ปิดหมัดต่อยตอบ)

กลมวยนี้ใช้แก้หมัดตรงโดยชกสวนเข้าที่บริเวณใบหน้า

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายไปยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า แขนขวาคุมบริเวณปลายคาง

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายข้างหน้ากึ่งขวา หลบอยู่นอกหมัดซ้าย ของฝ่ายรุก เอี้ยวตัวไปทางขวา ปิด และกดแขนซ้าย ของฝ่ายรุกที่ชกมา ให้เอนไปทางซ้าย กดให้ต่ำลง ทันใด รีบใช้หมัดซ้าย ต่อยบริเวณปากครึ่งจมูกครึ่ง หรือที่ใบตาของฝ่ายรุกแล้วพุ่งตัวโดดไปทางกึ่งขวา



ภาพที่ 130 มอญยันหลัก ภาพที่ 131 กลขุนศึกตีทวน ภาพที่ 132 ดับขวาลา

10. กลหนูไต่ราว

กลมวญนี้ใช้แก้หมัดตรง โดยชกสวนเข้าที่บริเวณใบหน้า

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกหมัดขวาตรงไปที่ใบหน้า ฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเตะแยงเฉียงออกวงนอก ให้ได้ระดับหมัดตรงถึงน้ำหนักตัวบน
เท้าซ้ายปิดแล้วกดแขนขวาของฝ่ายรุกให้ต่ำ รีบตีเข้าตรงที่บริเวณหน้าอก ให้เป็นจังหวะเดียวกับมือ
ขวาที่กดลงนั้นอย่างรวดเร็ว ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดขวา ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

11. กลเราวันเสยงา (แหวก ชกเสยคาง)

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรงไปยังใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายไป
ข้างหน้า หมัดซ้ายกุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ เอนตัวพลิกเฉียงไปทางขวาเล็กน้อย เพื่อหลบหมัดซ้ายของฝ่ายรุก หรือใช้
มือซ้ายปิดหมัดคู่ต่อสู้ที่ชกมาเฉียงขึ้น พร้อมใช้หมัดขวาชกเสยปลายคางของฝ่ายรุก

12. กลหนูมานถวยแหวน (แหวกวงใน ชกเสยคางด้วยหมัด)

กลมวญนี้ใช้แก้หมัดหรือเท้าของคู่ต่อสู้โดยม้วนตัวเข้าวงในชกหมัดคู่เสยเข้าที่ปลายคาง

ฝ่ายรุก ทำเหมือนจะชกด้วยหมัดตรงไปยังบริเวณใบหน้าของฝ่ายรับ พร้อมกับสับ
เท้าซ้ายไปข้างหน้า แขนขวางอคม

ฝ่ายรับ ก้มตัวลง พร้อมกับสับเท้าซ้ายเข้าชิดตัว หันซ้ายเข้าชิดอกฝ่ายรุก ทันใดนั้น
กำหมัดทั้งสอง ชกเสยไปที่ปลายคางของฝ่ายรุก



ภาพที่ 133 กลหนูไต่ราว ภาพที่ 134 เราวันเสยงา ภาพที่ 135 หนูมานถวยแหวน

13. กลหงส์ปีกหัก (หลบวงใน-วงนอก คอกพื้นแขน)

กลมวยใช้แก้หมัด โดยถลันเข้าวงในใช้ศอกกระแทก หัวไหล่ให้หลุดหรือเคล็ดได้

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรงไปยังบริเวณใบหน้าที่ของฝ่ายรับ พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดซ้ายคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ สับเท้าขวาก้าวเข้าชิดตัวฝ่ายรุกโดยเร็ว ใช้หมัดซ้ายปิดหมัดขวาของฝ่ายรุกที่ชกมาให้พ้นตัว ทันใด รีบใช้ ศอกขวา ฟันเฉียด ลงไปกึ่งกลางแขนซ้ายท่อนบนหรือบริเวณไหปลาร้า

14. กลผ่านลูกบวบ (หลบเข้าวงใน ฟันศอกตรงหน้า)

กลมวยนี้ใช้รับเข้าประชิดตัวและ เหวี่ยงศอกเข้าที่แสงหน้า

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้าย พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดขวาคู่มือเสมอคาง

ฝ่ายรับ รีบสับเท้าซ้าย ชิดตัวฝ่ายรุกอยู่วงใน ของฝ่ายรุกให้พ้นตัว ทันใดนั้น รีบยกศอกขวา ขึ้นเสมออกหู ฟันขึ้นไปบนใบหน้าที่ของฝ่ายรุก ในลักษณะเฉียงขึ้น

15. กลสีกพวงมาลัย (หลบวงใน แวงศอกที่หน้าอก)

กลมวยนี้ใช้เข้าประชิดตัวศอกเสยเข้าที่ชายโครงหรือหลังปี

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดซ้ายตรงมุ่งไปบริเวณใบหน้าที่ของฝ่ายรับให้เท้าซ้ายสับไปข้างหน้า หมัดขวาคู่มือเสมอคาง

ฝ่ายรับ สับเท้าเข้าหาฝ่ายรุก งอตัวอยู่ภายในแขนของฝ่ายรุก หมัดขวารีบปิดแขนซ้ายของฝ่ายรุก ออกไปให้พ้นตัว ทันใดรีบยกศอกซ้ายแวงบริเวณแผ่นอกของฝ่ายรุก แวงติด ๆ กันหลายครั้ง



ภาพที่136หงส์ปีกหักภาพที่ 137สีกพวงมาลัย ภาพที่ 138ผ่านลูกบวบ

16. กลปิดปกชกด้วยศอก

กลมวายนี เป็นไม้ครูของการปิดหมัดอีกไม้หนึ่ง โดยเพียง ใช้แขนป้องศีรษะแล้วเบนตัวเล็กน้อย เพื่อให้หมัดผ่านชอกค่อไป

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงไปสู่ใบหน้าฝ่ายรับมือซ้ายตั้งมั่น

ฝ่ายรับ สืบเท้าขวาเข้าหา ใช้มือปิดปกศีรษะไว้ให้หมัดฝ่ายรุกเฉียดแขนและรับก้าวเท้าขวาและตั้งศอกพุ่งเข้ากระแทกแสกหน้า ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

17. กลสวนทวน

กลมวายนีเป็นแม่ไม้หรือไม้ครูสำหรับฝึกป้องกันหมัดเพียงสลับทำยืนเท้าแล้วเสือกแขนไปข้างหน้าหมัด ของคู่ต่อสู้ก็จะผ่านไหลไป ทำให้เห็นเป้าหมายต่างๆ ที่จะได้ทำตามใจชอบ เช่นเดียวกับกลปักษาแหวกกรัง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงสู่ใบหน้า มือซ้ายตั้งมั่น

ฝ่ายรับ สืบเท้าขวาไปข้างหน้าเข้าหาหมัดเล็กน้อย ใช้น้ำหนักลงบนเท้าขวาแขนซ้ายยกไปแบบหมัดตรงสวนไปที่คางผ่านแขนด้านวงใน ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

18. กลคลิ่นกระทบฝั่ง

กลมวายนีใช้แก้หมัดโดยม้วนตัวเข้าหาแล้วใช้ศอกหลังกระทุ้งเข้าที่ข้อมือหรือชายโครง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงที่หมายใบหน้าฝ่ายรับ มือซ้ายตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเฉียงไปทางด้านขวาของฝ่ายรุกแล้ว เอาเท้าซ้ายเป็นหลัก หมุนตัวกระแทกด้วยศอกซ้ายหลังเข้าที่ทรวงอกหรือชายโครง ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 139 กลปิดปกชกด้วยศอกภาพที่ 140 กลสวนทวนภาพที่ 141 กลคลิ่นกระทบฝั่ง

19. กลบาทาลูบพัคตร์ (ปิดหมัด เตะตรงหน้า)

กลมวยนี้ใช้มือปิดแล้วเตะตรงสวนขึ้นสู่เป้าหมายลูกคาง

ฝ่ายรุก ตั้งหมัดคุมเชิงโดยหมัดซ้ายนำ พร้อมทั้งก้าวเท้าซ้ายไปข้างหน้า หมัดขวาคุมปลายคางเตรียมจะชกหน้าฝ่ายรับด้วยหมัดซ้ายตรง

ฝ่ายรับ พอฝ่ายรุกขยับตัวจะก้าวเข้าชกด้วยหมัดซ้ายตรง ทันใดนั้นรีบเตะด้วย เท้าขวา ตรงไปที่ปลายคางของฝ่ายรุก หรือใช้ฝ่าเท้าลูบหน้าฝ่ายรุกแทนการเตะปลายคาง หมัดทั้งสองคุมเชิงอยู่เสมอหน้าอก

20. กลขุนยักษ์พานาง (แหวกมัด ด้วยทุ่ม)

กลมวยนี้ใช้เข้าโอบตัวแล้วขัดขาทุ่มด้วยสะโพก ปัจจุบันกลมวยนี้ห้ามใช้บนเวที

ฝ่ายรุก ชกด้วยหมัดขวาตรง พร้อมทั้งก้าวเท้าสับไปข้างหน้าแล้วใช้หมัดขวาคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ รับสับเท้าขวาก้าวออกนอกเท้าขวาของฝ่ายรุกทันใดและรีบอาศัยความเร็วเข้าชิดตัวฝ่ายรุก ใช้แขนซ้ายโอบกลางตัว (ตอนใกล้เอว) ของฝ่ายรุกใช้สะโพก ยกตัวฝ่ายรุกขึ้นทุ่มลงกับพื้นโดยแรง โดยทำให้ฝ่ายรุกจะเสียกำลังหรือศีรษะอาจฟาดพื้น

21. กลพระรามจองถนน

กลมวยนี้ใช้แก้หมัดโดยใช้หมัดกับเท้าพร้อมกัน ไปใช้ได้ทั้งวงนอกและวงในแล้วแต่จะเบี่ยงตัว ใช้ในด้านใด

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าจะชกด้วยหมัดขวาหมาย

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายทแยงสับเข้าหางนอก ให้ได้จังหวะจึงใช้ หมัดขวาพุ่งสู่ใบหน้า พร้อมกับเท้าขวาเตะครึ่งแข้งครึ่งเข่าเข้าชายโครงให้ได้พร้อม ๆ กันหรือเป็นจังหวะเดียว ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 142 กลบาทาลูบพัคตร์ ภาพที่ 143 ขุนยักษ์พานาง ภาพที่ 144 กลพระรามจองถนน

22. กลนารายณ์บันเคียร

กลมวณนี้ใช้รับหมัดโดยใช้หมัดเหวี่ยงข้ามแขนสู่ศีรษะหรือขมับ

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงสู่เป้าหมายใบหน้า มือซ้าย ตึงมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเหยงออก ทางขวาสับเท้าให้ได้จังหวะทั้งน้ำหนักบนเท้าขวา หมัดซ้ายตัววัด หรือชกเหวี่ยงสู่เป้าหมายที่ คาง มือขวาเตรียมซ้ำด้วย หมัดต่อไป ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

23. กลลูกคางจับหมัด

กลมวณนี้ต้องอาศัยความแม่นยำของการเปียงศีรษะประกอบการสลับตัวแบบม้าย่องให้ดีจึงจะได้ผล

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดซ้ายตรงที่หมายใบหน้าฝ่ายรับ มือซ้ายตึงมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายทแยงเอี้ยวลำตัวเล็กน้อยเข้าสู่วงใน เพื่อให้หมัดเฉียดผ่านชอกคอด้านขวา แล้วตัววัดศีรษะ กลับเอาคางเกยแขนไว้ พร้อมกับยกมือขวากระแทกข้อศอกเพื่อให้แขนเคล็ด หรือม้วนตัวเข้าศอกด้วยกลหิริญม้วนแผ่นดินต่อไป ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

24. กลรักแร้หักแขน

กลมวณนี้ใช้รับหมัดตรงที่ขมามาสู่ใบหน้าด้วยการตัววัดแขนปิดหมัดแล้วใช้รักแร้จับข้อมือ แล้วเอาฝ่ามือกระแทกที่ข้อศอกเพื่อหักแขน

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดซ้ายสู่ใบหน้าฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเฉียงไปข้างหน้าเล็กน้อยทั้งน้ำหนักในลักษณะเอี้ยวตัวไปบนเท้าขวา แขนขวายื่นพุ่งออกรับ ตัววัดแขนฝ่ายรุกจากวงใน แล้วจับข้อมือด้วยรักแร้ ฝ่ามือขวากระแทกจากล่างขึ้นสู่บนเข้าที่ข้อศอกเพื่อหักแขน ถ้าฝ่ายรุกชกหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 145 กลนารายณ์บันเคียร ภาพที่ 146 กลลูกคางจับหมัด ภาพที่ 147 กลรักแร้หักแขน

25. กลศอกท้ายทอย

กลมวายนี้นี้ใช้แก้หมัดโดยลอดใต้หมัดแล้วถลันตัวออกพุ่งไปด้านหลังกระแทกศอกเข้าสู่จุดหมายตรงท้ายทอย

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงที่ใบหน้าฝ่ายรับ มือซ้ายตั้งมั่น

ฝ่ายรับ เท้าซ้ายสับออกทางซ้ายพร้อมกับก้มหัวลอดใต้แขน ถลันเท้าขวาพุ่งไปทางหลังฝ่ายรุกพุ่งตัวขึ้น ใช้ศอกขวากระแทกท้ายทอย ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

26. กลนารายณ์ขว้างจักร

กลมวายนี้นี้ใช้สวนด้วยหมัดเหวี่ยงเข้าที่คางคู่ต่อสู้โดยซึ่งทำให้ถึงก่อนที่หมัดคู่ต่อสู้จะเข้ามา

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาตรงสู่ ใบหน้าฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายทแยงออกวงนอกให้ได้ จังหวะหมัดทั้งน้ำหนักตัวบนเท้าซ้ายใช้เท้าซ้ายเป็นแกน หมัดขวาชกแบบเหวี่ยงที่ปลาย คางหรือชายโครงฝ่ายรุก ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

27. กลล้มขุนทวน

กลมวายนี้นี้เป็นกลมวายแก้หมัดโดยใช้ลูกเตะก้านคอ

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยซ้ายเข้าที่ก้านคอฝ่ายรับมือขวาตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ขยับเท้าซ้ายสับออกด้านซ้ายเล็กน้อยเพื่อให้ได้จังหวะ ใช้มือจับเท้าที่เตะมาในลักษณะแบกแข็งแล้วโยนทิ้งไป ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดขวาให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 148 กลศอกท้ายทอยภาพที่ 149กลนารายณ์ขว้างจักร ภาพที่ 150กลล้มขุนทวน

28. กลหนุมานหักด่าน

กลมวยนี้ใช้ศอกและเข่าพร้อมกันเป็นไม้มวยที่ใช้สำหรับเข้าระยะใกล้ หรือรับหมัดหรือศอก แล้วถลันเข้าระยะใกล้ ๆ ใช้ได้ทั้งวงนอกและวงใน

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวา หรือศอกเหวี่ยงหมายทรงวงอกฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายออกวงนอกถลันเข้าประชิดตัว พร้อมกับพุ่งเข้าเข้าไปที่ลิ้นปี่ศอกเข้าที่คางเป็นจังหวะเดียวกัน ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดหรือศอกซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

29. กลจระเข้ฟาดหาง (รับต่อยด้วยเตะ)

เมื่อนี้ใช้สันเท้าฟาดไปด้านหลังเมื่อคู่ต่อสู้เสียหลัก

ฝ่ายรับ ยืนอยู่ในท่าจดมวย

ฝ่ายรุก เตะด้วยซ้ายเพื่อให้คู่ต่อสู้หลบเท้าเสียหลักไปด้านหลังจากนั้นหมุนเท้าเหวี่ยงสันเท้าขวาฟาดเข้าใส่คู่ต่อสู้ โดยมีเป้าหมายที่ก้นคอกของคู่ต่อสู้



ภาพที่ 151 กลหนุมานหักด่าน ภาพที่ 152 กลจระเข้ฟาดหาง

กลมวยแก้เท้า

1. กลปึกลูกทอย (รับเตะด้วยศอก)

ใช้รับการเตะกราดของคู่ต่อสู้ โดยใช้ศอกรับสลับกัน

ฝ่ายรุก ยืนตรงหน้าพอได้ระยะเตะยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณขาโครงของฝ่ายรับ จากขวาไปซ้าย โนมัดตัว เล็กน้อย งอแขนทั้ง 3 ป้องกันตรงหน้า

ฝ่ายรับ รับผลัดตัวไปทางซ้าย พร้อมกับก้าวเท้าซ้ายฉากไปข้างหลังใช้แขนขวางอศอกขึ้น รับเท้าของฝ่ายรุก ที่เตะมา แขนซ้ายงอป้องกันอยู่ตรงหน้า สูงกว่าแขนขวาเพื่อป้องกันพลาดถูกใบหน้า

2. กลนาคาบิตหาง (บิตขาจับตีเข่าที่น่อง)

กลมวณี้ใช้แก้การเตะโดยตัดกำลังขาด้วยการใช้ศอกกระทุ้งเข้าที่โคนขา

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังบริเวณขาโครงของฝ่ายรับ แขนทั้ง 2 งออยู่ตรงหน้า

ฝ่ายรับ รับผลักตัวไปทางซ้ายยืนบนเท้าซ้าย มือซ้ายจับสันเท้าของฝ่ายรุก มือขวาจับที่ปลายเท้าบิตออกนอกตัว

3. กลหักงวงไอยรา (ถองโคนขา)

กลมวณี้ใช้รับการเตะ โดยใช้สันเท้ากระแทกที่บริเวณโคนขา

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดไปยังขาโครงของฝ่ายรับงอแขนทั้ง 2 บังอยู่ตรงหน้า

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าขวาเข้าหาฝ่ายรุกตรงหน้า เกือบประชิดตัว ข้างตัวไปทางซ้ายเข้าขวางอ เท้าซ้ายเหยียดตรง ทันใด เอามือซ้ายจับเท้าขวาของฝ่ายรุก ต้องพยายามยกขาฝ่ายรุกให้สูง กันฝ่ายรุกใช้ศอกสับลงที่ต้นขาของคู่ต่อสู้อย่างรุนแรง



ภาพที่ 153 ปักลูกทอย ภาพที่ 154 นาคาบิตหาง ภาพที่ 155 หักงวงไอยรา

4. กลวิรุณหกกลับ (รับเตะด้วยถีบ)

กลมวณี้ใช้แก้เท้าที่เตะมาหมายใบหน้าโดยถีบสวนไปที่เท้าขึ้นเป็นหลักของคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก ยกขาขวาจะเตะขึ้นพร้อมมืออยู่ในท่าจคมวย

ฝ่ายรับ ใช้เท้าซ้ายถีบเข้าไปที่ต้นขาของคู่ต่อสู้ให้ย้อนกลับไปด้านหลังเพื่อให้เสียหลัก



ภาพที่ 156 วิธนกกลับ

5. กลไกรสรข้ามห้วย (หลบถีบ เตะตรง พับขาหลัง)

ใช้แก้มไม้ "บาทาลูปพัคตร์"

ฝ่ายรุก โดดเตะปลายคางของฝ่ายรับ โดยวิธีเตะเสียขึ้นตรง ๆ ด้วยเท้าขวา

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายโดดหลบ ปลายเท้าขวาของฝ่ายรุก โน้มตัวไปทางซ้าย ยืนบนเท้าซ้าย ทันใดรับสอต่อเท้าขวาถีบขาหลัง ของฝ่ายรุกที่ยืนอยู่ตรงบริเวณหัวเข่า ซึ่งจะทำให้เข้าเคล็ด



ภาพที่ 157 ไกรสรข้ามห้วย

6. กลหิริณม้วนแผ่นดิน (รับเตะ ม้วนตัว แหงศอกกลับ)

กลมวณนี้เป็นแม่ไม้ม้วนของการศอกกลับหลังในลักษณะม้วนตัว เข้าไปตามแต่ฝ่ายรุก จะเข้า ชกหรือเตะก็ใช้ม้วนตัวเข้าศอกกลับ หลังได้ทั้งสิ้นดังภาพด้านล่าง

ฝ่ายรุก เตะด้วยเท้าขวา กราดไปที่บริเวณชายโครงของฝ่ายรับ ยืนบนขาซ้าย มือทั้งสองงอกำบังตรงหน้า

ฝ่ายรับ รีบยกแขนขวาท่อนล่างขึ้น รับเตะฝ่ายรุกทันใดรับหมุนตัวกลับหลังหัน กางศอกซ้ายเสมอพื้น ระดับตัก หรือบริเวณใบหน้า ของฝ่ายรุก



ภาพที่ 1



ภาพที่ 2

ภาพที่ 158 หนีรุก ม้วนแผ่นดิน

7. กลนาคุมบาดาล (ก้มหลบลอดขา ถีบขาพับ)

กลมวนี้ใช้ก้มตัวลอดเท้าที่เตะมาแล้วถีบเข้าที่เข่าเป็นหลักให้หางยหลังล้มไป
ฝ่ายรุก เตะด้วยเท้าขวาไม่ถูกที่หมาย ตัวหมุนไปด้วยแรงตามเท้าขวาไปด้วยแรงเหวี่ยง
ฝ่ายรับ รีบสอดเท้าขาพับขาพับทางซ้ายของฝ่ายรุกให้ล้มลง

8. กลทะแยค้ำเสา (หลบเตะ ถีบขาหลัง)

กลมวนี้ใช้เตะหรือถีบโดยก้มตัวลงถีบเท้าที่เป็นหลัก โดยให้หางยหลังล้มไป
ฝ่ายรุก เตะฝ่ายคู่ต่อสู้ด้วยเท้าซ้ายไปที่บริเวณก้นคอ ตัวเอนและยืนบนเท้าขวา

หมัดกำบังตัว

ฝ่ายรับ ใช้มือบังเท้าที่เตะมาในลักษณะค้ำเสาแล้วรีบก้มตัวลง และยกเท้าขวาขึ้น
 ถีบที่โคนขาขวาของฝ่ายรุกเพื่อให้เสียหลัก



ภาพที่ 159 นาคุมบาดาล ภาพที่ 160 ทะแย ค้ำเสา

9. กลยาณีเหิน

กลมวยนี้เป็นกลมวยชั้นสูงของไทยชั้นเผด็จศึกทีเดียว และผู้จะฝึกมันจะต้องรู้จักอาศัยแรงส่งที่มาจากคู่ต่อสู้ช่วยผสมเป็นแรง จึงจะเกิดประสิทธิภาพ

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาสูงที่หมายใบหน้าฝ่ายรับมือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ โน้มตัวไปข้างหน้าพร้อมกับยื่นมือซ้ายออกไปกดที่โคนขาเหนือเข่าเล็กน้อย อาศัยแรงเตะของฝ่ายรุกผสมแรงพุ่งตัวด้วยเท้าทั้งสองพร้อมด้วยพุ่งหมัดนำออกไปสู่ใบหน้าหรือปลายคาง ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้ายให้ปฏิบัติตรงกัน ข้ามและมันใช้แก้เข้าด้วยท่าทางเดียวกัน เปลี่ยนแต่การใช้หมัดเป็นศอกค้ำนำไปเท่านั้น



ภาพที่ 161 กลยาณีเหิน

10. กลพระรามเดินดง

กลมวยนี้เป็นแม่ไม้มวยของการอาศัยแรงส่ง ของคู่ต่อสู้ที่เตะหรือโยนเข้ามาผสมกับแรงที่พุ่งตัวและการพุ่งเข้ารวม 3 แรงเข้าสู่เป้าหมาย

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาระดับชาย โคร่งมือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ พุ่งตัวยกเท้าซ้ายขึ้นเหยียบระดับตัก (หน้าขาท่อนบน) ของเท้าที่เตะมา พร้อมกับ ส่งแรงพุ่งเข้าหาให้ผสมกับแรงที่คู่ต่อสู้ มาผ่านทางเท้าซ้ายที่เหยียบในลักษณะ แรงส่งเข้าพุ่งเข้าสู่ลูกคางหรือยอดอก และตัวก็ลอยโด่งขึ้นเพราะแรงส่งของเท้า ที่เตะมาเต็มแรง ถ้าฝ่ายรุกเตะหรือเข้าด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

11. กลบรรพตถล่ม (ล้มทับแข่ง)

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมายชายโคร่งฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ยกแขนขวางอศอกป้องกันล้มตัวเข้าหาแข่ง เอาศอก ที่ป้องกันกระแทก โคนขาฝ่ายรุก แรงศอกที่ล้มกระแทก ทำให้แรงเตะลดลง เมื่อลำตัวล้มตามไปทับทั้งแข่ง ความแรงอาจทำให้เท้าหักหรือเตะได้ ข้อนะวังควรฝึกหัดล้มคว่ำหน้ากับพื้นจนชำนาญก่อนจึงค่อยฝึก ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 162 กลพระรามเดินดง ภาพที่ 163 กลบรรพตถล่ม

12. กลนางมณฑาทิพย์

กลมวยนี้ใช้โจมตีหรือรับเท้าหรือหมัดได้ทั้งสิ้นโดยการหมุนกลับตัวเอาสะโพกพุ่งเข้าชนบริเวณอก ทำให้ศีรษะขาดพื้นได้

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าซ้ายหรือชกด้วยหมัดซ้ายสู่ใบหน้าฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ รับหมุนกลับตัวทางด้านขวา (กลับหลังหัน) พร้อมกระโดดตัวลอยไปทางด้านหลัง ใช้สะโพกกระแทกเข้าบริเวณต้นขาที่เตะมาหรือหน้าอกให้หงายหลังขาดพื้นไป ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าขวาหรือชกด้วยหมัดขวา ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

13. กลรัดวงเอรารัตน

กลมวยนี้ใช้สำหรับจับเท้าแล้วพุ่งสวนด้วยหมัด

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมายชกด้วยหมัดซ้ายสู่ใบหน้าฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาแทงไปทางขวา ทิ้งน้ำหนักตัวไปทางขวา ใช้มือซ้ายยันไปที่หน้าขาของเท้า ที่เตะมาเมื่อแรงเท้าลดลงรีบก้าวเท้าซ้ายเข้าหาหมัดซ้ายตัวหนีบเท้ากับรักแร้พร้อมกับชก ด้วยหมัดขวาตรงสวนไปที่ใบหน้าคู่ต่อสู้ต้องทำให้เป็นจังหวะเดียวกัน ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 164 กลนางมณฑาทิพย์ ภาพที่ 165 กลรัดวงเอรารัตน

14. กลยัณรุกรขมูล

กลมวณนี้ใช้รับเท้าในลักษณะงอแขนป้องกันตัวแล้วย่อเท้าลงรับตรงข้อเท้าหน้าหรือข้อพับพร้อมกับรับพุงตัว และชกให้คู่ต่อสู้หงายหลังไป

ฝ่ายรุก เดินมวณเข้าเตะด้วยเท้าซ้ายที่ชอกคอฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเข้าหาให้ได้ระยะข้อพับของเท้าที่เตะมา ย่อตัวลงในลักษณะเกือบจะนั่ง งอแขนขวาขึ้นปิดศีรษะเฉียงศอกเข้ารับตรงข้อพับ หรือน่องของเท้าที่เตะมาพร้อมกับพุงตัว ดันเท้าให้หงายหลัง พุงหมัดซ้ายเข้าที่ลิ้นปี่หรือลูกคางคู่ต่อสู้ ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าขวา ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 166 กลยัณรุกรขมูล

15. กลโค่นรุกรขมูล

กลมวณนี้ใช้แก้เตะด้วยการก้มตัวลงให้เท้าที่เตะมาเลยหัวไปแล้วใช้มือทั้งสองลากเท้าที่ยื่นอยู่ ของคู่ต่อสู้ให้หัวฟาดพื้น

ฝ่ายรุก เดินมวณเข้าเตะด้วยเท้าขวาสู่ใบหน้าฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ สืบเท้าขวาเข้าประชิดตัวพร้อมกับลดตัวลงในลักษณะนั่งเอามือขวาจับที่ข้อเท้ามือซ้ายดันไปที่เข่าพร้อมกับกระชากมือขวาและผลักมือซ้ายพร้อมยันตัวขึ้นเป็นจังหวะเดียวกัน คู่ต่อสู้จะล้มหัวฟาดพื้น ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

16. กลนางมลอทนั้งตัก

กลมวณนี้เป็นกลมวณขั้นสูงของไทยโดยอาศัยแรง ฝ่ายตรงข้ามที่เตะมาเป็นแรงส่งดันกันที่นั้งตัก ไปตีศอก

ฝ่ายรุก เดินมวณเข้าเตะด้วยเท้าขวาสู่ชอกคอของ ฝ่ายรับมือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ รับเอียงลำตัวข้างซ้ายหลังกระโดดลอยตัว ขึ้นนั่งบนหน้าตักเท้าขวาที่เตะมาของฝ่ายรุก อาศัยแรงส่งจากเท้าที่เตะมาผสมกับศอกซ้าย ตีแสกหน้าฝ่ายรุก ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 167 กลโศ่นรุกขมูลภาพที่ 168 กลนางมลอโชนั่งตัก

17. กลหักเหล็กเพชร

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมาย ปลายคางฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ยกมือขวาขึ้นปะทะปลายเท้า มือซ้ายตะบปที่สัน เมื่อจับเท้าได้ก็จับ เท้า ลดลงกระโดดหันหลังขึ้นนั่งคร่อม ที่เข่ากระแทกกันลงมือทั้งสองเหนี่ยวส้น เท้าขึ้นจะทำให้เท้าหักหรือเคล็ดทันที ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



จังหวะที่1

จังหวะที่2

ภาพที่ 169 กลหักเหล็กเพชร

18. กลหนุมานฟาดกุมภณท์

กลมวยนี้เป็นไม้รับเท้าที่มีความรุนแรงฉะนั้นเวลาใช้ ควรให้เหมาะแก่สภาพการณ์

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาที่หมายชอกคอ ฝ่ายรับมือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ พลิกตัวเข้าจับเท้า ด้วยมือทั้งสอง (คล้ายนาคาบิตหาง) พลิกตัวหันหลัง จับเท้าขึ้น แบกบนบ่าแล้วก้มตัวไป ข้างหน้าออกแรงเหวี่ยงฟาด คู่ต่อสู้ให้ลอยข้ามศีรษะ ให้ศีรษะฟาดลงกับพื้น ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



จังหวะที่1



จังหวะที่2



จังหวะที่3

ภาพที่ 170 กลหมุนมานพาดกุมภกันท์

19. กลลิงพลั่ว

กลนี้ใช้หลบหมัดหรือเท้าแล้วกระโดดเข้าลอยที่กลางหลังดังภาพด้านล่าง

ฝ่ายรุก เดินเข้ามาเตะด้วยเท้าขวาหมายก้านคอคู่ต่อสู้

ฝ่ายรับ ก้มลงเพื่อหลบเท้าที่เตะมา พอคู่ต่อสู้เหวี่ยงแข้งไปหันหลังให้พอดี ก็ถลันกระโดดพุ่งเข้าลอยเข้าที่กลางหลังของคู่ต่อสู้



จังหวะที่1



จังหวะที่2

ภาพที่ 171 กลลิงพลั่ว

20. กลญวนทอดแห (ปิดถีบ เตะสอดขาพับ)

ใช้แก้มถีบของคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก เตรียมบุกฝ่ายรับ ด้วยการใช้เท้าถีบไปที่บริเวณหน้าท้องของคู่ต่อสู้หมัดขวาคุมเสมอคาง

ฝ่ายรับ ใช้มือซ้ายปิดเท้าที่ถีบออกมาให้หลบออกห่างซ้าย เพื่อให้คู่ต่อสู้เสียหลัก จากนั้นใช้เท้าซ้ายเตะเข้าที่ต้นขาซ้ายโครงคู่ต่อสู้ให้เสียหลัก



ภาพที่ 172 กลยวณทอดแห

21. กลยวณศึกตีทวน

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดซ้ายตรง ที่หมายบริเวณหน้าฝ่ายรับ มือขวาตั้งมั่น

ฝ่ายรับ รับก้าวเท้าซ้ายทแยงออกวงนอกทั้งน้ำหนักตัวบนเท้าซ้ายหมัดซ้ายของฝ่ายรุก จะเฉียดไหล่ไปพร้อมกับเท้าขวาที่ก้าวถึงพื้น เท้าขวาก็ยกขึ้นเตะที่บริเวณก้นคอระหว่างหัวไหล่ฝ่ายรุกอย่างรวดเร็ว เป็นจังหวะสวนหรือสกัด ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดขวา ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

22. กลกวาดมาร(สลายแรงเท้า)

กลมวณนี้เป็นไม้แก้เตะชั้นสูงของมวยไทย ผู้หัดจะต้องเป็นผู้ชำนาญการใช้แรงและรู้จังหวะดีแล้ว ไม้นี้ถ้าใช้สกัดตลอดแข้งของฝ่ายรุก อาจทำให้สลายแรงแข้งได้ แต่ทำนี้เมื่อใช้ฝ่ามือสกัดปาดจนชำนาญ จะเป็นไม้ต่อสู้สูงต่อไปเช่นกลภาษีเห็นก็ต้องหัดไม้นี้เป็นพื้นฐานก่อน

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมายชายโครงฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ สลับเท้าขวาสับไปข้างหน้าในจังหวะเดินมวยแบบม้าย่อง ยื่นมือขวาปาดแค่ต้นเข่าถึงปลายเท้าในแบบสลายแรงหมัดซ้ายเตรียมพุ่งชกด้วยหมัดตรงและ ยกมือสูงคอยป้องกัน ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 173 กลยวณศึกตีทวนภาพที่ 174 กลกวาดมาร

23. กลหมุนานแบกแข็ง

กลมวณี้เป็นไม้แก็เท้า โดยลอดเท้าที่เตะมา พร้อมชกหมัดพุ่งขึ้นสู่ปลายคาง ใช้เท้าเหยียบเท้า ที่เป็นหลักของคู่ต่อสู้เพื่อทะลึ่งตัวขึ้น

ฝ่ายรุก เดินมวณเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมายชกคอก ฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายทแยงทางซ้ายพร้อมกับก้มตัวลงลอดเท้าที่เตะไป ขยับเท้าขวา เข้าเหยียบเท้าซ้ายที่ยืนเป็นหลักของฝ่ายรุก พุ่งหมัดขวาเข้าปลายคางพร้อมกับพุ่งตัวขึ้น ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 175 กลหมุนานแบกแข็ง

กลมวณแก็เข้า

1. กลพลิกแผ่นดิน

ฝ่ายรุก เดินมวณเข้าหาพร้อมกับพุ่งเข้าขวาสู่เป้าหมายยอดคอกของฝ่ายรับมือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาทแยงสืบเข้าหาทั้งน้ำหนักตัวบน เท้าขวา มือซ้ายสอดเข้าที่ข้อพับของฝ่ายรุก พร้อมชกหรือผลักด้วยมือขวาเข้าที่ปลายคาง หรือยอดคอก ถ้าฝ่ายรุกใช้เข้าด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

2. กลก้งหันต้องลม

กลมวณี้ใช้แก็เข้าลอยที่พุ่งมาโดยเบี่ยงข้างหลบแล้วยื่นแขนสอดเข้าที่ข้อพับเข้าอีกมือผลักเข้าที่อก ให้หมุนหงายหลังลงหัวฟาดพื้น

ฝ่ายรุก กระโดดพุ่งเข้าลอยด้วยเท้าขวาสู่ ปลายคางหรือยอดคอก มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายออกข้างยื่นมือขวาปิดเข้า ให้เบนออกแล้วสอดมือเข้าที่ข้อพับมือซ้ายยื่น ไปยันที่หน้าอกมือขวายกขึ้นให้คู่ต่อสู้เสียหลัก ถ้าฝ่ายรุกเข้าลอยด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม ข้อควรระวังเวลาซ้อมอย่าผลักให้หงายเพียงแต่รับและดันออกไว้อย่างเฉยๆ เพราะอาจเกิดอันตรายได้



ภาพที่ 176พลิกแผ่นดินภาพที่ 177กลกัณฑ์ต้องลม

3.กลเบนเขาสุเมรุ

กลมวนี้ใช้รับเข้าโดยถลันเข้าวงในใช้ท่อนแขนปิดให้เข้าเบนเพื่อให้เสียหลักเพื่อจะได้ใช้ศอก กระแทกหน้าฝ่ายรุก

ฝ่ายรุกเดินมวยเข้าโยนเข้าขวาหมายหน้าท้องของ ฝ่ายรับ มือทั้งสองตั้งมั่น

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาแทงสับเข้าวงในพร้อมสะบัด แขนซ้ายปิดเข้าให้เบนออกห่างตัว แล้วพุ่งศอกขวา สู่ปลายคางหรือหน้าฝ่ายรุกทันที ถ้าฝ่ายรุกเข้าด้วยเท้าซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

กลมวนี้แก้ศอก

1.กลพระรามนำวศร

กลมวนี้ใช้รับศอกที่ขว้างมาจากทิศบน โดยใช้แขนยันศอกไว้แล้วชกหมัดเสยที่ปลายคางหรือหน้าท้องก็ได้

ฝ่ายรุกเดินเข้าประชิดด้วยศอกคู้หรือศอกเดียวขึ้นกระแทกกลางที่เสกหน้าหรือศรีษะฝ่ายรับ

ฝ่ายรับย่อตัวลงเล็กน้อยเพื่อชะลอแรงกระแทกยกแขนซ้ายขึ้นปะทะใต้ศอกที่กระแทกลงมา พร้อมกับชกหมัดเสยที่ปลายคางหรือท้องทันที



ภาพที่ 178กลเบนเขาสุเมรุภาพที่ 179กลพระรามนำวศร

2.กลพระรามหัทศร

กลมวณนี้ใช้รับศอกตัดในระยะประชิด แล้วบิดแขน

ฝ่ายรุก เดินเข้าหาใช้ศอกซ้ายตีที่ใบหน้าฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ สืบเท้าเข้าเฉียงเข้าประชิดตัว มือขวาตะปบจับศอก มือขวาจับที่ท่อนแขน ใช้มือพร้อมกันแล้วใช้มือซ้ายกดลง มือขวาที่จับศอกกระแทกขึ้นทันที



ภาพที่ 180 กลพระรามหัทศร

3.กลพระรามฟาดศร

กลมวณนี้ใช้แก้ศอกเสยโดยใช้สันมือสับที่ข้อพับ

ฝ่ายรุก เดินเข้าประชิดตัวแล้วใช้ศอกงัดที่ปลายคาง

ฝ่ายรับ สืบเท้าซ้ายออกไปเฉียงข้างหน้าให้ได้ระดับแล้วสับฝ่ามือลงที่ข้อพับฝ่ายรุก

4.กลพระรามยันศร

กลมวณนี้ใช้แก้ศอกตีโดยใช้ฝ่ามือยันไว้ที่ไหล่แล้วใช้ศอกตีตอบโต้

ฝ่ายรุก เดินเข้าตีด้วยศอกขวา

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาเข้าประชิดตัวทางด้านขวา สอดมือขวาไปยันหรือชกที่ไหล่ เพื่อสลายแรงศอก แล้วตีด้วยศอกซ้ายที่ใบหน้าทันที



ภาพที่ 181 กลพระรามฟาดศรภาพที่ 182 กลพระรามยันศร

กลมวยจูโจม

1.กลหักคอไอยรา

กลมวยนี้ใช้เดินเข้าจับคู่ต่อสู้โน้มลงตีเข้า ที่หน้าหรือยอดอกแบบจูโจมและรวดเร็ว

ฝ่ายรุกเดินมวยเข้าจะชกด้วยหมัดซ้าย มือขวาตั้งมั่น

ฝ่ายรับก้าวเท้าซ้ายเข้าหาพร้อมยกมือทั้งสองไปข้างหน้า ก้มหัวให้อยู่ในแขนทั้งสอง หมัดฝ่ายรุกจะไล่ตามแขนไปมือทั้งสองตะบปเข้าที่ท้ายทอยโน้มมาตีเข้าซ้ายที่ปลายคาง



ภาพที่ 183 กลหักคอไอยรา

2.กลขุนยักษ์จับลิง (รับ - ต่อย - ตะ - คอก)

ไม่ว่าเป็นไม่ว่าสำคัญในการใช้แก้คู่ต่อสู้ที่ไวในการต่อย ตะ ถอง ตีตพันกัน โดยการปฏิบัติจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1

ฝ่ายรุกพุ่งหมัดซ้ายตรงไปยังใบหน้าของฝ่ายรับพร้อมกับก้าวเท้าซ้ายสับไปข้างหน้า

ฝ่ายรับรับก้าวเท้าซ้ายสับเท้าเข้าหาตัวฝ่ายรุกและแขนขวาปิดแขนซ้ายฝ่ายรุกให้พ้น

ตอนที่ 2

ฝ่ายรุก ยกเท้าขวาเตะกราดบริเวณขาโครงของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ รีบผลักตัวถอยเท้าซ้ายไปข้างหลังราวถึงซ้ายย่อตัวใช้ศอกขวาถองที่ขาขวา

บน

ตอนที่ 3

ฝ่ายรุก งอแขนขวานำมือตบองชกศีรษะของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ รีบยืดตัว งอแขนให้แขนท่อนบนปะทะแขนท่อนล่างของฝ่ายรุก แล้วรีบผลักตัวก้าวเท้าขวาไปทางหลังประมาณถึงขา



ตอนที่ 1



ตอนที่ 2



ตอนที่ 3

ภาพที่ 184 กลขุนยักซ์จับลิง

3. กลกวางเหลียวหลัง (ตามเตะ ถีบด้วยสันเท้า)

ฝ่ายรุก ตั้งหมัดขวาหรือซ้ายนำ เตรียมตัวถอยหลังเพื่อหลบเตะของฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ เตะเข้าที่ปลายคางของคู่ต่อสู้ ส่วนคู่ต่อสู้หลบเท้าที่เตะได้ ฝ่ายเตะให้รับ หมุนตัวกลับโดยเร็ว โดยใช้เท้าซ้ายยืนเป็นหลัก กลับหลังหัน ใช้เท้าตรงกันข้ามถีบปลายคาง หรือยอดอกของฝ่ายรุก



จังหวะที่ 1



จังหวะที่ 2

ภาพที่ 185 กลกวางเหลียวหลัง

4. กลตลบขึ้น

กลมวายนี้อาจใช้โจมตี โดยเปิดมือทั้งสองขึ้นแล้วพุ่งเข้าเข้าหน้าท้องหรือทรวงอก

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาโดยจดมวยกราด ข้างออก

ฝ่ายรับ เดินมวยเข้าหา มือทั้งสองตัวตวัดจาก ล่างขึ้นบน เปิดมือทั้งสองข้างของฝ่าย รุกออกแล้ว พุ่งเข้าไปที่ทรวงอก หรือหน้าท้อง ถ้าฝ่ายรุกจดมวยกราดขวาออกให้พุ่งเข้าขวา



ภาพที่ 186 กลตลบขึ้น

5. กลอีกาฉีกรัง

กลมวณี้ใช้จุดโจมตีโดยแหวก กราดกระโดดเข้าลอยเข้าที่ลูกคางหรือยอดอก

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ กระโดดพุ่งเข้าซ้ายที่หมาย ยอดอกหรือลูกคางพร้อมกับใช้มือทั้งสองตัววัดขึ้นไปเปิดกราดทั้งสอง ของฝ่ายรุกเพื่อช่วยให้เข้ากระแทกที่หมาย ถ้าฝ่ายรุกจดมวยโดยกราด ขวาวอกให้พุ่งด้วยเข้าขวา

6. กลตลบลง

กลมวณี้ใช้บุกจุดโจมตีโดยใช้มือทั้งสองตะบปกดกราดคู่ต่อสู้ให้เปิดออก แล้วพุ่งเข้าสู่ทรงอกหรือหน้าท้อง

ฝ่ายรุก ยืนจดมวยกราดต่ำระดับอก เดินทแยงเข้าหา

ฝ่ายรับ เดินมวยใช้มือทั้งสองตะบปดลงที่กราดมือทั้งสองของฝ่ายรุกแล้วกดแหวกลง ทำให้ฝ่ายรุกเปิดว่างที่อกและหน้าท้องฝ่ายรับรีบพุ่งเข้าซ้ายสู่ที่หมาย ถ้าฝ่ายรุกใช้กราดขวาวอกให้ กระโดดเข้าด้วยเข้าขวา



ภาพที่ 187 กลอีกาฉีกรังภาพที่ 188 กลตลบลง

7. กลหนุมานแหวกฟอง

กลมวณนี้ใช้จุดโจมตีโดยกระโดดเข้าลอย แล้วส่งเข้าลอยเข้าที่ยอดดอกหรือลูกคาง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาจุดเหลี่ยมขวาออก

ฝ่ายรับ ใช้เข้าขวากระโดด โดยพุ่งเข้าลอยไปที่กราดทั้งสองของฝ่ายรุก ส่งเข้าลอยขวาเข้าไปที่ปลายคางหรือยอดดอก ถ้าฝ่ายรุกจุดเหลี่ยมซ้ายให้กระโดดพุ่งด้วยเข้าซ้าย

8. กลนคัมเข้ร้าง

กลมวณนี้ใช้สำหรับจุดโจมตีคู่ต่อสู้ที่สูงใหญ่กว่า

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาโดยเปิดช่องว่างส่วนนอกไว้

ฝ่ายรับ กระโดดพุ่งตัวพร้อมกับคู่ตัวในลักษณะหมัดทั้งสองป้องปิดจากทรงวงกลอดหัว เข่างอขึ้นปิดท้อง ตั้งคล้ายนกกุ่มพุ่งเข้ากระแทกคู่ต่อสู้ โดยหมัด กระแทกคาง ศอก กระแทกลิ้นปี เข้ากระแทกท้องอย่างสุดแรง ควรฝึกซ้อมเป็นคู่ฝึกพุ่งลอยตัวเสมอๆ การฝึกกลมวณจึงเกิดประสิทธิภาพ



ภาพที่ 189 กลหนุมานแหวกฟอง ภาพที่ 190 กลนคัมเข้ร้าง

9. กลถาษิมุตสระ

กลมวณนี้เป็นแม่ไม้สำคัญของการพุ่งตัวเข้าทำร้ายคู่ต่อสู้ ในลักษณะพุ่งตัวขนานกับพื้น

ฝ่ายรุก ยืนตั้งกราดแล้วเดิน เข้าหาฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ยืนมือทั้งสองไปแหวกมือทั้งสองของฝ่ายรุกพร้อมพุ่งลอยตัวให้ขนาน กับพื้นเอาหัวชนใบหน้าคู่ต่อสู้ก่อนจะฝึกกลมวณนี้ต้องหัดพุ่งชนในท่าทางดังรูป กับสนามหญ้า หรือเบาะให้ชำนาญเสียก่อน มิฉะนั้นเป็นอันตรายแก่ผู้กระทำเอง เพราะไม่มีวิธีผ่อนแรงเมื่อตัวตกถึงพื้นแล้ว



ภาพที่ 191 กลยุทธ์มุดสระ

10. กลหนุมนทะยาน

กลมวณนี้เป็นไม้มวยชั้นสุดยอดของไทยและน้อยคนนักจะฝึกได้ สำเร็จเพราะต้องอาศัยแรงหมุน จากการเตะมาประสานกับแรงพุ่ง เข้าลอยเข้าทำอันตรายคู่ต่อสู้ เป็นจังหวะเดียว

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ยกเท้าขวาเตะออกไปอย่างสุดแรงแล้วอาศัยแรงหมุนของแรงเตะ หมุนไป

1 รอบ พร้อมกับย่อขาซ้ายลงตั้งตัวขึ้นพุ่งเข้า ขวาลอยเข้าสู่ยอดอก หรือปลายคางคู่ต่อสู้ถ้าฝึกพุ่งด้วยเข้าซ้าย ให้ปฏิบัติ ตรงกันข้าม



จังหวะที่ 1 จังหวะที่ 2

จังหวะที่ 3

ภาพที่ 192 กลหนุมนทะยาน

11. กลหักคอเอราวัณ

กลมวณนี้ใช้บุกจูโจมขณะที่คู่ต่อสู้เดินมวยเข้าหาและงอขาหน้ามากเหมือนเป็นบันไดเดินขึ้นไป เหยียบแล้วเข้าเหมือนก้าวขึ้นบันได

ฝ่ายรุก เดินเข้าหาจะชกด้วยหมัดซ้ายตรง พร้อมกับสับเท้าซ้ายไปข้างหน้า หมัดขวาคุมอยู่บริเวณคาง

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายสับไปตรงหน้าฝ่ายรุกอย่างรวดเร็ว พร้อมกับยกแขนขวาสอดร็อกเข้าที่คอของฝ่ายรุก แล้วโดดเข้าเหวี่ยงคอฝ่ายรุก โน้มลงมาโดยแรง แล้วตีด้วยเข้าบริเวณใบหน้า



ภาพที่ 193 กลตักคอเอราวัณ

12. กลตะเพียนแฝงตอ

กลมวายนี้นับเป็นไม้จู่โจมที่รวดเร็ว และทรงประสิทธิภาพยิ่งของมวยไทย โดยการศอกและเข้าพร้อมกับแรงกระโดดพุ่ง ไปทางด้านข้างแบบปลาตะเพียนหลบไม้

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชิดด้วยหมัดขวาสู่ใบหน้าหรือจดมวยเอาไหล่ขวาออกข้างหน้า

ฝ่ายรับ สืบเท้าซ้ายออกวงนอกเล็กน้อย เมื่อได้จังหวะศอกและเข้า ให้พุ่งตัวกระโดด ขึ้นแนลบผ่านหมัดขวาที่ชกมาอย่างสุดแรงและรวดเร็วพร้อมตีศอกไปที่ใบหน้าและเข้าเข้าทรวง หรือชายโครงฝ่ายรุกถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย หรือจดมวยไหล่ซ้ายออกให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

13. กลจระเข้ฟาดหาง

แม่นี่ใช้ส้นเท้าฟาดไปด้านหลังเมื่อคู่ต่อสู้เสียหลัก

ฝ่ายรับ ยืนอยู่ในท่าจดมวย

ฝ่ายรุก เตะด้วยซ้ายเพื่อให้คู่ต่อสู้สลับเท้าเสียหลักไปด้านหลังจากนั้นหมุนเท้าเหวี่ยงส้นเท้าขวาฟาดเข้าใส่คู่ต่อสู้ เป้าหมายที่ก้านคอ



ภาพที่ 194 กลตะเพียนแฝงตอภาพที่ 195 กลจระเข้ฟาดหาง

14. กลย่นเอรำวณ

กลมวณนี้ใช้บุกประชิดใช้มือยันเข่าที่ยืนเพื่อป้องกันไม่ให้คู่ต่อสู้ใช้เท้าพร้อมกับยกเข่าฟาด ไปยอดดอกในลักษณะเหมือนไม้กระดก

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวา หรือจตมวยขาขวายู่ข้างหน้า

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายสับเข้าประชิดตัว ก้มตัวลงไปให้หัวเข่า ใช้มือจับที่ระดับเข่าพร้อมกับยกเข่าฟาดเข้า สู้ยอดดอกให้เป็นจังหวะเดียวกัน ทั้งการก้มตัวและยกเข่าฟาดสู่เป้าหมาย ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย หรือจตมวยขาซ้ายอยู่หน้า ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

15. กลเถรกวาดลาน

กลมวณนี้ใช้จุดโจมตีส่วนล่างอย่างรุนแรง สามารถทำให้เท้าแพลง และศีรษะฟาดพื้นได้

ฝ่ายรุก เตะซ้ายเข้าหาคู่ต่อสู้หมายก้านคอ หมัดขวาคุมเสมอคง

ฝ่ายรับ ก้มตัวลงเล็กน้อย และเตะขวาเข้าที่ขาพับด้านนอกของคู่ต่อสู้



ภาพที่ 196 กลย่นเอรำวณภาพที่ 197 กลเถรกวาดลาน

16. กลพระรามตีทัพ

กลมวณนี้เป็นไม้จุดโจมตีหรือไม้ตายเพื่อพิชิตให้ เด็ดขาดเมื่อคู่ต่อสู้เพลอ หรือใช้หมัดชกมาโดยการ ฟุ้งตัวออกข้างแล้วใช้หมัดชกออกไปพร้อมๆ กับ การลอยตัวเข้าหา

ฝ่ายรุก เดินมวยชกด้วยหมัดขวาตรง หรือย่นจต มวยในลักษณะเท้าซ้ายอยู่หน้า

ฝ่ายรับ ฟุ้งตัวลอยออกข้างพร้อมกับชก ด้วยหมัดขวาตรงที่หมายปลายคาง และเตะด้วยหน้าแข้งขวาสู่ทรวงอกพร้อมๆ กัน (ถ้าฟุ้งโดยตรงไม่ได้เตะหรือชกจะเฉียง ผ่านไหล่ซ้ายของคู่ต่อสู้ไป) ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย หรือจตมวยเท้าขวายู่หน้า ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 198 กลพระรามตีทัพ

17. กลพระรามสะกดทัพ

กลพระรามสะกดทัพ (เตะสลับขาด้วยสั้น) กลมวयนี้เป็นไม้จูโจมที่รุนแรง อาจถึงพิการได้โดยกระโดดพุ่งขึ้นทั้งแรงตัวและแรงขาที่ส่งไปที่สั้น เตะด้วยลูกสั้นผสมกับแรงกระโดด เข้าหาไปที่ลื่นปี ตลอดถึงลูกคาง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาหรือยีนคุมเชิง โดยเอาขาซ้ายอยู่ข้างหน้า

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าขวาแทงไปทางขวา โดยยกให้สูงขนาดเข้าขวามีระดับเกือบถึงหัวไหล่ แต่แทนที่จะเหยียบลงพื้นเท้า ซ้ายที่เหยียบพื้น อยู่ก็ถีบส่งกระโดดขึ้นเอาสั้น กระแทกเข้าที่หมายคือ ปลายคางเท้าขวาทำท่าเหยียบอากาศลง ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติ ตรงกันข้าม

18. กลบันเฑียรทศกัณฐ์

กลมวयนี้เป็นกลมวয়ลูกไม้ของนกคุ้มเข้ารัง โดยใช้กระโดดเข้าทั้งสองเข้าเข้าที่คาง คอกคู่กระแทกเข้าที่กระหม่อม เป็นไม้ที่รุนแรง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหาฝ่ายรับ กราตมือทั้งสองตั้งระดับอก

ฝ่ายรับ กระโดดลอยตัวขึ้นเข้าคู่เข้าที่คาง พร้อมกับกระแทกคอกคู่ลงที่กลางกระหม่อม การฝึกควรกระโดดลอยตัวให้สูงขึ้นอยู่เสมอ เพราะไม้ลอยตัวเป็นไม้พิชิตทั้งสิ้น



ภาพที่ 199 กลพระรามสะกดทัพ ภาพที่ 200 กลบันเฑียรทศกัณฐ์

19. กลขว้างจักรนารายณ์

กลขว้างจักรนารายณ์ (หมุนตัวกลับหลังฟาดด้วยหลังหมัด)กลมวญนี้เป็นลูกไม้ของกลหิรัญม้วนแผ่นดิน การฝึกหมุนตัวกลับหลัง ต้องรวดเร็วและได้จังหวะจึงจะใช้ได้ผล

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าชกด้วยหมัดขวาหรือถลันเข้าหา

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าออกไปทางด้านซ้ายของฝ่ายรุก ให้ได้ ระยะหลังหมัดหมุนตัวกลับหลังฟาดหมัดเข้าสู่ ใบหน้าของฝ่ายรุกทันที ถ้าฝ่ายรุกชกด้วยหมัดซ้าย ให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

20. กลพระรามเหยียบลังกา

กลมวญนี้เป็นลูกไม้ของกลพระรามเดินดง ผู้ที่จะฝึกไม้นี้ได้ต้องฝึกกลพระรามเดินดงให้ชำนาญเสียก่อน คือรู้ถึงการอาศัยแรงส่งของเท้าคู่ต่อสู้มาผสมกับแรงกระโดดตะเจะของตนเอง

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาสู่ชายโครงฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ก้าวเท้าซ้ายขึ้นเหยียบบริเวณต้นขาพร้อมกับ กระโดดลอยตัวเตะไปยังชอกคอหรือใบหน้า คู่ต่อสู้ในจังหวะเดียว ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 201 กลขว้างจักรนารายณ์ ภาพที่ 202 กลพระรามเหยียบลังกา

21. กลรามสูรขว้างขวาน

กลมวญนี้เป็นไม้จุ่มโดยกระโดดเข้ารวบมือทั้งสองของฝ่ายรุกแล้วขว้างศอกเข้าแสบ

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าหากรัดมือทั้งสองยกขึ้นตั้งสูง

ฝ่ายรับ กระโดดลอย ตัวขึ้นประชิด ใช้มือซ้ายกดลงที่ข้อพับมือทั้งสองแล้ว ขว้างศอกขวาเข้าที่ศรีษะทันที ทุกท่าทางต้องทำให้เป็นจังหวะเดียว การลอยตัวเข้าประชิดควรฝึกให้ชำนาญเสียก่อนเพราะเป็นพื้นฐานของไม้นี้



ภาพที่ 203 กลรามาสุรข้างขวาน

22. กลหนุมานข้ามลงกา

กลมวนี้เป็แม่ไม้ของการฝึกกระโดดข้ามเท้าและใช้ลูกไม้อื่นทำร้ายคู่ต่อสู้

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวาหมายชายโครงฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ยกเท้าซ้ายขึ้นกระโดดเหยียบเท้าที่เตะมาพร้อมกับยกเท้าถีบเข้าสู่หน้าอกอย่างรุนแรง ทำให้คู่ต่อสู้เสียหลักล้มลงไปกับพื้น ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม

23. กลนารายณ์ข้ามสมุทร

กลมวนี้ผู้ที่จะฝึกต้องฝึกกลหนุมานข้ามลงกาให้ชำนาญเสียก่อน จึงค่อยฝึกไม้นี้ เพราะการกระโดดข้าม แข่งต้องรู้ระยะความสูงของเท้าด้วยปฏิภาณตัวเองส่วนการกระโดดข้ามหน้าตักนั้นมีระยะความสูงแน่นอน

ฝ่ายรุก เดินมวยเข้าเตะด้วยเท้าขวา หมายชายโครงฝ่ายรับ

ฝ่ายรับ ยกเท้าซ้ายขึ้นข้ามเท้าที่เตะมา พร้อมกับสับเท้าลง เพื่อส่งแรงเท้าขวาที่กระโดดตั้งขึ้นเตะ ใบหน้าหรือชอกคอของฝ่ายรุก ถ้าฝ่ายรุกเตะด้วยเท้าซ้ายให้ปฏิบัติตรงกันข้าม



ภาพที่ 204 กลหนุมานข้ามลงกา ภาพที่ 205 กลนารายณ์ข้ามสมุทร

สรุปมวยไทย จำแนกหลักๆได้แก่ การไหว้ครู พื้นฐานทักษะมวยไทย และแม่ไม้ ลูกไม้ กลมวไทยผู้ฝึกต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจฝึกทักษะย่อยๆก่อนแล้วจึงฝึกทักษะที่ซับซ้อนต่อไป เพื่อใช้

สำหรับจัดทำหลักสูตรการฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4 การขอจัดตั้งค่ายมวยไทยและเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพ

1) การตั้งค่ายมวยไทย

หลักเกณฑ์และวิธีการตั้งค่ายมวยไทย

การตั้งค่ายมวยตามระเบียบคณะกรรมการกีฬามวย พ.ศ. 2542 ตั้งขึ้นตามระเบียบการขอมีบัตรประจำตัวหัวหน้าค่ายมวย โดยมีหัวหน้าค่ายมวยไทย จึงมีค่ายมวยตามระเบียบคณะกรรมการกีฬามวยว่าด้วยบัตรประจำตัวนักมวย ผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน และหัวหน้าค่ายมวย พ.ศ.2542 โดยยื่นคำขอจดทะเบียนเป็นหัวหน้าค่ายมวยและขอมีบัตรประจำตัวหัวหน้าค่ายมวยต่อฝ่ายทะเบียนการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยมีหลักฐาน ดังนี้

1. รูปถ่ายขนาด 2.5x3 ซม. จำนวน 2 ใบ
2. สำเนาทะเบียนบ้าน
3. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน/ข้าราชการ/พนักงานองค์กรของรัฐ
4. ภาพถ่ายสถานที่จัดตั้งค่ายมวยและป้ายชื่อค่ายมวย
5. เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับค่ายมวย
6. หนังสือรับรองการตรวจสุขภาพจากแพทย์

อ้างอิง : สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา.พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ.2542 กฎกระทรวง ข้อบังคับ ระเบียบปรับปรุงเพิ่มเติม ครั้งที่ 7 พุทธศักราช 2557 กรุงเทพมหานคร : มพท,2557

2) กรอบคู่มือการบริหารจัดการ

ตามเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพของสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย (สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย,2558, หน้า1-85) เพื่อให้การเติบโตของค่ายมวยไทยในต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นทำให้การอนุรักษ์ไว้ซึ่งสิ่งที่ดั้งเดิมของมวยไทย ระบบการบริหารจัดการที่พอจะเป็นแนวทางในการพัฒนาค่ายมวยไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งโลกเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีเกณฑ์มาตรฐานให้สอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์และเป้าหมายสำคัญของการตรวจประเมินเพื่อให้การรับรองค่ายมวยโดยค่ายมวยไทยต้องมาตรฐาน 8 มาตรฐานในการดำเนินการดังนี้

มาตรฐานที่ 1 โครงร่างพื้นฐานค่ายมวยไทยอาชีพประกอบด้วย

ลักษณะค่ายมวยไทยอาชีพ

- 1.สภาพแวดล้อมค่ายมวยไทยอาชีพ
2. การจัดความสัมพันธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพกับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้อง

สภาวการณ์ของค่ายมวยไทยอาชีพ

1. สภาวะแวดล้อมด้านการแข่งขัน

2.ระบบการปรับปรุงผลการดำเนินการของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่2 การบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่าย

1. วิสัยทัศน์และพันธกิจของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่ 3 การบริหารแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่ 4 การบริหารลูกค้าของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่ 5 การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ การทำนุบำรุง อนุรักษ์ และเผยแพร่มวยไทย

มาตรฐานที่ 6 การบริหาร การพัฒนานักมวย และบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่ 7 การจัดกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญและกระบวนการสนับสนุนของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานที่ 8 การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีและการประเมินผลลัพธ์ค่ายมวยไทยอาชีพ

กรอบมาตรฐานค่ายมวยดังกล่าวถูกนำมาใช้ในการทำกรอบการศึกษาที่สัมพันธ์สภาพชีวิตในค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยในค่ายมวยไทย และจากองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน จึงเป็นแนวทางที่จะทำให้ค่ายมวยไทยมีมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ ผนวกกับนโยบายการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าภาครัฐเห็นแนวทางในการใช้โอกาสที่เกิดขึ้นจากกระแสความต้องการเรียนมวยไทยของชาวต่างประเทศอย่างยิ่ง ถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมจะใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก ในมิติด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาค่ายมวยไทยจึงเป็นการตอบสนองต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนองต่อนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้มวยไทยเป็นสื่อกลางตามแนวทางของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2555) ที่กำหนดแนวทางไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยโดยเน้นเอกลักษณ์ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย
2. เร่งเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยวพร้อมสร้างสมดุลสู่ความยั่งยืน
3. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า(Value Oriented)ในสินค้าและบริการที่เข้าถึงจิตใจและสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง
4. บูรณาการการทำงานอย่างสร้างสรรค์และพัฒนาเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการประสานความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตรคู่ค้า (Strategic Partners) และกระชับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder)
5. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ(Thailand and Beyond) เปลี่ยนคู่แข่งชั้นเป็นคู่ค้าเพื่อขยายโอกาสทางการตลาดและรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดเริ่มต้น(Entry) และสุดท้าย(Exit)ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

มวยไทยซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เน้นการสร้างแตกต่างในเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่เป็นจุดขายเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้แก่ประเทศชาติอย่างแท้จริงรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างประเทศได้อย่างดี

1.5. การบริหารจัดการมวยไทยสู่สากล

กรอบการศึกษา ของวินัย พูลเจริญ (2553) เรื่องการบริหารจัดการมวยไทยสู่ธุรกิจสากล พบว่า ถ้าหากจะให้มวยไทยสู่สากลได้ต้องพัฒนาสิ่งต่อไปนี้ 1) พัฒนาบุคลากรครบวงจร 2) พัฒนาการแข่งขันให้เป็นสากล และ 3) พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เช่น สนามมวย ค่ายมวย วิทยาศาสตร์การกีฬา มาตรฐานค่ายมวยการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เวทีมวยต้นแบบ หลักสูตรต้นแบบครูมวยต้นแบบกรอบดังกล่าวใช้ศึกษาสภาพชีวิต สภาพคาดหวังและสภาพจริง รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย

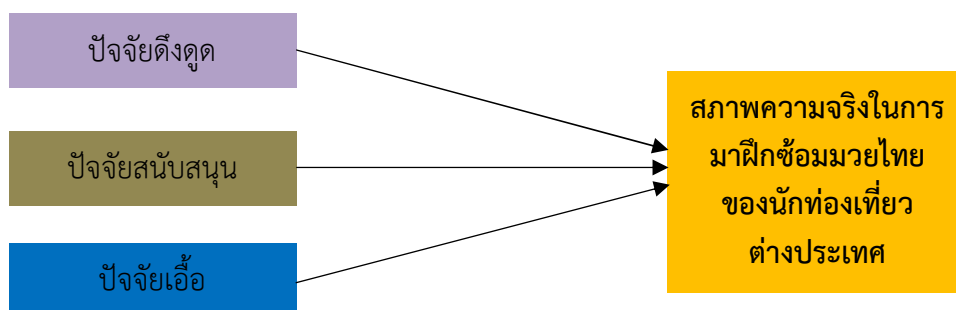
1.6. ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความจริงของเรียนมวยไทย

ปัจจัยต่างๆ ที่สัมพันธ์ต่อการศึกษาสภาพความจริงของการเรียนมวยไทย ประกอบด้วย (การสำรวจนำร่องจากการวิจัยในครั้งนี้)

ความต้องการทำธุรกิจ ต้องการเป็นนักมวย ต้องออกกำลังกาย ต้องการฝึกมวยไทย ไว้ป้องกันตัว ต้องการเพื่อการเรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ความศรัทธาต่อครูมวยไทย เพื่อนคนไทย และเพื่อนชาวต่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายถูก ธรรมชาติสวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายวัฒนธรรมโดดเด่น อธิปไตยและความเป็นไทยของคนไทย ที่พัก อาหารไทย สถานที่ฝึกซ้อม ความรู้ เทคนิคและทักษะมวยไทย การจัดรายการแข่งขัน

เจ้าหน้าที่สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ เทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมมวยและองค์กรมวยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนอื่นๆตามที่วางหลักการไว้ใน ภาพที่ 202 ที่อธิบายถึงกรอบแนวคิดปัจจัยที่สัมพันธ์กับสภาพจริงในการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



ภาพที่ 206 กรอบแนวคิดปัจจัยที่สัมพันธ์กับสภาพจริงในการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์เชิงโอกาสทางธุรกิจแล้วมวยไทยจึงเป็นธุรกิจที่อยู่ในช่วงตลาดมีความต้องการสูง สินค้าเป็นลักษณะเฉพาะ มีต้นทุนด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทยอยู่ในตัว มีการส่งเสริมสนับสนุนด้านนโยบายด้านการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง แต่จากปัญหาที่พบจากการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่ายมวยยังคงต้องการการพัฒนาอีกหลายด้าน ในขณะกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวยังขาดข้อมูลที่สำคัญและที่จำเป็นในการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ โดยเฉพาะข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ระบุถึงการใช้ชีวิตและความเป็นอยู่ในค่ายมวยไทย ความคาดหวัง ความเป็นจริง ความสำเร็จและความต้องการในด้านต่างๆเกี่ยวกับการมาเรียนรู้ที่ค่ายมวยไทย

1.7.การบริหารจัดการมวยไทยสู่สากล

กรอบการศึกษา ของวินัย พูลเจริญ (2555) เรื่องการบริหารจัดการมวยไทยสู่ธุรกิจสากล พบว่าถ้าหากจะให้มวยไทยสู่สากลได้ต้องพัฒนาสิ่งต่อไปนี้

1. พัฒนาบุคลากรครบวงจร
2. พัฒนาการแข่งขันให้เป็นสากล
3. พัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เช่น สนามมวย ค่ายมวย วิทยาศาสตร์การกีฬา มาตรฐานค่ายมวย การตลาดและการประชาสัมพันธ์เวทีมวยต้นแบบ หลักสูตรต้นแบบ ครูมวยต้นแบบ

กรอบดังกล่าวใช้ศึกษาสภาพชีวิต สภาพคาดหวังและสภาพจริง รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1.8.หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทย

ชาญชัย ยมดิษฐ์ (2553) ได้สร้างหลักสูตรมาตรฐานสมรรถนะครูมวยไทยเพื่อให้การกีฬาแห่งประเทศไทยใช้ในการอบรมมาตรฐานครูมวยไทยสำหรับประกอบอาชีพครูมวยไทยสำหรับชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแบ่งหลักสูตรออกเป็น 3 ระดับดังนี้

หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยระดับผู้ช่วย(C-License)

1. หลักสูตรนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้
 - 1.1 เพื่อผลิตครูมวยไทยที่มีคุณธรรม องค์กรความรู้และสามารถปฏิบัติทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐานได้อย่างถูกต้อง
 - 1.2 เพื่อผลิตครูมวยไทยให้เป็นผู้ถ่ายทอดและเผยแพร่มวยไทยสู่สังคม
 - 1.3 เพื่อผลิตครูมวยไทยที่มีประสบการณ์ สามารถสอนมวยไทยในโรงเรียนและผู้ฝึกหัดมวยไทยได้
2. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรม
 - 2.1 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป
 - 2.2 เป็นผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรง
 - 2.3 เป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านมวยไทยตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการกำหนด
 - 2.4 หากคุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรมไม่เป็นไปตามเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรม
3. หลักสูตรการฝึกอบรม
 - 3.1 จำนวนชั่วโมงรวมตลอดหลักสูตร 84 ชั่วโมง

3.2 โครงสร้างเนื้อหาของหลักสูตรประกอบด้วย ประวัติมวยไทยและวิวัฒนาการ ความรู้ทั่วไปของมวยไทย ทักษะพื้นฐานมวยไทย ทักษะการใช้หมัด ทักษะการใช้เท้า ทักษะการใช้เข่า ทักษะการใช้ศอก ศิลปะการรูกและการป้องกันตัว แม่ไม้มวยไทย การไหว้ครูและรำมวยไทย การออกกำลังกายด้วยมวยไทยเพื่อสุขภาพ หลักการ ทฤษฎี และเทคนิคการสอนมวยไทย กฎหมายเกี่ยวกับมวยไทย

หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยระดับครู (B-license)

1. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1.1 เพื่อผลิตครูมวยไทยที่มีองค์ความรู้ความสามารถปฏิบัติทักษะมวยไทยได้อย่างถูกต้อง สามารถให้คำแนะนำบุคคลอื่นได้

1.2 เพื่อผลิตครูมวยไทยที่มีความชำนาญ สามารถเป็นผู้ฝึกในค่ายมวยไทยได้

2. คุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

2.1 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปหรือเทียบเท่า

2.2 ผ่านการอบรมหลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยระดับครูผู้ช่วย(C-License)

2.3 มีประสบการณ์ในการสอนมวยไทยและมีผลงานเป็นที่ประจักษ์

2.4 หากคุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรมไม่เป็นไปตามเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดให้อยู่ในดุลพินิจของคณะกรรมการคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรม

3. หลักสูตรฝึกอบรม

3.1 จำนวนชั่วโมงรวมตลอดหลักสูตร 84 ชั่วโมง

3.2 โครงสร้างของหลักสูตร

ความเป็นครูมวยไทย

มวยไทยขั้นสูง

เชิงมวยและการเล่นเชิง

กลมวย

เทคนิคการปล้ำ

เทคนิคการรุกขั้นสูง

เทคนิคการรับและตอบโต้

การฝึกมวยไทยกับอุปกรณ์

การจัดโปรแกรมการฝึกซ้อม

การเสริมสร้างสมรรถนะทางกายสำหรับนักมวยไทย

การเตรียมความพร้อมของนักมวยไทย

หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยระดับอาจารย์เอ โลเซนส์(A License)

1.ชื่อหลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทย เอโลเซนส์

2.หน่วยงานที่รับผิดชอบ

2.1วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2.2สำนักงานคณะกรรมการ การกีฬาแห่งประเทศไทย

3.ปรัชญาและหลักการหลักสูตร

มวยไทยเป็นศาสตร์และศิลปะที่บรรพชนไทยคิดค้นขึ้นอย่างชาญฉลาดโดยใช้ส่วนต่างๆของร่างกายและพลังจิตวิญญาณของมนุษย์ออกมาเป็นกระบวนท่าทางของการต่อสู้ จากผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ รูปแบบและเทคนิคที่ถูกต้องโดยคำนึงถึงระเบียบประเพณีและวัฒนธรรมที่สั่งสมต่อกันมาเป็นสำคัญ ดังนั้นการจัดทำหลักสูตรสมรรถนะक्रमมวยไทยระดับอาจารย์เอ ไลเซนส์ (A-License) จึงเป็นการผลิตक्रमมวยไทยที่มีคุณธรรม องค์กรความรู้ ปฏิบัติทักษะมวยไทยถูกต้อง สามารถถ่ายทอดและเผยแพร่มวยไทยสู่สังคมและเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทยทั้งมวยไทยทั้งในและต่างประเทศตลอดจนบริหารจัดการกีฬามวยไทยสู่ความเป็นสากล

4.วัตถุประสงค์หลักสูตร

4.1เพื่อผลิตक्रमมวยไทยที่มีองค์ความรู้ สามารถปฏิบัติทักษะมวยไทยได้อย่างถูกต้องและสามารถให้คำปรึกษาแนะนำบุคคลอื่นๆได้

4.2เพื่อผลิตक्रमมวยไทยให้สามารถวางแผนและจัดกิจกรรมมวยไทยด้านต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3เพื่อผลิตक्रमมวยไทยให้เป็นผู้ถ่ายทอดและเผยแพร่มวยไทยทั้งภายในและภายนอกประเทศได้

4.4เพื่อผลิตक्रमมวยไทยที่มีความเชี่ยวชาญ

4.5เพื่อผลิตक्रमมวยไทยที่มีความสามารถบริหารจัดการกีฬามวยไทยได้อย่างยั่งยืน

5.คุณสมบัติผู้เข้ารับการอบรม

5.1มีวุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่าขึ้นไป

5.2ผ่านการอบรมหลักสูตร ปี และซี ไลเซนส์

5.3มีประสบการณ์การสอนมวยไทยเป็นที่ประจักษ์

5.4เป็นผู้มีสุขภาพแข็งแรง ไม่เป็นตนวิกลจริตโรคติดต่อร้ายแรง หรือโรคที่สังคมรังเกียจ

5.5หากคุณสมบัติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมไม่เป็นไปตามที่กำหนดให้อยู่ในดุลยพินิจของคณะกรรมการคัดเลือกผู้เข้าอบรม

6.การคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรม

วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแผนแผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงกับการกีฬาแห่งประเทศไทยกำหนด

7.ระยะเวลาของหลักสูตร

ระยะเวลาจำนวน 84 ชั่วโมง

8.การวัดและการประเมินผล

8.1การวัดและประเมินผลโดยการทดสอบ

8.2ผู้เข้ารับการอบรมต้องมีคะแนนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ 80 เปอร์เซนต์ขึ้นไป

9.การสำเร็จหลักสูตร

9.1 ได้รับเกียรติบัตรการผ่านการอบรม

9.2 ผู้ผ่านการอบรมจะได้รับเกียรติบัตรจากวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแผนแผนไทยกับการกีฬาแห่งประเทศไทย

10. โครงสร้างหลักสูตร

วิทยาศาสตร์การกีฬากับการฝึกมวยไทย
 หลักการวางแผนและเขียนโปรแกรมการฝึกซ้อม
 การวัดและประเมินผลของมวยไทย
 หลักการบริหารจัดการมวยไทยสู่ความเป็นสากล
 การสอนมวยไทยในต่างประเทศ
 ไม่ได้ดัดมวยไทย
 การบูรณาการมวยไทย
 การจัดการแข่งขันมวยไทย

หลักสูตรดังกล่าวนี้เป็นหลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยซึ่งเป็นหลักสูตรที่ครูมวยไทยที่มีมาตรฐาน และสามารถสอนนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยได้

1.9.การประเมินค่ายมวยไทยอาชีพและบริหารค่ายมวยไทยอาชีพสู่เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพ

การจัดประเมินค่ายมวยไทยอาชีพมีหลักเกณฑ์ในการจัดตั้งดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2558)ได้กำหนดให้หัวหน้าค่ายมวยไทยต้องทำตามพระราชบัญญัติกีฬามวยไทย พ.ศ. 2542

1.ค่ายมวยใดที่มีความสนใจและมีความประสงค์จะขอการรับรองมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพที่กำหนดโดยต้องมีคุณสมบัติเบื้องต้นที่สำคัญคือเป็นค่ายมวยไทยที่จดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ.2542 มีการดำเนินการกิจการค่ายมวยมาก่อนวันที่สมัครรับการตรวจประเมินไม่น้อยกว่า 3 ปี เป็นค่ายมวยที่ต้องมีหัวหน้าค่ายหรือผู้บริหารของค่ายมวยให้ความยินยอมในการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐาน

2.ค่ายมวยที่จะพัฒนาสู่การเป็นค่ายมวยไทยอาชีพตามเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพแห่งชาตินั้นจะต้องดำเนินการทำความเข้าใจกับเกณฑ์มาตรฐานอย่างถี่ถ้วน โดยจะต้องมีความมุ่งมั่นอย่างเพียงพอที่จะยกระดับการบริหารจัดการค่ายสู่ความเป็นองค์กรกีฬาอาชีพที่เข้มแข็ง ทั้งนี้หัวหน้าค่ายสามารถขอรับคำแนะนำ คำปรึกษาจากสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย หรืออาจขอรับเอกสารมาตรฐานค่ายมวยไทยเพื่อนำไปศึกษา

3.หัวหน้าค่ายหรือผู้แทนค่ายมวยเข้ารับการชี้แจงทำความเข้าใจถึงแนวทาง มาตรการและกระบวนการในการพัฒนาไปสู่การเป็นค่ายมวยไทยอาชีพแห่งชาติในทุกปีงบประมาณ ทั้งนี้อาจจองโควตาการสมัครจากสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทยในรอบปีงบประมาณนั้นๆ

4.ค่ายมวยไทยอาชีพดำเนินการตามขั้นตอนของการขอรับการตรวจประเมินการเป็นค่ายมวยตามเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพตามที่กำหนดไว้ในรายละเอียดที่สามารถสรุปได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ค่ายมวยส่งใบรับรองหรือหลักฐานที่แสดงถึงการเป็นค่ายมวยที่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องกับสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทยเพื่อให้สำนักงานคณะกรรมการมวยได้ตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 2 สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาพิจารณาการตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วน ความถูกต้องของเอกสาร พร้อมแจ้งผลการตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 3 ค่ายมวยส่งใบสมัคร พร้อมนำส่งหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียมตาม ระเบียบที่สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

ขั้นตอนที่ 4 ค่ายมวยจัดส่งรายงานการประเมิน และการตรวจสอบวินิจัยเพื่อการ ประเมินของค่ายตามมาตรฐานที่ 1 โครงร่างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพ หลังจากผ่านขั้นตอนนี้แล้วจึงเข้าสู่กระบวนการดำเนินงานของสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ตรวจสอบประเมินการรับรองค่ายมวยไทยอาชีพต่อไปตามแผนผังที่กำหนดไว้ในเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวย ไทยอาชีพ

ขั้นตอนที่ 5 ค่ายมวยไทยอาชีพที่ผ่านการรับรองเป็นค่ายระดับ 3 ดาวถึง 5 ดาว จะต้องมีการรายงานผลการดำเนินงานและการพัฒนาค่ายมวยไทยอาชีพต่อไปตามเกณฑ์มาตรฐาน อย่างต่อเนื่องตามที่กำหนดไว้ในมาตรฐานที่ 8 และจะต้องมีการตรวจประเมินใหม่เมื่อมีอายุของการ รับรองคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพครบ 3 ปีซึ่งจะต้องดำเนินการเหมือนกับการ ดำเนินการในครั้งแรก จะจำแนกถึงคุณภาพการให้ดาวของค่ายมวยไทยและการบริการของค่ายมวย เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกค่ายมวยตามระดับที่ต้องการได้ในการรับการตรวจประเมิน

จากเกณฑ์ประเมินมาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพแสดงให้เห็นว่า ค่ายมวยสามารถพัฒนา ตนเองให้สู่ค่ายมวยที่มีมาตรฐานสูงขึ้นได้โดยผ่านการประเมินของคณะกรรมการกฤษฎีกาซึ่งมี กระบวนการที่จะยกระดับมาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพให้สูงขึ้นสามารถตอบสนองต่อลูกค้า และ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยได้มากขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มทุนทางสังคม

สำหรับประเทศไทยหากกล่าวถึง “ทุนทางสังคม” แม้ว่าจะมีมานานในชุมชน แต่ก็ มิได้มีการนำมาใช้อย่างจริงจัง จนกระทั่งช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 และจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้ง นั้นทำให้ประเทศไทยต้องหันมาทบทวนทิศทางการพัฒนาประเทศเสียใหม่ พยายามมองหาแนวทาง การพัฒนาบนพื้นฐานของสังคมไทยมากกว่าไปพึ่งพิงเศรษฐกิจต่างประเทศเหมือนที่ผ่านมา โดยได้รับความช่วยเหลือทางวิชาการและเงินกู้จากธนาคารโลก เพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจและ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยยึดหลักการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับทุนทางสังคมเป็นปัจจัย สำคัญในการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ดังนั้นแนวคิดทุนทางสังคมในสังคมไทยจึง เริ่มขึ้นอย่างจริงจัง เมื่อปี พ.ศ.2540 โดยได้มีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนเพื่อสังคม (Social Investment Fund : SIF) โดยพยายามทำให้สังคมไทยได้หันกลับไปมองคุณค่าที่เคยมีอยู่ที่เป็น ทุนเดิม แต่อาจถูกมองข้ามไป รวมทั้งสิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคล เช่น ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร การ ช่วยเหลือเกื้อกูล เป็นต้น นอกจากนั้นกองทุนฯ ยังได้พิจารณาสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพชน เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อ และวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน รวมทั้งสิ่งที่ป็นศักยภาพในการ พัฒนาของชุมชน เช่น ผู้นำ กลุ่ม องค์กรประชาชน เครือข่าย เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้ เกิดการฟื้นฟูทุนทางสังคมที่มีอยู่และเริ่มสูญหายไปให้มีการนำกลับมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชน อย่างจริงจังมากขึ้น และหลังจากนั้นทุนทางสังคมในประเทศไทยก็ได้ถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง จึง

กล่าวได้ว่า “ทุนทางสังคม” ที่ไม่เป็นทางการ เช่น ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันของผู้คนในสังคมไทย ความเห็นอกเห็นใจ ความเอื้ออาทรกัน หรือความมีน้ำใจต่อกัน ได้มีปรากฏในสังคมไทยมาช้านานแล้ว แต่คำว่า “ทุนทางสังคม” ที่เป็นทางการอาจจะเพิ่งเกิดขึ้นในประเทศไทยไม่นานนัก

กล่าวได้ว่า ปรากฏการณ์การรื้อฟื้นของทุนทางสังคมในบริบทของการพัฒนาในประเทศไทยเป็นผลมาจากการตระหนักถึงข้อผิดพลาดของทิศทางการพัฒนาประเทศที่ผ่านมา ประกอบกับธนาคารโลกขนานรับกระแสการพัฒนาที่ใช้ทุนทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา ทำให้กระแสวิชาการ มีการถกแถลงเรื่องทุนทางสังคม ทั้งในระดับนานาชาติ รวมทั้งประเทศไทยในวงกว้างมากยิ่งขึ้น และเมื่อรัฐบาลกำหนดให้มีโครงการเพื่อการลงทุนทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับฐานทุนทางสังคม เป็นฐานการพัฒนา ยิ่งส่งผลให้แนวคิดทุนทางสังคมในประเทศไทยขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้นในแวดวงการพัฒนาของไทย หากแต่ว่าแนวคิดทุนทางสังคมก็ยังไม่ได้อิงองค์ความรู้ที่ตกผลึกในบริบทของสังคมไทย ยังมีความเห็นเกี่ยวกับแนวคิดทุนทางสังคมที่หลากหลาย เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้มีส่วนร่วมในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับทุนทางสังคมเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทุนทางสังคม โดยศึกษาทั้งแนวคิดทุนทางสังคมในมุมมองตะวันตก เพื่อพิจารณาฐานคิดในแง่มุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทย และศึกษาแนวคิดทุนทางสังคมในบริบทของสังคมไทย เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรม

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฉบับ พ.ศ.2554 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรม คือสิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมกลืนก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่คณะผลิตสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้จากกันและกัน และร่วมกันใช้อาศัยอยู่ในหมู่ของพวกตน ซึ่งวัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของสังคม เป็นแบบแผนที่สมาชิกในสังคมเดียวกันยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา สามารถเข้าใจและซาบซึ้งร่วมกัน เป็นผลรวมของการสั่งสมสร้างสรรค์และภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดสืบต่อกันมาช่วยให้มนุษย์ในสังคมนั้นๆ อยู่รอดและเจริญงอกงาม โดยกาญจนา แก้วเทพ (2539) กล่าวถึงการพัฒนาโดยอาศัยวัฒนธรรมชุมชนเอาไว้ว่า เป็นการพัฒนาที่อาศัยวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นการพัฒนาที่เริ่มจากภายในชุมชนขึ้นมา ซึ่งจะสอดคล้องกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน การพัฒนาลักษณะนี้จะใกล้เคียงกับการพัฒนาตามหลักการพึ่งตนเอง หรือการพัฒนาโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการพัฒนาตามแนวทางวัฒนธรรมชุมชนนี้มีแนวทางคือการนำเอาวัฒนธรรมดั้งเดิมทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาใช้ในการพัฒนา เช่น การระดมทุนโดยการทอดผ้าป่าการถือเอาวัฒนธรรมเป็นเป้าหมายในตัวเอง เช่น การเก็บบันทึกเรื่องราวในลักษณะของคำกลอน หรือนิทาน และการทำการพัฒนาโดยนำเอามิติทางวัฒนธรรมเข้าไปสอดแทรกในกิจกรรมทุกส่วนของชีวิต เช่นการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาขององค์กรศาสนาต่างๆ

ศรีศักรวิไลโกดม (2544) ได้กล่าวเอาไว้ว่าวัฒนธรรมคือวิถีชีวิตของคนแต่ละกลุ่มที่มีความหลากหลายแตกต่างกัน การพัฒนาโดยใช้มิติของวัฒนธรรมเป็นตัวนำในรูปแบบหนึ่ง ๆ กับ

ชุมชนหนึ่ง อาจใช้แล้วประสบความสำเร็จแต่ไม่ได้หมายความว่าจะสามารถนำมาใช้กับทุกชุมชนได้ เพราะวัฒนธรรมเป็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนในชุมชนหนึ่งๆ เท่านั้น

สรุปได้ว่าวัฒนธรรมชุมชน คือรากฐานสำคัญที่จะต้องคำนึงในการวางแผนเพื่อการพัฒนาชุมชนโดยวิธีการที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของพื้นฐานชีวิตคนในชุมชน จะได้รับการยอมรับ และได้รับความร่วมมือ ไม่มีการต่อต้าน ส่งผลเป็นแรงขับเคลื่อนในการพัฒนาให้สามารถบรรลุผลได้ดีมากกว่าการพัฒนาโดยใช้หลักวัฒนธรรมชุมชนนั้น เป็นการพัฒนาจากภายในชุมชนเอง โดยอาศัยมิติทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น อันจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมและความเป็นเอกภาพของชุมชน

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การศึกษาทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับมวยไทยมีดังนี้ ประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นการบูรณาการศาสตร์และองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันโดยใช้ แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บูรณาการร่วมกับศาสตร์และแนวคิดเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมไทยมุ่งเน้นด้าน มวยไทย เพื่อให้ได้มุมมองของการบูรณาการแนวคิด และการทำงานร่วมกันใน การผลิตผลงานทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศและชุมชนแบบสหวิทยาการ ตามแนวทางที่ ฌองฌัก กูว์แตร์ (2555) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวว่าเป็นศาสตร์บูรณาการในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และเป็นการบูรณาการปรากฏการณ์ในระบบของการท่องเที่ยวกับความรู้ หลักการ แนวคิด ทฤษฎีจากศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ทั้งด้านสังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มาเป็นศาสตร์แบบสหวิทยาการ ประกอบด้วย ทฤษฎีและองค์ความรู้เฉพาะทางของการท่องเที่ยว ซึ่งมีพัฒนาการควบคู่กับการดำรงชีวิตของมนุษย์ การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณ มีการเดินทางเพื่อไปค้าขาย พบปะญาติพี่น้อง เยี่ยมชมเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ไปเล่นกีฬา และไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ เป็นการเฉพาะตามความประสงค์ของผู้เดินทางในแต่ละช่วงเวลาในเวลาต่อ ๆ มาจนถึงยุคปัจจุบัน วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวจึงกลายเป็นกิจกรรมเชื่อมโยงระหว่างการเดินทาง การท่องเที่ยว และการพักผ่อนหย่อนใจ

นักวิชาการการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวจากนานาทัศนะที่ทำให้เห็นความเคลื่อนไหวของนักท่องเที่ยว อาทิ การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงถึงระยะทางว่าใกล้หรือไกล อาจมีการพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวอาจมีการเตรียมการและตั้งใจไว้นานแล้ว อาจเป็นจุดประสงค์ที่เกิดขึ้นกะทันหันจากแรงจูงใจบางอย่างที่ได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก

กาญจนา แก้วเทพ (2557) กล่าวว่า ในเรื่องการท่องเที่ยว นั้น มีการใช้คำ 2 คำที่มีความหมายคล้ายคลึงกัน คือคำว่า “การเดินทาง” (Travelling) และ “การท่องเที่ยว” (Tourism) คำว่า “การเดินทาง” (Travelling) เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศส “Travail” ซึ่งแปลว่า การทำงาน และมีความหมายโดยนัยถึงความทรมาณ ทุกข์ยาก เจ็บปวด และการต้องถูกกักขัง แต่ต่อมาความหมายดังกล่าวก็ค่อยๆ ขยายไปถึง “การเคลื่อนย้าย” โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงสถานที่จากที่หนึ่งยังอีกที่หนึ่ง (To get somewhere) ในทางกายภาพแล้ว ระหว่างการเดินทางในยุคอดีตก็ยังมีสิ่งที่ไม่น่า

รื่นรมย์ มีอันตราย โดยเฉพาะการเดินทางไกลๆ ทำให้ผู้เดินทางอ่อนล้าเหน็ดเหนื่อยจากการเดินทาง เพราะการเดินทางในช่วงเวลาหนึ่ง ผู้เดินทางจะต้องถูกกักขัง ถูกทรมานไว้ในยานพาหนะ จนกระทั่งเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง นักเดินทางจึงจะแสวงหาความเพลิดเพลินด้วยการเดินเยี่ยมชมสิ่งต่างๆ ต่อมาได้ค่อยๆ เปลี่ยนหรือเพิ่มความหมายของการเดินทางให้มีเป้าหมายด้านการศึกษา สำหรับกลุ่มบุตรที่เป็นสุภาพบุรุษอังกฤษ และเพื่อความเพลิดเพลินรื่นรมย์ใจ เป็นความหมายที่เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ยุคสมัยของกรีก-โรมัน ส่วนคำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) นั้นมาจากภาษาฝรั่งเศสคือ “Tour” ที่พัฒนามาจากคำว่า “Tornus” ในภาษาละติน หมายถึง “วงกลม หมุน หมุนกลับ เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1672 โดยแซงต์โมริสได้จัดรายการนำเที่ยวแบบต้องจ่ายเงิน พานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางออกจากปารีสผ่านไปตามเมืองต่างๆ แล้ววกกลับมาเป็นวงกลมที่ปารีส ด้วยเหตุนี้แซงต์โมริส จึงใช้คำว่า Tour คำว่าการท่องเที่ยว (Tourism) เกิดขึ้นพร้อมกับกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบที่ต้องจ่ายเงิน ต่อมาในปลายศตวรรษที่ 18 นักการศึกษาชาวอังกฤษได้นำเอาคำว่า Tour มาใช้ในการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา โดยกล่าวว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาอย่างสมบูรณ์จะต้องเข้าไปเที่ยวในประเทศต่างๆ ในยุโรปให้ทั่วถึง โดยใช้คำว่า “to make a grand tour” และเมื่อแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น คำว่า Tourism จึงเริ่มหมายถึง “การท่องเที่ยวทั่วไป” จนกระทั่งกลายเป็นคำหลักแทนที่คำว่า Travel หรืออาจมีการใช้ควบคู่กันหรือสลับกันไป

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยว ได้กล่าวถึงนิยามการท่องเที่ยวขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization - WTO) และนิยามการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในหนังสือ เรื่องสื่อสารการท่องเที่ยว (กาญจนา แก้วเทพ 2557 หน้า 9) โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization - WTO) บัญญัติคำว่า Tourism (การท่องเที่ยว) ไว้ว่า หมายถึงการเดินทางใดๆ ก็ตามลักษณะ 3 ประการคือ (1) การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราวคือไม่ใช่ไปตั้งรกรากอยู่ประจำ (2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ (3) เป็นการเดินทางที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้ามาหารายได้ แต่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รวมไปถึงพวกที่เข้ามาเพื่อเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ เล่นกีฬา เพื่อศึกษาขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม หรือเพื่อประชุมสัมมนา มีการระบุว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการพักอาศัยในสถานที่ที่แตกต่างจากสภาพแวดล้อม เป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันไม่เกินประมาณหนึ่งปี เป็นการเดินทางที่มีเป้าหมายเพื่อความเพลิดเพลินเพื่อธุรกิจ และมีเป้าหมายอื่นๆ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิยามว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายครอบคลุมการเดินทางในหลายๆ วัตถุประสงค์ตั้งแต่เพื่อพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ สามารถเรียกว่าเป็นการท่องเที่ยวได้หมดหากมีองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ ประการแรก เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่สอง เป็นการเดินทางจากที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ และประการสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม แต่ก็ต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหารายได้

ในการพูดถึงกลุ่มคนเป็น “นักท่องเที่ยว” พบว่ามีการใช้คำศัพท์ที่ใช้เรียกอยู่หลายคำ แม้ว่าทุกคำจะบ่งบอกถึงกลุ่มคนที่เดินทางท่องเที่ยว แต่ทว่าในรายละเอียดคำศัพท์แต่ละคำก็ยังมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ให้นิยาม

คำศัพท์อย่างน้อย 3 คำ คือ ผู้มาเยือน (Visitor) นักท่องเที่ยว (Tourist) และนักทัศนาจร (Excursionist) เอาไว้ดังนี้

- **ผู้มาเยือน (Visitor)** เป็นคำที่ให้ความหมายในแบบกว้างๆ หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังพื้นที่/สถานที่/ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศที่ตนอยู่อาศัยอย่างถาวร ไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุจูงใจใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ โดยมีระยะเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และอย่างมากไม่เกิน 6 เดือน ในกลุ่มผู้มาเยือนยังแยกย่อยออกไป 2 กลุ่มย่อยตามช่วงระยะเวลา คือ นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร

- **นักท่องเที่ยว (Tourist)** หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเพียงชั่วคราว และได้พักอาศัยในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดยเป้าหมายของการท่องเที่ยวครั้งนี้อาจมีได้หลากหลายและได้กลายเป็นประเภทของการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ยังอาจแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ อีกเช่น

- นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพักค้างคืนในประเทศที่ตนเองไม่ได้อยู่อาศัยถาวร

- นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักค้าง (Same-day Visitor) ก็หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวภายในวันเดียวกันโดยไม่ได้พักค้างคืน

- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศที่ตนพำนักอยู่

- **นักทัศนาจร (Excursionist)** หมายถึงผู้ที่เดินทางมาเยือนเพียงชั่วคราว และเข้าประเทศเพียงวันเดียว ใช้เวลาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยไม่พักค้างคืน ทำให้คำว่า “นักทัศนาจร” จะมีความหมายคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักค้าง แต่คำว่า “การทัศนาจร” นั้นมักจะมีผู้จัดหาบริการเอาไว้ให้ ในขณะที่ Visitor มักจะหมายถึงการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

หากพิจารณาถึงพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีการแบ่งยุคตามได้ดังนี้

1. **ยุคกรีก-โรมัน** สำหรับประเภทและเป้าหมายของการท่องเที่ยวในยุคกรีก-โรมันนี้ อาจจำแนกได้เป็น 5 ประเภทหลักๆ คือ

- 1.1 **การเดินทางเพื่อประโยชน์ทางการเมือง** การสู้รบเพื่อขยายอาณาเขต แย่งชิงดินแดน การติดต่อทางการทูต การเจรจาระหว่างประเทศ ระหว่างอาณาจักร การเดินทางประเภทนี้สำหรับอาณาจักรโรมันที่เป็นรัฐทหารและเน้นการแผ่ขยายอาณาเขตออกไปเป็นจักรวรรดิโรมันอันยิ่งใหญ่ และไพศาล จะมีการเดินทางในรูปแบบนี้และเพื่อเป้าหมายนี้สำคัญ

- 1.2 **การเดินทางเพื่อประโยชน์ทางการค้า** เป็นของกลุ่มพ่อค้าซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาของการเดินทางอันยาวนานมาแล้ว (ในยุคปัจจุบันที่เรารู้จักกันดีและกลายเป็นเส้นทางเส้นหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยวในโลกปัจจุบัน คือเส้นทางสายไหม) อาณาจักรต่างๆ จะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน บรรดาพ่อค้าจะเดินทางไปยังเมืองต่างๆ เพื่อแสวงหาสินค้าแปลกใหม่นำมาขายในประเทศของตน เมื่อมีการพัฒนาเส้นทางการเดินทางทำให้การค้าขายระหว่างอาณาจักรมีการขยายตัวขึ้น ในกรณีที่พ่อค้าต้องบรรทุกกองขบวนคาราวานสินค้าไปเป็นระยะทางไกลๆ ก็ทำให้เกิดมี “สถาบันที่เกี่ยวข้องกับที่พัก” คือการสร้างที่พักสำหรับคาราวานที่เรียกว่า “คาราวานสโกลด์” ที่จะพบ

ได้มากบนเส้นทางสายไหม สำหรับการเดินทางประเภทนี้ผู้ที่เดินทางมักจะเป็นผู้ขายวัยฉกรรจ์ที่มีอาชีพเป็นพ่อค้า เนื่องจากการเดินทางในยุคสมัยนี้ยังเป็นเรื่องของความลำบาก ทั้งความกันดาร การไม่รู้จักเส้นทาง และอันตรายจากโจรขโมยหรือคนต่างถิ่น ปัจจุบันนี้รูปแบบการเดินทางเพื่อผลประโยชน์ด้านการค้าและธุรกิจก็ยังคงมีอยู่

1.3 การเดินทางเพื่อประโยชน์ทางศาสนา เป็นรูปแบบหลักอีกประเภทหนึ่งของการเดินทางในสมัยโบราณ ซึ่งชีวิตของผู้คนไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านใดมักจะแยกไม่ออกจากมิติด้านความเชื่อและศาสนา ดังนั้น การเดินทางของผู้คนในยุคกรีก-โรมัน จึงผูกพันกับความเชื่อทางศาสนาอย่างแยกกันไม่ออก เช่น วิหารเทพพยากรณ์แห่งเดลฟี (Oracle of Delphi) เป็นหนึ่งในสถานที่ที่มีผู้คนเดินทางไปสักการบูชาและขอคำพยากรณ์เกี่ยวกับชีวิตของตนอย่างมากมาย นอกจากนั้นก็ยังมีการเดินทางของชาวกรีกและชาวโรมันเพื่อเผยแพร่ศาสนา รวมทั้งการเดินทางที่มีเป้าหมายด้านศาสนาเป็นการเฉพาะที่เรียกว่า “การจาริกแสวงบุญ” (Pilgrimage) ไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของตน

1.4 การเดินทางเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและพักผ่อน เป็นการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ความรื่นเริงบันเทิงใจ เช่น เดินทางเพื่อไปชมกีฬา ตัวอย่างที่ชัดเจนคือในปี 776 ก่อนคริสต์ศักราช นักท่องเที่ยวจากนานาประเทศได้เดินทางไปเข้าร่วมชมมหกรรมกีฬาโอลิมปิกที่จัดขึ้นที่ยอดเขาโอลิมปิกเปียของกรีก หรือกิจกรรมการชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น กรุงโรม ซึ่งมีสิ่งก่อสร้างที่วิเศษมหัศจรรย์ในยุคสมัยนั้น รวมทั้งการเข้าร่วมเฉลิมฉลองเทศกาลต่างๆ (festival)

1.4 การเดินทางเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพและอนามัย เป็นการเดินทางเพื่อไปยังสถานที่ที่เชื่อกันว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ของชาวโรมัน เพื่อเป็นการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพของตนเอง รูปแบบการเดินทางเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพและอนามัยนี้ยังคงดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องมาตลอดจนถึงยุคปัจจุบันที่อาจจะพัฒนาขึ้นมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในรูปแบบต่างๆ

2. ยุคกลาง (Medieval) ยุคสมัยนี้เริ่มต้นเมื่อโรมล่มสลายในราวศตวรรษที่ 5 และกินเวลาต่อเนื่องนับพันปี จนถึงศตวรรษที่ 15 จึงเข้าสู่ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) คุณลักษณะสำคัญของยุคกลางก็คือ เมื่ออาณาจักรโรมันสิ้นสุดลง บรรดาชนชาติในแถบยุโรปก็เริ่มรุ่มร่ามเพื่อแย่งชิงดินแดนกัน ทำให้สังคมปราศจากความสงบสุข ศีลธรรมเสื่อม ราษฎรสามัญถูกกดขี่ขูดรีด และเป็นเหตุจูงใจอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้คนในยุโรปปรารถนาจะอพยพไปอยู่ในที่อื่นๆ รูปแบบและประเภทของการท่องเที่ยวเดินทางในยุคกลางมีดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อจาริกแสวงบุญ เนื่องจากอิทธิพลของศาสนาที่เป็นกระแสความเชื่อหลักของยุโรปในยุคกลาง รวมทั้งการก่อตัวของศาสนาอิสลามที่เกิดขึ้นในเวลาไล่เลี่ยกันและในอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน ซึ่งทั้งสองศาสนานี้ต่างก็มีวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบจาริกแสวงบุญที่มีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาเหมือนกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีความเชื่อทางศาสนาจะเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ยังเมืองที่สำคัญทางศาสนาที่เรียกว่า “ดินแดนศักดิ์สิทธิ์” (Holy Land) เช่น เยรูซาเล็ม เมกกะ และโรมการเดินทางในรูปแบบนี้มักจะเป็นการเดินทางเป็นกลุ่ม มีการวางแผนการเดินทาง มีเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหารและไวน์ ค่าล่อ (ค่ายานพาหนะในการ

เดินทาง) ค่าติดสินบนเพื่อป้องกันความล่าช้าและความสับสนในการขนส่งหีบห่อสัมภาระ เพราะฉะนั้น การเดินทางเป็นกลุ่มหรือเป็นหมู่คณะจะมีประโยชน์ในเรื่องความปลอดภัย และเป็นต้นแบบของ group tour ในโลกปัจจุบันนอกจากนั้น เนื่องจากความขัดแย้งระหว่างศาสนาคริสต์และอิสลาม ดังนั้นจึงมีการจัดกองกำลังอารักขาให้ปลอดภัย รวมไปถึงการจัดที่พักให้แก่ผู้เดินทางไปจาริกแสวงบุญระหว่างทาง ซึ่งที่พักดังกล่าวก็ได้กลายเป็นที่พักของนักเดินทางอื่นๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจจะจาริกไปแสวงบุญ ที่พักดังกล่าวเรียกว่า hostel หรือ hospice ที่เกิดขึ้นในราวศตวรรษที่ 13 อันเรียกได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของโรงแรมในยุคปัจจุบัน และเราอาจได้บทเรียนจากประวัติศาสตร์ในยุคนี้ได้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวได้ส่งเสริมให้เกิดที่พักแบบโรงแรมขึ้น และโรงแรมก็ได้ย้อนกลับมาส่งเสริมให้การท่องเที่ยวขยายตัวออกไปอีกเช่นกัน

2.2 การเดินทางข้ามทวีป ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ในยุคกลางโดยเฉพาะช่วงเริ่มต้นนั้นมีสงครามระหว่างอาณาจักรอยู่ตลอดเวลา ทำให้ชาวตะวันตกส่วนหนึ่งหลบหนีออกเดินทางไปแสวงหาที่อยู่ใหม่ โดยเริ่มต้นจากเส้นทางเดินทางบกของมาร์โก โปโล (Marco Polo) ชาวเวนิสผู้มีชีวิตอยู่ในช่วงประมาณ ค.ศ. 1253 ถึง ค.ศ. 1324 มาร์โก โปโล ออกเดินทางจากเวนิสไปยังประเทศจีนโดยใช้เส้นทางบก โปโลได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คนในการเริ่มต้นออกเดินทางในระยะไกลๆ แบบข้ามทวีปนอกจากบันทึกการเดินทางของมาร์โก โปโลแล้ว ในยุคนี้ยังมีเอกสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ นวนิยายแห่งแคนเทอร์ เบอรี หรือที่เรียกว่า The Canterbury Tales (1483) ของเจฟฟรีย์ ชอสเซอร์ (Geoffrey Chaucer) ซึ่งเป็นบิดาแห่งวรรณกรรมอังกฤษที่เล่าถึงการเดินทางเพื่อไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การบรรยายเหตุการณ์ระหว่างการเดินทางเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการเดินทางท่องเที่ยวในยุคสมัยนั้น และแสดงให้เห็นถึงความเพลิดเพลินเจริญใจในการท่องเที่ยว

2.3 การเดินทางเพื่อสำรวจเส้นทางใหม่ ในช่วงปลายๆ ของยุคกลาง นักวิชาการอิตาลีชื่อ กาลิเลโอ (Galileo ค.ศ. 1564-1642) ได้ยืนยันว่าโลกกลม และประกาศว่าหากผู้ใดแล่นเรือไปทางตะวันออก ก็จะแล่นกลับมาที่เก่าได้โดยไม่ต้องกลับลำเรือ คำประกาศเชิงวิทยาศาสตร์นี้ทำให้นักผจญภัยหลายคนหลายชาติอยากจะแล่นเรือตามที่กาลิเลโอกล่าวไว้ประกอบกับในช่วงเวลาดังกล่าวเส้นทางติดต่อค้าขายระหว่างยุโรปกับประเทศอินเดียทางบก (เส้นทางของมาร์โกโปโล) เกิดอุปสรรคเนื่องจากประเทศเปอร์เซียซึ่งนับถือศาสนาอิสลามมีอำนาจขึ้นมาในแถบนี้ และไม่ยอมให้ชาวยุโรปที่นับถือศาสนาคริสต์เดินทางผ่านดินแดนของตนไปยังอินเดีย ปัจจัยทั้ง 2 ประการผลักดันให้นักผจญภัยและนักเดินเรือพยายามที่จะออกแล่นเรือค้นหาเส้นทางไปอินเดียทางน้ำ และหากโชคดียังจะได้พบดินแดนใหม่ๆ มาถวายเป็นอาณานิคมของพระมหากษัตริย์ของตนด้วย ในช่วงปลายยุคกลางจึงเกิดการเดินทางทางเรือโดยมีมูลเหตุจูงใจที่จะสำรวจดินแดนใหม่ หาเส้นทางคมนาคมใหม่ และแสวงหาแหล่งการค้าใหม่ๆ กรณีที่รู้จักกันดีก็คือ คริสโตเฟอร์ โคลัมบัส (1451-1506) Vasco da Gama (1469-1524) Ferdinand Magellan (1480-1521) และ Amerigo Vespucci (1451-1512) เป็นต้น

ส่วนรูปแบบการเดินทางแบบอื่นๆ ที่เคยมีมาตั้งแต่ยุคกรีก-โรมัน ก็ยังคงสืบทอดต่อเนื่องมา ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชื่นชมงานศิลปะและสถาปัตยกรรม รวมทั้งเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรม ทั้งนี้ พื้นที่ที่ชาวตะวันตกยุคกลางนิยมไปเที่ยวก็ยังเป็นแถบอิตาลีนั่นเอง

3. ยุคศตวรรษที่ 16-17 เนื่องจากศตวรรษที่ 16 เป็นช่วงรอยต่อที่สังคมยุโรปจะก้าวข้ามจากยุคกลางที่มีอิทธิพลของศาสนาครอบงำและกดขี่วิธีการแสวงหาความรู้ที่เคยเพื่องพู่อยู่ในยุคกรีก-โรมัน ในยุคสมัยนี้จึงเรียกว่า ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการ (Renaissance) เป็นการหวนกลับไปตั้งต้นใหม่จากยุคกรีก-โรมัน สภาพบริบททางสังคมดังกล่าวส่งผลต่อรูปแบบและเป้าหมายของการท่องเที่ยว กล่าวคือ ความนิยมต่อการเดินทางของผู้จาริกแสวงหาวิชา ซึ่งหมายถึงนักศึกษานั้นเอง ในช่วงเวลาดังกล่าวมีสถาบันที่เรียกว่า **มหาวิทยาลัย** (University) อยู่หลายแห่งที่สำคัญคือ มหาวิทยาลัยที่เมือง Bologna Coimbra Paris Rome หรือ Al-Azhar ที่กรุงไคโรสำหรับกลุ่มประเทศอิสลาม ศูนย์กลางการศึกษาเหล่านี้เป็นแหล่งที่ดึงดูดผู้จาริกแสวงหาวิชาให้มาเที่ยวชม ซึ่งในปัจจุบันเราอาจจะเรียกรูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้ว่า “การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา” เช่น การไปเรียนภาษาอังกฤษในประเทศนิวซีแลนด์ในช่องปิดเทอมภาคฤดูร้อน เป็นต้น สำหรับรูปแบบที่เด่นชัดที่สุดของการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนในประเทศอังกฤษ (ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของการปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นแห่งแรก) เมื่อพระราชินีอลิซาเบธที่ 1 มีพระประสงค์จะให้ชายหนุ่มที่ต้องการจะสมัครเข้ารับราชการต้องเดินทางไปยังประเทศในทวีปยุโรปเพื่อศึกษาวัฒนธรรมคลาสสิก (หมายถึงกรีก-โรมัน) โดยถือว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง (first-hand experience) และถือเป็นส่วนหนึ่งของการสำเร็จการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาในลักษณะเช่นนี้เรียกว่า Grand tour (เป็นการนำเอาคำของแซงต์โมริสที่ใช้เรียกการจัดการการท่องเที่ยวในฝรั่งเศสมาใช้) และได้ขยายเส้นทางจากอิตาลีไปสู่ประเทศอื่นๆ ในยุครุโรป การท่องเที่ยวในลักษณะ Grand Tour นี้ได้กลายเป็นเครื่องหมายของผู้มีการศึกษา ผู้มีฐานะสูงในสังคม ผู้ที่จะได้เป็น “สุภาพบุรุษอังกฤษ” อย่างเต็มตัว นอกจากนั้น การท่องเที่ยวแบบ Grand Tour ยังก่อให้เกิดอาชีพใหม่ที่เรียกว่า “travelling tutor” ซึ่งหมายถึงอาจารย์ที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อศึกษานี้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสถานที่ที่จะไป การจัดหาที่พัก การจัดหาหนังสือตำราให้อ่านประกอบ การทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายในระหว่างดูชม ฯลฯ (คล้ายๆ หน้าที่ของไกด์/มัคคุเทศก์ในปัจจุบัน) ในอังกฤษมี travelling tutor ที่รู้จักกันดีท่านหนึ่งคือ Adam Smith นักเศรษฐศาสตร์เรื่องนามเจ้าของผลงาน In Inquiring into the Nature and Cause of the Wealth of Nations (1776) นั่นเอง

4. ยุคศตวรรษที่ 18 เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงบริบทสังคมหลายๆ ด้านในยุโรปในช่วงศตวรรษที่ 18 เช่น ความมีเสถียรภาพทางการเมือง เนื่องจากหลายประเทศในยุโรปเริ่มทำสนธิสัญญาสันติภาพกัน การขยายตัวของการค้าซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความมั่งคั่งให้แก่ชนชั้นกลางมากขึ้น รวมทั้งพัฒนาการความก้าวหน้าของการเดินทางดังที่กล่าวมาแล้วทำให้ในศตวรรษที่ 18 นี้ กลุ่มชนชั้นกลางจึงกลายเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มชนชั้นสูงเช่นในอดีต กลุ่มชนชั้นนี้ได้นำเอารสนิยมและจริตแห่งชนชั้นของตนไปก่อรูปแบบการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ขึ้นมา เช่น เป้าหมายของการท่องเที่ยวจะเน้นความเพลิดเพลินเจริญใจมากกว่าจะเน้นการศึกษาเพื่อแสดงความเป็นผู้ดีรสนิยมที่ต้องการความแปลกใหม่ที่ตื่นตาตื่นใจทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสังคมที่ขยายพื้นที่จากปารีส เวนิส ไปสู่สถานที่ที่ไกลมากขึ้น เช่น ตะวันออกกลาง อันได้แก่ อียิปต์ ตุรกี เป็นต้น ผวนวกกับกระแสปรัชญาความคิดบางกระแสของคนชั้นกลาง เช่น กระแสธรรมชาตินิยม (Naturalism) ที่นำเสนอโดยนักคิดของชนชั้นกลาง เช่น รัสโซ เกอเธ่ซึ่งแบ่งเป็นต้น รวมทั้งสภาพชีวิต

ปกติของชนชั้นกลางที่ต้องทำมาหากินอยู่ในเมืองใหญ่ๆ ทำให้ในช่วงเวลาพักผ่อนจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชนชั้นกลางจึงเน้นสถานที่ที่ได้ผ่อนคลายจิตใจและเน้นธรรมชาติบริสุทธิ์ที่ยังไม่ถูกทำลาย ขบวนการท่องเที่ยว ป่าเขา น้ำตก ชนบทที่ยังบริสุทธิ์ เช่น ประเทศเบลเยียม เนเธอร์แลนด์ สกอตแลนด์ จึงเกิดขึ้นอันสอดคล้องไปกับขบวนการทางสังคมที่เรียกว่า Romantic Movement แนวคิดดังกล่าวนี้เป็นพื้นฐานของการท่องเที่ยวตามกระบวนทัศน์ทางเลือกในยุคสมัยใหม่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่นกัน เป็นต้น

5. ยุคศตวรรษที่ 19 ผลพวงจากการปฏิวัติวิทยาศาสตร์และปฏิวัติอุตสาหกรรมต่อเนื่อง จากศตวรรษที่ 18 พัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ส่งผลสะท้อนอย่างสูงต่อเรื่องการท่องเที่ยว คือ การประดิษฐ์คิดค้นด้านรถไฟที่มีการนำเอาพลังไอน้ำมาใช้ แม้ว่ากิจกรรมรถไฟในระยะแรกนั้นจะจัดตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านธุรกิจการค้ามากกว่าการท่องเที่ยว แต่ในระยะต่อมา การท่องเที่ยวทางรถไฟก็ได้กลายเป็นธุรกิจหลักของรถไฟ เนื่องจากการเดินทางด้วยรถไฟนั้นสามารถย่นย่อระยะเวลาได้อย่างมาก เช่น ระยะทาง 640 กิโลเมตร ระหว่างลอนดอนกับเอดินเบิร์กนั้นต้องใช้เวลาถึง 10 วันหากเดินทางด้วยม้าหรือรถม้า แต่เมื่อใช้รถไฟที่วิ่งได้ 100 กิโลเมตร/ชั่วโมง ก็ใช้เวลาเพียงไม่ถึงหนึ่งวันด้วยเหตุดังกล่าว การบริการรถไฟจึงหันมาจัดรายการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ในสมัยนั้น โทมัสคูก (Thomas Cook) ซึ่งเป็นนักธุรกิจด้านการรถไฟคนหนึ่งที่มีชื่อเสียงมากในอังกฤษได้จัดบริการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นระหว่างเมืองต่างๆ เป็นครั้งแรกและได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี และจุดใจให้บรรดานักลงทุนรายอื่นๆ ดำเนินธุรกิจในการทำนองเดียวกันนี้ขึ้นมาอีกมากมาย การเดินทางที่สะดวกสบาย รวดเร็ว มีความปลอดภัย มีบริษัทที่รับจ้างจัดการเรื่องการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้คนได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติการท่องเที่ยวไปในทางที่ดี และเป็นเหตุให้เกิดแนวคิดในการจัดทัวร์หลายๆ แบบ โดยเฉพาะโทมัสคูก ได้ขยายสนามธุรกิจของเขาออกไปยังยุโรป ภาคพื้นทวีป และเริ่มจัดบริการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1851 โดยพาไปเที่ยวงานมหกรรมนิทรรศการ (The Great Exhibition) ที่ Crystal Palace ในกรุงลอนดอน ซึ่งเป็นรูปแบบที่คลี่คลายมาจากการไปร่วมงานเฉลิมฉลองของชาวกรีก-โรมัน การดำเนินธุรกิจของโทมัสคูก นี้เองที่เป็นต้นแบบของธุรกิจท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์ (packaging tours) ที่จัดการสาธารณูปโภคทุกอย่างให้กับนักเดินทาง (อันได้แก่ ที่พัก ยานพาหนะ มัคคุเทศก์ ฯลฯ) และมีการก่อตั้งบริษัทนำเที่ยว (travel agencies) ซึ่งได้ปรับโฉมหน้าความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้คนเจ้าของพื้นที่เสียใหม่ โดยมีบริษัทนำเที่ยวเข้ามาเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ดังกล่าว

5.1 การท่องเที่ยวทางน้ำ การเดินทางทางน้ำก่อนศตวรรษที่ 19 เป็นการเดินทางโดยใช้พลังงานลมเป็นสำคัญ หากทว่าในศตวรรษที่ 19 นี้ ได้มีการนำเอาเครื่องจักรไอน้ำมาใช้ในการเดินทางทางเรือด้วย จึงเริ่มเกิดการท่องเที่ยวด้วยเรือเฟอร์รี่ ซึ่งหมายถึงเรือที่แล่นท่องเที่ยวไปตามเกาะแก่งต่างๆ ซึ่งเริ่มเป็นธุรกิจในราวปี ค.ศ. 1820 และต่อมาก็เป็นการท่องเที่ยวด้วยเรือสำเภาที่เดินทางระหว่างอังกฤษและอเมริกาในปี ค.ศ. 1840 โทมัสคูก ได้จัดรายการนำเที่ยวโดยเรือไปสหรัฐอเมริกาในต้นปี ค.ศ. 1866 และในปี ค.ศ. 1869 ที่มีการเปิดคลองสุเอซ ทำให้มีบริษัทท่องเที่ยวจัดรายการท่องเที่ยวจากอังกฤษไปอินเดียและประเทศอื่นๆ ในซีกโลกตะวันออก หลังจากนั้นการเดินทางด้วยการบินก็เข้ามาแทนที่การเดินทางด้วยเรือ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวทางเรือก็ย้อนกลับมาอีกในรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบเรือสำราญ (Cruiser)

5.2 การขยายตัวของรูปแบบการท่องเที่ยวและสถาบันที่เกี่ยวข้อง ตลอดช่วงศตวรรษที่ 19 นี้ รูปแบบการท่องเที่ยวมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากผู้คนเริ่มมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปต่อการท่องเที่ยวอย่างมาก การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างจากงานที่น่าพึงปรารถนาและเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่นิยมกันมากคือ การจัดกิจกรรมการขี่จักรยานท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งเป็นต้นแบบของการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ (Motoring holiday) ในระยะต่อมาเมื่ออุตสาหกรรมรถยนต์ขยายตัวเต็มที่และเมื่อการท่องเที่ยวเริ่มขยายตัวในระดับมวลชน โดยมีบริษัทและองค์กรธุรกิจประเภทต่างๆ เข้ามาทำหน้าที่ให้บริการท่องเที่ยวมากขึ้น ก็เริ่มมีองค์กรของรัฐเข้ามาจัดระบบการท่องเที่ยวในประเทศของตน ในฝ่ายของผู้ให้บริการเองก็มีการรวมตัวตั้งเป็นสมาคมเพื่อดูแลกิจการ เช่น ในอังกฤษมีสมาคมที่ก่อตั้งโดยโรมัสคัก ในปี ค.ศ. 1871 สมาคม Polytechnic Touring Association ก่อตั้งในปี ค.ศ. 18872 สมาคมเหล่านี้จัดได้ว่าเป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่สามารถจะพิทักษ์ดูแลการท่องเที่ยวในระบบธุรกิจ ในสหรัฐอเมริกาที่มีการก่อตั้งสมาคมเพื่อพิทักษ์ประโยชน์ของการท่องเที่ยวทำนองนี้เหมือนกัน รวมทั้งมีการขยายขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น บริษัท American Express ได้ค้นคิดวิธีการอำนวยความสะดวกในการใช้เงินของนักท่องเที่ยว (เช่นเดียวกับวิธีคิดของโรมัน) โดยเริ่มทำ Money order และเช็คเดินทาง และเริ่มทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในศตวรรษต่อมาคือศตวรรษที่ 20

6. ยุคศตวรรษที่ 20 จากพัฒนาการของการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมานับเป็นเวลาเกือบ 20 ศตวรรษนั้น ในยุคสุดท้ายคือศตวรรษที่ 20 นี้ การท่องเที่ยวก็ได้ก้าวเข้าสู่การเป็นสถาบันหนึ่งที่สำคัญทั้งต่อชีวิตของผู้คนและต่อสังคมในยุคสมัยใหม่ นอกเหนือจากความต่อเนื่องที่มีมาจากอดีตแล้ว ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 20 ก็มีดังนี้

6.1 กลุ่มคนทั่วไปท่องเที่ยวตั้งแต่จุดเริ่มต้นแล้วว่าในแต่ละยุคสมัยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มคนที่มีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวโดยเริ่มจากกลุ่มชนชั้นสูงที่มีฐานะดี ไหลลงมาถึงชนชั้นกลาง ในช่วงศตวรรษที่ 18 และในช่วงศตวรรษที่ 20 นี้ ก็ถึงเวลาของชนชั้นแรงงานที่ได้มีโอกาสท่องเที่ยวและส่งผลให้เรื่องการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นแบบมวลชน (Mass Tourism) ปรากฏการณ์ที่การท่องเที่ยวได้กลายเป็นกิจกรรมสำหรับคนทุกชนชั้นโดยเฉพาะชนชั้นล่างนั้นเกิดมาจากปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการเริ่มตั้งแต่การต่อสู้ของขบวนการแรงงานที่เรียกร้องให้ระบบทุนนิยมจัดสรรเวลาทำงานและเวลาพักผ่อนของคนงานเอาไว้อย่างชัดเจนที่เรียกว่า “ระบบสามแปด” รวมทั้งมีกฎหมายที่ระบุให้คนงานมีช่วงเวลาหยุดงานเพื่อพักผ่อนโดยได้รับค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น ปัจจัยเกื้อหนุนดังกล่าวทำให้เกิดอุปสงค์ (Demand) จากฝ่ายคนงานในซีกโลกตะวันตกที่มีความต้องการจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาพักผ่อนไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนในด้านอุปทาน (Supply) นั้น หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลงบรรดาประเทศโลกที่ 3 ในค่ายโลกทุนนิยมเสรีต่างได้รับคำแนะนำให้ทำการพัฒนาประเทศ และหนึ่งในกิจกรรมการพัฒนาประเทศก็คือ การสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติขึ้นมาภายในประเทศเพื่อเป็นช่องทางหารายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ง่ายที่สุด

เมื่อทั้งฝ่ายอุปทานและอุปสงค์มีตรงกันเช่นนี้ รวมทั้งการมีปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ เช่น ทัศนคติที่ดีต่อการพักผ่อนด้วยการท่องเที่ยว ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงไปจากงานในชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อจำเจของโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งอิทธิพลจากแรงกระตุ้นของระบบสื่อสารมวลชนซึ่งได้พัฒนามา

จนครบเกือบทุกประการสื่อ ตั้งแต่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น สื่อมวลชนเหล่านี้ได้กระตุ้นให้เป็นผู้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และอยากไปเยี่ยมชมสถานที่แปลกๆ ใหม่ๆ ที่น่าตื่นตาตื่นใจ และแตกต่างจากบ้านของตนเอง ความปรารถนาดังกล่าวบรรลุเป้าหมายได้สมประสงค์จากการมีสถาบันการจัดการท่องเที่ยวแบบธุรกิจ ที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ปลอดภัยไร้กังวล

6.2 พัฒนาการขั้นสูงสุดของพาหนะเดินทาง ถึงแม้ประวัติศาสตร์หน้าแรกของกิจการบินนั้นจะยังไม่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเนื่องจากหากเดินทางไกลก็ต้องแวะเพื่อเติมน้ำมันหรือขนถ่ายผู้โดยสารที่สำคัญคือราคาแพง ทำให้กิจการบินในระยะแรกจึงเน้นวัตถุประสงค์ไปที่การขนส่งไปรษณียมากกว่าระบบขนส่งผู้โดยสาร อย่างไรก็ตาม ผลพวงจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ครั้งที่บรรดาประเทศคู่สงครามไม่ว่าจะเป็นฝ่ายสัมพันธมิตร หรือฝ่ายอักษะ ได้พยายามค้นคิดเทคโนโลยีอย่างหนักเพื่อมุ่งผลสำเร็จแห่งชัยชนะในสงคราม ด้วยเหตุนี้เครื่องบินต่างๆ จึงได้ถูกออกแบบกันอย่างขนานใหญ่ เมื่อสงครามสิ้นสุดลง การค้นคว้าเทคโนโลยีการบินก็ยังคงดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ จนกระทั่งในช่วงปี ค.ศ. 1985 เป็นปีแรกที่ธุรกิจการบินพุ่งสูงถึงขีดสุดเพราะได้มีการค้นคิดและประดิษฐ์เครื่องบินความเร็วสูงเป็นเครื่องบินไอพ่น คือ Boeing 707 ซึ่งสามารถรับผู้โดยสารได้จำนวนมากถึง 300-400 คน บินด้วยความเร็วสูงและปลอดภัย พัฒนาการดังกล่าวส่งผลสะท้อนต่อการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเต็มที่

6.3 การขยายตัวของการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เมื่อการท่องเที่ยวขยายสเกลมาเป็นการท่องเที่ยวของผู้คนจำนวนมากมาทุกระดับชั้น และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน รวมทั้งมีสถานะเป็นภาคส่วนหนึ่งที่สำคัญของระบบธุรกิจของโลก ก็แน่นอนว่า ต้องมีการแตกตัวของการท่องเที่ยวที่ประมวลทั้งการท่องเที่ยวในแบบเดิมๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมด และต้องมีการเกิดขึ้นของการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับกับความต้องการที่มากมายและหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับชั้นและรสนิยมที่แตกต่างกันตัวอย่างของรูปแบบการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่สุดคือ การท่องเที่ยวชายทะเลตั้งแต่ยุคกรีก-โรมัน นั้นยังคงพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายตัวของพื้นที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ และรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ เช่น การไปเล่นสกีตามภูเขา ที่รัฐบาลสวิตเซอร์แลนด์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทนี้อย่างจริงจัง เป็นต้นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกแบบหนึ่งที่มีความต่อเนื่องจากอดีต และได้รับการพัฒนามากในต้นศตวรรษที่ 20 ก็คือการเดินทางท่องเที่ยวโดยการตั้งแคมป์ ซึ่งเริ่มต้นราวปี ค.ศ. 1930 และเป็นที่ยอดนิยมในบรรดาหนุ่มสาวและครอบครัวของคนหนุ่มสาวที่ยังแข็งแรง มีการบันทึกว่า คนที่บุกเบิกการท่องเที่ยวโดยการตั้งแคมป์คนแรกคือ Billy Butin ซึ่งเริ่มตั้งแคมป์แบบท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1936 ที่เมือง Skegness กล่าวโดยสรุป นับจากทศวรรษ 1990 ถึงปัจจุบันถือเป็นยุคทองที่ธุรกิจท่องเที่ยวขยายตัวถึงขีดสุดหรือที่เรียกว่า “travel explosion” ด้วยเหตุปัจจัยหลายๆ ประการ เช่น เงื่อนไขทุนทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง การมีเทคโนโลยีการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ การมีช่วงเวลาว่างเพื่อพักผ่อนในชีวิตมากขึ้น ธรรมเนียมการจับจ่ายซื้อของที่สะดวกขึ้น (อาทิ การขยายตัวของการใช้บัตรเครดิต) การเพิ่มขึ้นของบริษัททัวร์แบบมีมืออาชีพ รวมถึงการที่สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทสนับสนุนการท่องเที่ยวมีอาชีพ รวมถึงการที่สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทสนับสนุนการท่องเที่ยวและทำให้ดินแดนที่อยู่ห่างไกลกลายเป็นมนต์เสน่ห์และดูไม่น่ากลัวสำหรับนักท่องเที่ยวอีกต่อไป

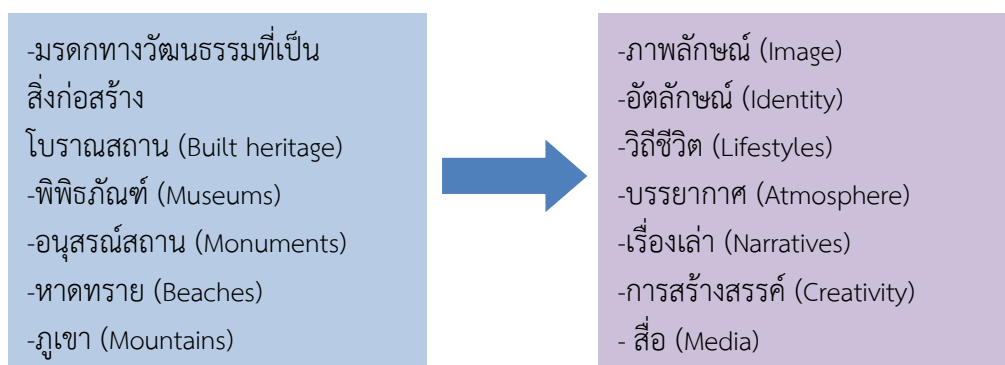
การทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับความหมายของการท่องเที่ยว และพัฒนาการของการท่องเที่ยว ช่วยเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจแก่นักวิจัยในประเด็นความหมายของการท่องเที่ยว มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างภายใต้เงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สองต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจและประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดก็ได้ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ในส่วนของพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวช่วยอธิบายถึงพัฒนาการด้านการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทาง และรูปแบบของการเดินทางต่างๆ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางประการหนึ่งที่มีมาอย่างยาวนานคือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้แบบแกรนด์ทัวร์ (Grand tour) ของกลุ่มสังคมชั้นสูง หรือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ที่เกิดขึ้นภายหลังศตวรรษที่ 20 ที่เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เพื่อรองรับกับความต้องการที่มากมายและหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับชั้นและรสนิยมที่แตกต่างกัน ความรู้ความเข้าใจดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดนิยามปฏิบัติการความหมายของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งได้กำหนดนิยามปฏิบัติการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นที่ไม่ใช่สัญชาติไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ศิลปะมวยไทย โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ ซึ่งนิยามปฏิบัติการนี้ นำไปสู่การทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังที่จะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ถูกนำมาใช้มากขึ้นเป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้คนเจ้าของวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นรูปแบบที่จะสร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มาเยือนและผู้ถูกเยือน ระหว่างแขกและเจ้าบ้าน ที่สามารถซึมซับความคิด อารมณ์ ความรู้สึก และมีปฏิสัมพันธ์กับสถานที่ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนพื้นที่ได้ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเสมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้นๆ และจัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่พัฒนาต่อ ยอดจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ Greg Richards (2009) กล่าวว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการปรับเปลี่ยนไปจากการท่องเที่ยวแบบเดิมที่นานวันเข้ายังเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่ำลง เนื่องจากการท่องเที่ยวที่มวลชนใช้เวลาในการเข้าไปชมและถ่ายภาพตามสถานที่ที่น่าสนใจและมีความสำคัญในทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นหาดทราย มรดกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน แต่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองเดินทางไปเที่ยว

Greg Richards (2009) อธิบายลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของการผลิตและการบริโภค โดยชี้ให้เห็นว่า ในมิติการผลิตนั้นมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนำเสนอสถานที่

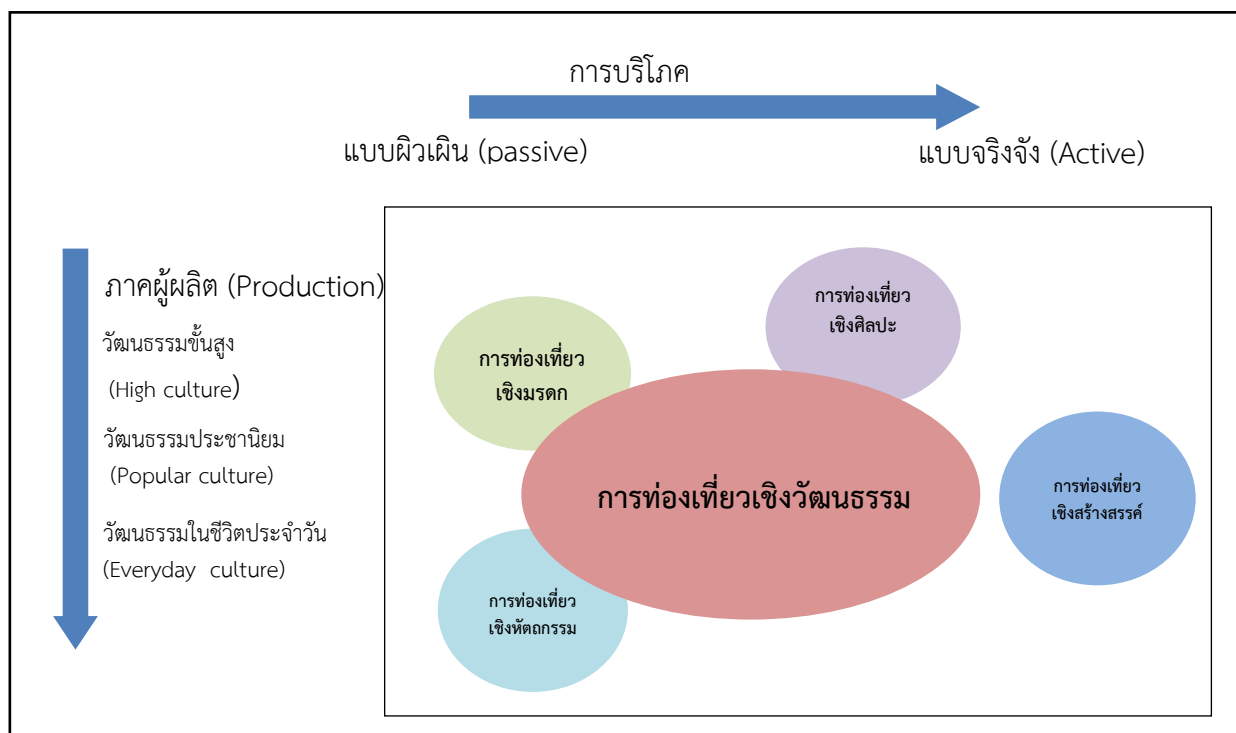
หาชมได้ยาก ยังไม่ค่อยมีผู้ใดได้มีโอกาสไปเยี่ยมชม (Unseen destination) และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชีวิตประจำวัน (Everyday life culture) ของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการผลิตในลักษณะเดิมที่เน้นการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่ “จำต้องไปชม” และมักมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) เช่น พระราชวัง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ โบราณสถาน อาคารแสดงผลงานศิลปะ ประติมากรรม อนุสาวรีย์ เป็นต้น แต่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีความปรารถนาที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ตนเองไปเที่ยว หรือในอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ในภาพรวมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเลื่อนไปจากเดิมคือจากวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural resources) ไปสู่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural resources) การเลื่อนไหลของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมไปสู่แบบใหม่



ภาพที่ 207 แสดงการเลื่อนไหลของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวจากแบบเดิมสู่แบบใหม่ จากวัฒนธรรมชั้นสูงไปสู่การสัมผัสวัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน

ที่มา : Greg Richards, Creative tourism and local development, 2009, p.81

การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยววัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในภาคผู้ผลิต (Production) และผู้บริโภค (Consumption) ดังแสดงในภาพที่ 207



ภาพที่ 208 การเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ที่มา :Greg Richards, Creative tourism and local development, 2009

จากภาพที่ 204GregRichardได้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้ปรับเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบเดิมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในมิติของภาคการผลิต (Production) และภาคการบริโภค (Consumption) ดังนี้

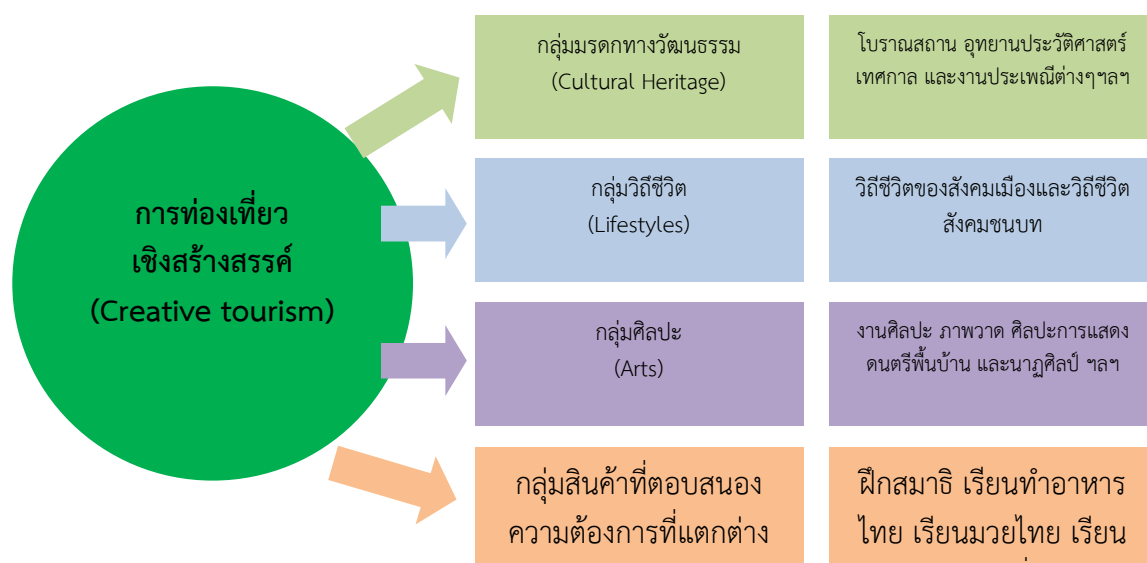
1. ภาคการผลิต (Production) จากเดิมการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) อาทิ ปราสาท ราชวัง หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ และอนุสรณ์สถาน เป็นต้น มาสู่สถานที่ท่องเที่ยวที่หายากและยังไม่มีใครเคยพบเห็นหรือขึ้นชมนานัก (Unseen destination) ตลอดจนสถานที่ที่ผู้คนท้องถิ่นใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งรวมถึงร้านอาหารพื้นถิ่น ตลาด บ้านเรือน และวิถีชีวิตชุมชนในพื้นที่ ทั้งนี้เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมวิถีชีวิตสามัญ (Everyday culture) ของคนในพื้นที่มากขึ้น

2. ภาคการบริโภค (Consumption) ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เคยสนใจการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างมรดกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ อนุสรณ์สถาน หาดทรายหรือภูเขา หันไปให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีชีวิต บรรยากาศ เรื่องเล่า การสร้างสรรค์และสื่อ ความสนใจเดิมที่เคยให้คุณค่ากับวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) ลดน้อยลง ขณะที่ความสนใจกับวิถีชีวิตสามัญ (Everyday culture) เพิ่มมากขึ้นและยังต้องการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ที่ตนไปเยี่ยมชม (Active

consumption) มากกว่าที่จะเป็นเพียงนักสังเกตการณ์ซึ่งขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ (Passive Consumption)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัยวัฒนธรรมเป็นฐาน (Culture-based-tourism) และใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวนำ (Creativity-led Tourism) ซึ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Tourism) อย่างชัดเจน การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นการขยายขอบเขตและระดับความเข้มข้นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจจะเริ่มจากกิจกรรมธรรมดาโดยทั่วไป เช่น การเยี่ยมชมผู้คนในท้องถิ่นทำงาน การเข้าคิวขึ้นรถโดยสาร การยืนอยู่ด้านนอกอาคารเพื่อสูบบุหรี่ การซื้อเครื่องดื่ม แชนวิช การสนทนาพูดคุยกันริมบาทวิถี ไปจนถึงการเข้าคอร์สเรียนรู้กิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงภาคอุปสงค์และภาคอุปทานไปพร้อมกัน นั่นคือต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเองไปเยือนมากขึ้น ต้องหาวิธีนำเสนอและสร้างโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสกับวัฒนธรรมของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนโดยตรง ขณะเดียวกันต้องให้การสนับสนุนชุมชนเพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตนเอง พร้อมทั้งสรรหาวิธีการในการนำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนเพียงแค่อ่านชมแล้วจากไป นับเป็นการช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างยั่งยืนอีกด้วย สินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีลักษณะพิเศษคือเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) ที่สะท้อนความเป็นไทยในทุกสินค้าและบริการ ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทสินค้าและบริการในธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ได้เป็น 4 กลุ่ม



ภาพที่ 209 แสดงประเภทสินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ที่มา :บริษัทอิมพอร์เมชั่นโปรดักเตอร์แอนด์คอลลซัลแตนท์ จำกัด, 2556

สินค้าและบริการในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 ประเภท มีองค์ประกอบ และรายละเอียดในแต่ละประเภท ดังนี้ (บริษัทอิมพอร์ตเมชั่นโปรดักส์แอนด์คอลเลกชัน จำกัด, 2556)

1. กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

1.1 กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural expression) เช่น พิธีกรรม ความเชื่อ เทศกาล และงานประเพณีต่างๆ เป็นต้น

1.2 กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

2. กลุ่มวิถีชีวิต (Lifestyles) กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตหรือวิถีการประกอบอาชีพของคนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง หรือวิถีชีวิตเฉพาะกลุ่มของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

2.1 วิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู ย่านเมืองเก่าเก่า และย่านเมืองเก่าแปดริ้ว เป็นต้น

2.2 วิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านช้างตากกลาง อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี ตลาดน้ำอัมพวา จ.สมุทรสงคราม การเลี้ยงนกเขา อ.จะนะ จ.สงขลา การทำนา การทอผ้า และการทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

3. กลุ่มศิลปะ (Arts) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

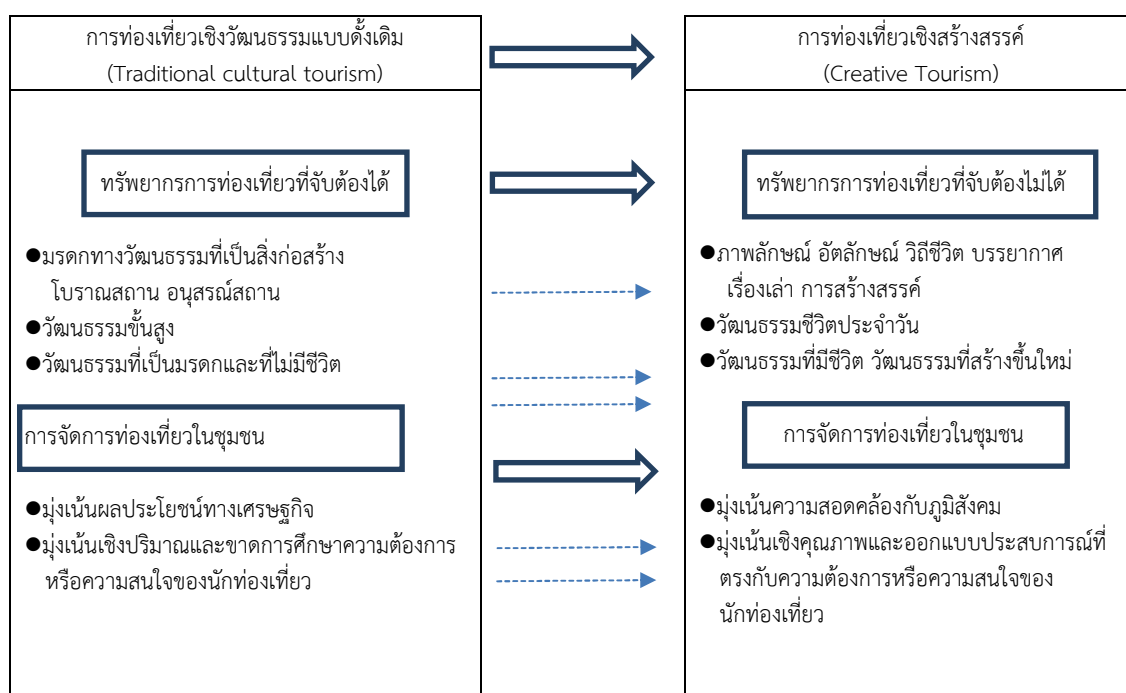
3.1 งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น

3.2 ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

4. กลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional creation) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ จากประสบการณ์โดยมีการจัดการไว้ล่วงหน้า มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีการฝึกปฏิบัติ (Workshop) เช่น การฝึกสมาธิ การเรียนทำอาหาร การเรียนมวยไทย และการเรียนนวดแผนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (man made) เป็นการจำลองแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ โดยการสร้างสรรค์กิจกรรมท่องเที่ยวผนวกกับทุนทางวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

5. ขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชิงลึก ให้ความสำคัญกับความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับผ่าน “คุณสมบัติเชิงกระบวนการ” ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองทั้งในแง่ “การรู้ตนเอง” (Self-realization) และการแสดงความเป็นตัวของตัวเอง (Self-expression) และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมโดยใช้กระบวนการจัดการการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Active form) แทนการเรียนรู้แบบเป็นผู้รับ (Passive form) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง ส่งผลดีในแง่ของการธำรงรักษาคุณค่าของชุมชน และนำไปสู่ความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม

วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย อย่างไรก็ตามความเข้มข้นของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับขึ้นอยู่กับระดับการมีส่วนร่วม (Involvement) หรือการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับสิ่งต่างๆ รอบตัวเป็นสำคัญได้แก่ สิ่งแวดล้อม ผู้คน กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมจะทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นผู้ร่วมผลิต (Prosumer) หรือผู้ร่วมสร้างสรรค์(Co-creator)อีกด้วย นอกจากนี้ภูมิวิจัน์ เดชอุม (2556) ได้นำเสนอขอบเขตของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวทาง ดังแสดงในภาพที่ 206



ภาพที่ 210 แสดงขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแนวทาง
ที่มา : ภูมิวิจัน์ เดชอุม, 2556

หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การได้รับประสบการณ์จริง (Authentic experience) จากการเดินทางท่องเที่ยว โดยกระบวนการผลิตและการบริโภคเป็นส่วนสำคัญที่หล่อหลอมนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา คือ ทำอย่างไรจึงจะส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่ หรือเจ้าของวัฒนธรรม ประเด็นสำคัญของการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีคุณสมบัติทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงกระบวนการในเชิงพื้นที่ กิจกรรมนั้นๆ จะต้องมีความหลากหลายและโดดเด่นทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ และชุมชนในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมจะต้องมีความ

ตระหนักในศักยภาพดังกล่าว ในเชิงกระบวนการกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการนำไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และด้วยทิศทางนี้ จะนำไปสู่การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาเมื่อพิจารณาถึงความโดดเด่นของศิลปมวยไทย ซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่อยู่คู่สังคมไทยมาอย่างยาวนาน มีความเป็นเอกลักษณ์ จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ตอบสนองความต้องการที่แตกต่าง (Functional creation) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มี ความต้องการแตกต่างกัน เน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ จากประสบการณ์โดยมีการจัดการไว้ล่วงหน้า มีครูผู้สอนที่ชำนาญ และมีการฝึกปฏิบัติ (Workshop) แนวคิดนี้นำไปสู่การกำหนดของการวิจัยกลยุทธ์ประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอันที่ทำความเข้าใจถึง ชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในประเทศไทยความคาดหวังและสภาพจริงของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและ จัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

5. แนวคิดเกี่ยวกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

วรวิทย์สุวัฒน์ ณ เขมรัฐ และคณะ หน้า 11 (2550) ได้วิจัยเรื่องการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน: ภูเก็ตพังงาและกระบี่ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับมากที่จะให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์ยกเว้นกิจกรรมเสนอแนะเกี่ยวกับการแข่งขันแรลลี่เรือคายัคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับน้อยโดยมีภาคีเป้าหมายของจังหวัดในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน มีศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่ากลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬา ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพสูงกว่าจังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬา เพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ในภาพรวมในระดับมากและจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬา ดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ส่วนเจ้าบ้านมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวทั้งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ในภาพรวมในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่านักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกันและผู้ทรงคุณวุฒิที่อยู่ในวงการธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวได้ให้แนวคิดในการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวว่าควรเน้นกีฬาที่ได้รับ

ความนิยมในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน 8 ชนิด คือดำน้ำ พายเรือแคนูและคายัค ปีนผา กอล์ฟ ตกปลา วอลเลย์บอลชายหาด จักรยาน และกีฬาพื้นเมืองซึ่งประกอบด้วย มวยไทย ชนวัว ชนไก่ และแข่งขันนกเขาชวาเสียง โดยต้องดำเนินการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าว 7 ด้าน ตามรูปแบบของอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model-ZEASSPA) คือด้านการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) ด้านการจัดสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) ด้านการจัดบุคลากร (Personnel) และด้านการจัดกิจกรรม (Activity)

อีกงานวิจัยหนึ่งที่น่าสนใจและชี้ให้เห็นบทบาทของมวยไทยต่อการท่องเที่ยวคือ ผลการศึกษาของรายาศิต เต็งกุลสุลัยมาน (2550) ที่ได้วิจัยเรื่องมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวผลการวิจัยสรุปไว้ว่า “มวย” เป็นกิจกรรมการต่อสู้ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมวลมนุษยชาติ จนสามารถพัฒนาตัวตนเป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของโลก และเมื่อมีส่วนของโลกกลมาพิจารณาภูมิภาคเอเชีย “มวยไทย” ก็เป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ ทั้งในฐานะที่เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาประจำชาติไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬามวยไทยเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และเมื่อมองในแง่ของการท่องเที่ยวมวยไทย จัดเป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายล้านบาท ดังจะเห็นได้จากการที่ชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยมักจะหาโอกาสชมการแข่งขันมวยไทย และต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่ามวยไทยมีวิธีการชกที่มหัศจรรย์ที่สุดในโลก ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ตามแบบฉบับของคนไทยที่เรียกว่า ครบเครื่องคือสามารถใช้วัยวะเกือบทุกส่วนของร่างกาย เช่น หมัดศอกเขนเท้าแข้งและเข่าให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและสมบูรณ์ที่สุด

ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะต้องดำเนินการวางแผนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้อยู่ในสถานะที่เลี้ยงตนเองได้ และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวในภาพรวมโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันหรือโรงเรียนมวยไทยที่ถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนมวยไทยให้ชัดเจน โดยใช้สหวิทยาการสาขาต่าง ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม จัดการเรียนการสอนที่หล่อหลอมผู้เรียนให้มีคุณสมบัติตามมาตรฐานหลักสูตรดำเนินการวางแผนการประกอบธุรกิจ โดยใช้หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม (Community Participation) และรับรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงตลอดจนวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่มีปัจจัยสำคัญ อันได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด (The Five Ps in Marketing Mix) และความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Three As) มาใช้อย่างประสมประสานที่สำคัญคือ ควบคุมมาตรฐานคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดีที่สุดและนานที่สุด

6. กลยุทธ์มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในการศึกษาเพื่อจัดทำกลยุทธ์ของประเทศไทย ในการใช้มวยไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นักวิจัยและคณะ ได้ใช้ตัวแบบ Boston Consulting Group: BCG Model ดังนี้

ดาวรุ่ง stars	เด็กมีปัญหา Problem Child
วัวเงิน Cash Cow	สุนัขเฝ้าบ้าน WatchDogs

ภาพที่ 211 แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ BCG Model

ที่มา:ปรกรณ์ ปรียากร, 2547

จากแผนภาพความสัมพันธ์ **BCG Model**ข้างต้นสามารถอธิบายตามรายละเอียดที่ระบุในแต่ละช่อง เช่น ในช่องที่ 1 ช่องที่ 2 ช่องที่ 3 ฯลฯ ได้ดังต่อไปนี้

ช่องที่ 1 ดาวรุ่ง(Stars) ขณะนั้นในธุรกิจที่กิจการของเราลงทุนอยู่ปรากฏว่ามีอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสูงและขณะเดียวกันกิจการของเราก็มีส่วนแบ่งการตลาดสูงด้วยหมายความว่ากิจการลงทุนด้านนี้จะมีโอกาสทำกำไรสูงมากแต่ต้องใช้การลงทุนสูงข้อเสนอของ BCG คือควรทุ่มทุน

ช่องที่ 2 วัวเงิน(Cash Cow)เปรียบเหมือนแม่วัวที่ยังให้นม และนำเงินไปขายเป็นเงินสดได้ ซึ่งเท่ากับว่าขณะนั้นกิจการของเรามีส่วนแบ่งการตลาดสูง แต่ปรากฏว่าแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้อัตราการเจริญเติบโตของตลาดกำลังลดลง แสดงว่าธุรกิจมีกำไรสูงในขณะที่ยังการลงทุนต่ำแต่การขยายตัวทำไม่ได้ข้อเสนอของ BCG คือควรรักษาเสถียรภาพเพราะจุดนี้เป็นพื้นฐานการลงทุนที่ควรเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่จะใช้เป็นแหล่งทุนสำหรับการลงทุนในส่วนอื่นๆได้

ช่องที่ 3 เด็กมีปัญหา(Problem Child) กิจการอยู่ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันและความเจริญเติบโตสูงแต่กิจการของเราประสบปัญหาสองด้าน คือ ด้านแรกมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างต่ำ ทำเงินได้น้อยและมีผลกำไรน้อยกับด้านที่สองในกรณีที่ต้องการรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้หรือจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้สูงขึ้น กิจการจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมาก

ข้อเสนอของBCGคือเลือกที่จะลงทุนในธุรกิจที่มีโอกาสสูงขึ้นได้ ส่วนธุรกิจที่กิจการอ่อนแอก็ต้องปล่อยทิ้งไป

ช่องที่ 4 สุนัขเฝ้าบ้าน(WatchDogs)ในขณะนั้นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเจริญเติบโตต่ำ และมีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อย สถานะการแข่งขันอ่อนแอทำให้กิจการมีผลกำไรต่ำไม่สามารถทำเงินได้เพียงพอ ข้อเสนอของBCG คือไม่ควรที่จะลงทุนต่อไปหรือควรขายทิ้งเสีย

สรุปมวยได้สามารถนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในรากเหง้าของคนไทยเป็นการใช้การลงทุนต่ำแต่เต็มไปด้วยมูลค่าสูง แต่ต้องมีการจัดวางยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับความต้องการของชาวต่างประเทศในรูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็น ดังนี้

งานวิจัยเกี่ยวกับมวยไทยและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวกับชุมชนและมวยไทยมีความเกี่ยวข้องกันในด้านจารีตและวัฒนธรรม ประเพณีดังที่เนตรชนก นันท์ (2544) ได้ศึกษาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอเถลิง จังหวัดลำพูน พบว่า ชุมชนมีจิตสำนึกและมีศักยภาพเพียงพอในการเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์การใช้ประโยชน์และการบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติ อาศัยระบบความเชื่อ จารีตประเพณีและวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยใช้กระบวนการชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมือกันในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของทุกฝ่าย และเกิดการอยู่ร่วมกันของคนกับป่าอย่างยั่งยืน

ในด้านการบริหารจัดการมีความจำเป็นอย่างที่ต้องมีการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบยั่งยืน ซึ่ง รัฐติยา หิรัญหาด (2544) บอกแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษากำแพงเมืองเก่า อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ได้เสนอแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบ้านหนองขาวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยได้เลือกแนวคิดทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เลือกรูปแบบชุมชนบริหารจัดการเอง โดยมีองค์กรภายนอกสนับสนุนให้คำปรึกษาและได้มีการวางแผนแนวทางการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อม ความสะอาด นอกจากนี้ยังมีการวางแผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยว และกำหนดแนวทางการบริหารจัดการในลักษณะของการเลือกตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายโดยสังศรี วงษ์เวช (2545) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มแม่น้ำปิง ผลการศึกษาพบว่า สองฝั่งแม่น้ำปิงท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ครบถ้วน ซึ่งสามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวทางน้ำและทางบก แต่จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันยังขาดความชัดเจนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งได้กล่าวว่ากลุ่มแม่น้ำปิงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่รูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไม่เด่นชัด อีกทั้งยังขาดความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการดูแลสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์บริเวณกลุ่มแม่น้ำปิง สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านมวยไทยจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพราะนักท่องเที่ยวเดินทางมามุ่งเน้นเรื่องการท่องเที่ยวแล้วยังมาสนใจใช้เวลาในการทดลองเรียนรู้และใช้ชีวิตกับวัฒนธรรมของไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ท่องเที่ยวดังเช่นงานวิจัยของ รยาจิต เต็งกุศลย์มาน (2550) ได้วิจัยเรื่อง มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวผลการวิจัยสรุปไว้ว่า “มวย” เป็นกิจกรรมการต่อสู้ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมวลมนุษยชาติ จนสามารถพัฒนาตัวตนเป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของโลก และเมื่อย่อส่วนของโลกลงมาพิจารณาภูมิภาคเอเชีย “มวยไทย” ก็เป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ ทั้งในฐานะที่เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาประจำชาติไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬามวยไทยเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และเมื่อมองในแง่ของการท่องเที่ยวมวยไทย จัดเป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายล้านบาท ดังจะเห็นได้จากการที่ชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยมักจะหาโอกาสชมการชกมวยไทย และต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่ามวยไทยมีวิธีการชกที่มหัศจรรย์ที่สุดในโลก

ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ตามแบบฉบับของคนไทยที่เรียกว่า ครอบเครื่องคือ สามารถใช้วิธีวะเกือบทุกส่วนของร่างกาย เช่น หมัดศอกแขนเท้าแข้งและเข่าให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและสมบูรณ์ที่สุด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะต้องดำเนินการวางแผนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้อยู่ในสถานะที่เลี้ยงตนเองได้ และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวในภาพรวมโดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันหรือโรงเรียนมวยไทยที่ถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการจัดหลักสูตรการเรียนการสอนมวยไทยให้ชัดเจน โดยใช้สหวิทยาการสาขาต่าง ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม จัดการเรียนการสอนที่หล่อหลอมผู้เรียนให้มีคุณสมบัติตามมาตรฐานหลักสูตรดำเนินการวางแผนการประกอบธุรกิจ โดยใช้หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม (Community Participation) และรับรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงตลอดจนวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่น่าปัจจัยสำคัญ อันได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด (The Five Ps in Marketing Mix) และความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Three As) มาใช้อย่างประสมประสานที่สำคัญคือ ควบคุมมาตรฐานคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดีที่สุดและนานที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวในเขตอันดามันดังผลวิจัยของ วรวิทย์ สุวัณ ญ เขมรัฐ และคณะ (2550) ได้วิจัยเรื่องการจัดและบริหารเชิงบูรณาการ กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน : ภูเก็ตพังงาและกระบี่ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับมากที่จะให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ยกเว้นกิจกรรมเสนอแนะเกี่ยวกับการแข่งขันแรลลี่เรือคายัคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันเป็นไปได้ในระดับน้อย

2. ภาศิเป้าหมายของจังหวัดในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน มีศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์อย่างยั่งยืน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน ยกเว้นศักยภาพในการรองรับการจัดและบริหารกีฬา ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพสูงกว่าจังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่

3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬา เพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ในภาพรวมในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าว ไม่แตกต่างกัน

4. เจ้าบ้านมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน ในภาพรวมในระดับมาก และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า นักท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันมีความพึงพอใจทิศทางการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ทรงคุณวุฒิที่อยู่ในวงการธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวได้ให้แนวคิดในการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวว่า ควรเน้นกีฬาที่ได้รับความนิยมในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน 8 ชนิด คือ ดำน้ำ พายเรือแคนูและคายัค ปีนผา กอล์ฟ ตกปลา วอลเลย์บอลชายหาด จักรยาน และกีฬาพื้นเมืองซึ่งประกอบด้วย มวยไทย ชนวัว ชนไก่ และแข่งขันนกเขาชวาเสียง โดยต้องดำเนินการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าว 7 ด้าน ตามรูปแบบของอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model-ZEASSPA) คือ ด้านการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) ด้านการจัดสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) ด้านการจัดบุคลากร (Personnel) และด้านการจัดกิจกรรม (Activity) ในขณะที่ชาญณรงค์ สุหงษา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง อนาคตภาพมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติโดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณาด้วยเทคนิค ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย ด้านบริหารมวยไทย ด้านค่ายมวยไทยและด้านการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าอนาคตภาพมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แนวโน้มด้านนโยบาย วิสัยทัศน์และเป้าหมายของมวยไทย ด้านการส่งเสริมมวยไทย ด้านหลักสูตรมวยไทย ด้านบุคลากรในวงการมวยไทย ด้านการวางแผนกลยุทธ์ส่งเสริมมวยไทย ด้านการส่งเสริมค่ายมวยไทยให้เป็นมาตรฐาน ด้านการสร้างภาคีเครือข่ายมวยไทย และด้านการประชาสัมพันธ์

โดยภาพลักษณ์และทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยที่มีทัศนคติที่ดี ต่อมวยไทยรวมทั้งกลยุทธ์การตลาดของมวยไทยดังที่ สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์(2551)ศึกษาภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติ และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมวยไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าเป็นเช่นไร ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อมวยไทยเป็นอย่างไร และมีกลยุทธ์และปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดอะไรบ้างที่ส่งผลต่อชาวต่างชาติในการมาศึกษาศาสตร์มวยไทยผลการวิจัยพบว่า

1) มวยไทยมีความเป็นศิลปะ มีความสวยงามในการออกกำลังกาย การใช้วัยวุฒิทุกส่วนในการชมมวยไทย การยอมรับนับถือการควบคุมจิตใจ รู้แพ้รู้ชนะ อาวุธมวยไทยหมดเท่าเข้าศอกดีกว่าการต่อสู้อย่างอื่น ใช้ได้ในทุกท่าหลากหลาย ใช้กำลังและเทคนิคอย่างมาก ต้องฝึกอย่างหนักจะมาเรียนต้องเดินทางมาที่ค่ายมวยไทยฝึกกับเทรนเนอร์ที่เป็นคนไทย

2) ทัศนคติต่อมวยไทยของชาวต่างชาติมีทัศนคติทางบวกต่อค่ายมวยไทย ผู้ฝึกสอนเห็นว่าการเรียนมวยทำให้ค่ายมวยได้ประโยชน์ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการถ่ายทอด บางคนเห็นว่าถ้าใช้ภาษาต่างประเทศสอนจะทำให้เรียนง่ายขึ้น ส่วนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ค่ายมวยมีสถานที่และอุปกรณ์ที่ดีชาวต่างชาติอยากกลับมาฝึกมวยที่ประเทศไทยอีกทั้งเมื่อกลับไปแล้วและจะชวนเพื่อนชาวต่างชาติมาเรียนมวยไทย บางคนอยากชมมวยไทยบนเวทีจริงๆ

3) กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด

พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดในการชักจูงชาวต่างชาติโดยใช้ สื่อต่างๆแบบผสมผสานกัน เช่น ค่ายแฟร์เท็กซ์ใช้การนำนักมวยไปชกยังต่างประเทศ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์แอฟนัฟ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการใช้กิจกรรมพิเศษ เช่นการมีส่วนร่วมของค่ายในการส่งนักมวยไทยเข้าร่วมเรียลลิตี้มวยไทย การแฝงตราสัญลักษณ์และสินค้าของค่าย ส่วนค่ายแก้วสัมฤทธิ์และค่ายป.ประมุขจะใช้สื่อหลากหลายน้อยกว่า แต่ที่เหมือนกันทั้ง 3 ค่าย

คือ การเห็นความสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการทำเว็บไซต์ และใช้เมลล์ติดต่อสื่อสารโดยค่ายแฟร์เท็กซ์และค่ายแก้วสัมฤทธิ์ใช้ชาวต่างชาติดูแลและตอบคำถาม ติดต่อประสานงานระหว่างค่ายและชาวต่างชาติ และกลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือใช้นักมวยชูค่าย เช่น นฤพนธ์ จากค่ายแฟร์เท็กซ์ อนุวัฒน์ แก้วสัมฤทธิ์จากค่ายแก้วสัมฤทธิ์ และบัวขาว ป.ประมุขจากค่ายป.ประมุข

ผลิตภัณฑ์มวยไทยจึงถือว่าเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ชนิดหนึ่ง ซึ่งรายาจิต เต็งกุศลย์มานและคณะ(2554)ศึกษาเรื่องมวยไทย:นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อสร้างแนวทางยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในเขตอันดามัน ผลการวิจัยพบว่า

1. มวยไทยในเขตอันดามันเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของชาวต่างชาติ แต่ยังพบปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินการธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเพราะมีปัญหาในการแข่งขันกันสูงทางธุรกิจ มีค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างแพง ขาดบุคลากรที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในการสื่อสาร การขอวีซ่านักท่องเที่ยวมีอุปสรรค มักคุเทศก์ขาดความรู้เรื่องมวยไทย เรื่องการกำหนดราคา และการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับมวยไทยไม่เป็นตามมาตรฐานเดียวกัน

2. การดำเนินธุรกิจมวยไทยของอันดามันมีสภาพแวดล้อมธุรกิจเข้มแข็งพอประมาณสามารถสนองปัจจัยด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ระดับหนึ่ง

3. ผู้เชี่ยวชาญระบุว่านวัตกรรมเชิงพาณิชย์กำหนดไว้ ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมสำหรับนำเสนอคู่กับมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์

4. นักท่องเที่ยวมีความพอใจการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมากในแง่ทีมวย ค่ายมวย เส้นทางนำเที่ยว แพคเกจทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

5. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างเงินประกอบด้วย แพคเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สูงสุดรองลงมาคือราคากับการส่งเสริมการตลาด

6. พื้นที่อันดามันต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์Amazing Thailand Muay Thai Andaman Green Seasonโดยเฉพาะแพคเกจทัวร์ Andaman Iron-man Super Fight

มวยไทยจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้และเป็นจุดขายที่จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศโดยนำภูมิปัญญามวยไทยให้ไปสู่สากล ทั้งนี้ วินัย พูลศรี (2555) วิจัยเรื่องมวยไทยการจัดการมรดกทางภูมิปัญญาสู่รูปแบบธุรกิจสากลโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและพัฒนาารูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพสู่เส้นทางธุรกิจสากลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 84 คน ผลการวิจัยพบว่าปัญหาการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในเชิงธุรกิจมีประเด็น ปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง สถานที่อุปกรณ์ฝึกซ้อม การบริหารจัดการและงบประมาณและรายได้ไม่เป็นระบบอาชีพ สิ่งอำนวยความสะดวก การขาดสนามมวย ค่ายมวยไทยอาชีพต้นแบบ อุปกรณ์ที่ทันสมัยทางวิทยาศาสตร์การกีฬาและความพร้อมทั้งระบบ การบริหารจัดการ ปัญหารูปแบบนโยบายสู่การปฏิบัติ เครือข่ายในและต่างประเทศ งบประมาณ การสนับสนุน

จากภาครัฐและเอกชน ข้อจำกัดเรื่องต้นทุนสูง ปัจจัยทางการเมืองลัทธิธรรมาภิบาล การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพสู่เส้นทางธุรกิจสากลแบ่งเป็น 4 ด้าน

1) การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร มีรูปแบบการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาหลักสูตร การอบรมบุคลากรทุกระดับ การนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้พัฒนาทักษะมวยไทย สถาบันผลิตบุคลากร ระบบสารสนเทศ นโยบายเชิงรัฐและเอกชนร่วมบริหารจัดการ

2) พัฒนาการจัดการแข่งขันให้มีมาตรฐานสากล มีหน่วยงานองค์กรรับผิดชอบ กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับรูปแบบเดียวกันเป็นมาตรฐานสากล

3) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สนามมวย ค่ายมวย และนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้

สรุปผลการประชุมปฏิบัติการของวินัย พูลศรี มีดังนี้ 1) สนามมวย เวทีมวยแห่งชาติ ต้นแบบเป็นเอกลักษณ์ศิลปะมวยไทยเป็นมาตรฐานสากล ยิมเนเซียมที่เป็นเอกลักษณ์ ห้องอำนวยความสะดวก คนตรีมวย ร้านผลิตภัณท์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสารสนเทศ ศูนย์ฟิตเนส ห้องพยาบาล ห้องประวัติมวยไทยศูนย์แสดงวัฒนธรรมไทยครบวงจร สำนักงานผลิตบุคลากร และสถาบันเทรนนิ่งรูปแบบสากล 2) ค่ายมวยไทยอาชีพต้นแบบ รูปแบบเอกลักษณ์ไทย สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักมาตรฐาน 3) หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ 3 ระดับ A B C – License 4) การบริหารจัดการกีฬามวยไทยอาชีพ ให้เป็นระบบ มีการตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ กำหนดการบริหารจัดการบุคลากร องค์กรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาระบบฐานข้อมูลให้ทันสมัย กฎระเบียบข้อบังคับให้เป็นแนวเดียวกัน รวมถึงด้านการตลาดและสิทธิประโยชน์ ตลอดจนการจัดการความรู้เผยแพร่ในเชิงธุรกิจครบวงจร

การพัฒนารูปแบบธุรกิจมวยไทยสู่สากลจึงเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนารูปแบบเพื่ออนาคตของมวยไทยจะขึ้นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศชาติซึ่งเรื่องนี้

สรุปงานวิจัยเรื่องมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมมวยไทยได้กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของไทย ชาวต่างประเทศมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทยต้องการมาฝึกมวยไทย โดยที่ผ่านมามีค่ายมวยไทยได้ใช้ช่องทางการตลาดในหลายช่องทาง แม้ว่ามีปัญหาในการแข่งขันกันสูงในธุรกิจด้านนี้ รวมไปถึงต้นทุนที่ใช้ต้องมีค่าใช้จ่ายมาก แต่เมื่อพิจารณาจากงานวิจัยพบว่ายังมีค่ายมวยอีกจำนวนไม่น้อยทำธุรกิจด้านนี้ประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมากรวมทั้งภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้มวยไทยได้เป็นสินค้าสำคัญเพื่อนำเงินจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยดังนั้นจึงต้องมีการวิจัยปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ชีวิตและชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวย

งานวิจัยเกี่ยวกับชีวิตและชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวยมีดังนี้

งานวิจัยชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวยมีทั้งการศึกษาจากนักมวยไทยและผู้เกี่ยวข้องต่อการพัฒนามวยไทยโดยเฉพาะนักมวยทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีนักมวยมากที่สุดพบได้จากการวิจัยของ สุรวุฒน์ ปิตตานี (2550) ได้วิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนามวยไทยอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามการรับรู้ของนักมวยและผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา

แนวทางการพัฒนากีฬามวยไทย เพื่อการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามการรับรู้ของนักมวยและผู้ฝึกกีฬามวยไทยเปรียบเทียบแนวคิดของการพัฒนากีฬามวยไทยเพื่อการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามการรับรู้ของนักมวยและผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักกีฬามวยไทยอาชีพจำนวน 188 คนและผู้ฝึกสอนจำนวน 162 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนากีฬามวยไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านบุคลากรนักมวยไทยและผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย เห็นว่า ควรมีการพัฒนาในเรื่องผู้บริหารองค์กรมวยไทย ควรมีภาวะผู้นำที่ดีกรรมการผู้ตัดสิน ควรมีความยุติธรรมเป็นที่น่าเชื่อถือ 2) การพัฒนากีฬามวยไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์และสถานที่ ควรมีการพัฒนาและนำเครื่องมือที่ทันสมัยสำหรับการออกกำลังกายมาช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบสารเสพติดนักมวย และสวัสดิการต่าง ๆ ของบุคลากรในค่ายมวย 3) การพัฒนากีฬามวยไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านการจัดการ ควรมีการพัฒนาในเรื่องการฝึกอบรมผู้ฝึกสอนและการจัดการค่ายมวย ควรจะมีการเปิดรับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เพื่อความมั่นคงของกีฬามวยไทย อาชีพกรรมการผู้ตัดสินกีฬามวยไทย ต้องมีความยุติธรรม มีการประสานงานของผู้บริหารและนายสนามมวยไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) การพัฒนากีฬามวยไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านงบประมาณมีการพัฒนาองค์กรสูงสุดที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยอาชีพ

มีระบบการพิจารณาผลตอบแทนแก่นักกีฬามวยไทย อาชีพที่เป็นแชมป์เปี้ยนควรมีค่าตอบแทนรายเดือน จากสนามมวยผู้บริหารคือ นายสนามมวย การจัดการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง ให้การช่วยเหลือด้านสวัสดิการจากทางภาครัฐบาล ตลอดจนการจัดตั้งมูลนิธิช่วยเหลือสงเคราะห์แก่นักมวยที่พิการและทุพพลภาพ 5) นักมวยไทยอาชีพและผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย มีความคิดเห็นในการพัฒนากีฬามวยไทย เพื่ออาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใน 3 ด้านคือ ด้านเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ และสถานที่ ด้านการจัดการ และด้านงบประมาณ โดยผู้สอนกีฬามวยไทยมีความคิดเห็นในการพัฒนากีฬามวยไทยเพื่อการอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักมวยไทยอาชีพแต่นักมวยไทยอาชีพ และผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย มีความคิดเห็นในการพัฒนากีฬามวยไทย เพื่ออาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่แตกต่างกัน

ด้านชีวิตของนักมวยไทยอาชีพได้มีการศึกษาไว้ในงานวิจัยของ วุฒิชัย วัฒนาคม ประทีป (2550) ศึกษาสถานภาพนักมวยอาชีพ ระดับแชมป์เปี้ยน และรองแชมป์เปี้ยนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังชกมวย พบว่า

1. ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักมวยหลังเลิกชกมวยแล้ว หลายคนมีเศรษฐกิจโดยมีบ้านพร้อมที่ดิน มีที่ดิน มีรถยนต์ มีเงินเก็บ มีอาชีพรองรับที่มั่นคง มีครอบครัวที่สมบูรณ์ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ลำบากไม่มีบ้านไม่มีที่ดิน เงินเก็บมีน้อย ต้องดิ้นรนซึ่งเกิดจากการใช้ชีวิตที่ประมาท และพฤติกรรมส่วนตัวของนักมวยเอง ตลอดจนไม่ได้ศึกษาเพิ่มเติม

2. ด้านสังคม พบว่านักมวยได้รับเกียรติ การยอมรับ ยกย่อง ศรัทธาในระดับดีมาก มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ไม่ได้เข้าไปช่วยเหลือสังคม กิจกรรมทางสังคม และทำวิชาเรียนมวยไทยไปใช้ในเมื่อนอก นักมวยเหล่านั้นทำธุรกิจส่วนมากจนไม่มีเวลาให้สังคม แต่ก็ยังได้รับเกียรติยกย่องศรัทธาจากสังคมด้วยดีเสมอ

3. ด้านการเมืองและกฎหมาย พบว่าไม่มีนักมวยในกลุ่มตัวอย่างคนใดกล้าทำผิดกฎหมายบ้านเมือง และยังปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคม เป็นอย่างดี
4. ด้านการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่หลังเลิกชก ไม่ได้ศึกษาเพิ่มเติม
5. ด้านสุขภาพอนามัยส่วนใหญ่รักสุขภาพร่างกายโดยการออกกำลังกายเป็นประจำ
6. ด้านอื่นๆ เกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือแก่นักมวย พบว่า นักมวยไทยส่วนใหญ่ที่ได้รับการช่วยเหลือจากสมาคมมวยไทยอาชีพและจากหัวหน้าค่าย เป็นนักมวยที่เลิกชกมวยมาแล้วไม่นาน ส่วนนักมวยที่เลิกไปนานแล้วหลายปีมักจะไม่ได้รับการช่วยเหลือ

การวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับวิถีชีวิตของนักมวยไทยระดับแชมป์เปี้ยนที่ส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในการดำรงชีวิตดังเช่น งานวิจัย ของ กงเหม สุวรรณศรี (2551) ศึกษาวิถีชีวิตของอดีตแชมป์เปียนนักมวยไทยอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 47.05 ทำไร่นา คิดเป็นร้อยละ 35.29 รับราชการร้อยละ 17.64 มีความพอเพียงต่อค่าใช้จ่าย ในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 70.58 ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในครอบครัว ร้อยละ 29.42 แรงจูงใจที่นำมาสู่อาชีพนักมวยนั้นมีแรงจูงใจ จากมีใจรักการเป็นนักมวย ร้อยละ 47.05 ด้านต้องการมีรายได้ ร้อยละ 23.52 และญาติสนับสนุนร้อยละ 17.64

ด้านสังคมพบว่านักมวยส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 41.17 ระดับประถมศึกษาร้อยละ 35.29 และระดับปริญญาตรี ร้อยละ 11.76 ส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนร้อยละ 76.47 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนร้อยละ 23.53

สรุปว่าปัจจัยที่ทำให้แก่นักมวยก้าวสู่นักมวยมืออาชีพอันเนื่องมาจากการสืบทอดวัฒนธรรมสู่รุ่นลูกหลานมิได้รักในการเป็นนักต่อสู้ ต้องการสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว เพื่อชื่อเสียง และการได้รับการยอมรับทางสังคมนอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของคนทั่วไปและของนักศึกษาเช่น สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์(2553) วิจัยคุณภาพชีวิตของคนไทยปี 2553 พบว่า คุณภาพชีวิตด้านการทำงาน พอใจระดับมาก คุณภาพชีวิตด้านครอบครัว พอใจระดับมากที่สุด คุณภาพชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม พอใจระดับมาก คุณภาพชีวิตด้านสุขภาพและความเครียด อยู่ในระดับค่อนข้างดี คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ประจำวัน ส่วนใหญ่เห็นว่า ชีวิตและทรัพย์สินของตนยังมีความปลอดภัยในระดับค่อนข้างน้อย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการใช้ชีวิตของนักศึกษาได้สะท้อนให้เห็นดังเช่นข้อมูลจาก วิเรืองรอง รัตนวิไลสกุล (2554) วิจัยรูปแบบการใช้ชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า การใช้ชีวิตของนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มก้าวหน้า และกลุ่มวิชาชีพ โดยนักศึกษาหญิงมีคะแนนเฉลี่ยรูปแบบการใช้ชีวิตในกลุ่มรูปแบบกิจกรรมมากกว่า นักศึกษาชาย ในขณะที่นักศึกษาชายมีคะแนนเฉลี่ยรูปแบบการใช้ชีวิตในกลุ่มเก็บตัวสูงกว่านักศึกษาหญิง ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่านักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกับมีรูปแบบการใช้ชีวิตในกลุ่มก้าวหน้ากลุ่มวิชาการและกลุ่มวิชาชีพแตกต่างกัน

อย่างไรก็ดียังมีข้อมูลจากการวิจัยที่ศึกษาพบว่าอาชีพนักมวยมีความเสี่ยงอยู่หลายประการดังผลการวิจัยของ พรพิมล เชวงศักดิ์โสภาคย์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องนักมวยอาชีพเสี่ยงภัยที่ถูกมองข้ามด้านความปลอดภัยพบว่านักมวยเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยสูง อาจกล่าวได้ว่า นักมวยเป็นอาชีพเสี่ยงภัยที่ถูกมองข้ามด้านความปลอดภัยเพราะการชกมวยแต่ละครั้งนำมาซึ่ง

การบาดเจ็บ และเจ็บป่วยสะสม ยิ่งประกอบอาชีพหนักมามากเป็นเวลานานๆ ความเสี่ยงต่อชีวิต
สมองได้รับการกระทบกระเทือน ตาบอด และสูญเสียความจำสูงมาก

สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับสภาพชีวิตของคนทั่วไป นักศึกษาและนักมวยจะเป็นตัวแปร
เกี่ยวกับ การใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย
ค่าใช้จ่าย ความเครียดและความวิตกกังวลเป็นต้น

งานวิจัยเกี่ยวกับศิลปะมวยไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยในประเทศไทยขณะนี้

งานวิจัยด้านนี้เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์คุณค่าของมวยไทย หลักสูตร การเรียนการสอน
สอน ครูมวยไทยดังที่เฉลิม อุ่นทอง (2547) ได้ทำวิจัย เรื่องมวยไทยยุคโลกาภิวัตน์ การวิจัยมี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทย และศึกษากระบวนการ
ถ่ายทอดศิลปะมวยไทยในยุคโลกาภิวัตน์ดำเนินการวิจัยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทั้งปฐมภูมิและทุติย
ภูมิ เก็บข้อมูลโดยวิธีสังเกตและสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง 5 สนาม ได้แก่ โรงเรียนนายร้อย
ตำรวจค่ายมวยศศิประภาลัยมศูนย์สอนศิลปะมวยไทยด้านภยยาเสพติด โรงเรียนมวยไทยและสนาม
มวยเวทีลุมพินี แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนา วิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า
ระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยมีทั้งการยกครูหรือการมอบตัวเป็นศิษย์การรำรำ
ไหว้ครู การแต่งกายของนักมวยไทยเครื่องรางของขลัง วงดนตรี และดนตรีที่บรรเลงประกอบการชก
มวยไทยและกระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยมีวิวัฒนาการมาหลายร้อยปีตั้งแต่สมัยสุโขทัย ถึงแม้
จะมีความแตกต่างกันบ้างทั้งในเรื่องการยกครู คือ เมื่อสมัยก่อนต้องทำทุกครั้งก่อนมีการถ่ายทอด
ศิลปะมวยไทย แต่ปัจจุบันการยกครูเป็นบางแห่งการรำรำไหว้ครูก่อนการชกของนักมวยซึ่งสมัยก่อน
พิธีพิถีพิถันมาก แต่ปัจจุบันแสดงการรำรำไหว้ครูไปเพราะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติต่อกันมาเท่านั้น ไม่นั้น
มากนักในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง สมัยก่อนนับถือและเชื่อมากแต่ปัจจุบันไม่เชื่อ
มากนัก วงดนตรีที่บรรเลงประกอบการชกมวยไทยสมัยก่อนบรรเลงกันสดๆ แต่ปัจจุบันมีการแสดงสด
บ้าง แต่ก็มีบางสนามที่ใช้วิธีการเปิดแถบบันทึกเสียงหรือแผ่นบันทึกเสียงแทนการบรรเลงสด ในเรื่อง
การแต่งกายสมัยก่อนไม่มีกติกากำหนด ปัจจุบันให้มีการสวมสวมกางเกงตามสีมุมของตนเอง
สวมกระชับ ในสมัยก่อนใช้อาวุธมวยไทยครบทั้งหมด เท้า เข่า ศอก ปัจจุบันใช้เฉพาะที่นักมวยถนัด
เท่านั้น อาวุธมวยไทยใช้ไม่ครบระบบแบบแผน และประเพณีของศิลปะมวยไทยในปัจจุบัน
เปลี่ยนแปลงไป เพราะจุดมุ่งหมายของถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเปลี่ยนไปจากเดิม คือ แต่เดิมมี
จุดมุ่งหมายเพื่อการเป็นนักรบเพียงอย่างเดียวปัจจุบันนักมวยและครูมวยจะมุ่งฝึกการใช้อาวุธที่ทำให้
ได้คะแนนมากที่สุด เนื่องจากผู้จัดการแข่งขันชกมวยไทยจะต้องจัดการแข่งขันชกมวยไทยตามความ
นิยมของผู้ชม ทำให้หัวหน้าค่ายมวยต้องผลิตนักมวยตามความต้องการของผู้ชม และผู้จัดการแข่งขัน
ชกมวยไทย การศึกษากระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยยุคโลกาภิวัตน์จากกลุ่มตัวอย่างพื้นที่
ภาคสนาม 5 สนาม พอสรุปได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยทั้ง 5 สนาม มีความแตกต่างกันคือ มีทั้ง
ใช้ป้องกันตนเองและช่วยเหลือผู้อื่นในหน้าที่ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ เพื่อเป็นการออกกำลังกาย เพื่อ
อนุรักษ์แม่ไม้มวยไทย เพื่อสร้างนักมวยอาชีพและอนุรักษ์ศิลปะมวยไทยเผยแพร่วัฒนธรรมการชก

มวยไทย เพื่อสร้างครูมวยไทย เพื่อสร้างกรรมการตัดสินมวยไทย ผู้รับการถ่ายศิลปะมวยไทยก็เช่นกัน มีความแตกต่างกัน คือ นายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2 ผู้ที่สนใจทั่วไปผู้ชมการแข่งขันชกมวยไทยก็ถือว่าเป็นผู้รับการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเช่นกัน ลักษณะวิชาการถ่ายทอดศิลปะมวยไทย มีทั้งการกำหนดหลักสูตรไว้แน่นอน และไม่กำหนดหลักสูตรครูมวยสอน จากประสบการณ์และสอนไปตามที่ผู้เรียนสนใจ เพื่อรับรองวัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดเนื้อหาที่ถ่ายทอดมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติสำหรับภาคทฤษฎีสอนประวัติมวยไทย สอนการเป็นกรรมการตัดสินมวยไทย ภาคปฏิบัติ สอนการไหว้ครูและศิลปะการใช้อาวุธมวยไทย สอนดนตรีที่บรรเลงประกอบการแข่งขันชกมวยไทย สอนการเป็นครูมวยไทย การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยให้ความสำคัญกับแบบแผนและทักษะการต่อสู้มากกว่าเรื่องคุณธรรมเน้นศิลปะการใช้อาวุธมวยไทยมากกว่าการร่ายรำไหว้ครู

2. วิธีการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเป็นถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนปฏิบัติตาม จากนั้นผู้เรียนฝึกฝนกันเองโดยมีครูคอยแนะนำแก้ไขสำหรับผู้ฝึกเป็นนักมวยอาชีพจะฝึกให้มีความทรหดอดทนของร่างกาย ตลอดจนการใช้อาวุธแม่ไม้มวยไทยที่คล่องแคล่วสำหรับการถ่ายทอด เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เน้นในเรื่องลีลาท่าทางที่มีความละเอียดอ่อน และสวยงาม นอกจากนี้การวิจัยพบว่าผู้เรียนศิลปะมวยไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับความมั่งคั่งอยู่คู่คุณครูบาอาจารย์ เคารพนับถือในตัวครู มีการเคารพระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง และเชื่อในเรื่องเครื่องรางของขลังอีกด้วย สำหรับสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดของครูมวยแก่ผู้เรียน ได้แก่ สิ่งพิมพ์หนังสือ ป้ายโฆษณาต่าง ๆ การแพร่สัญญาณภาพทางโทรทัศน์ วิดีทัศน์ เทปบันทึกเสียง และการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต มีการวัดและประเมินผล โดยการสอบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติหากเป็นการฝึก เพื่อเป็นนักมวยอาชีพวัดผลด้วยผลการชกแข่งขันบนเวที

ส่วนการวิเคราะห์คุณค่าของมวยไทยพบได้จากงานวิจัยของ อีระพล พบลาภ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์คุณค่าศิลปะมวยไทยพบว่า

1. คุณลักษณะไทยในศิลปะมวยไทย ประกอบด้วยความกตัญญูกตเวที ความสามัคคี ความมานะพากเพียร ความอดทนเข้มแข็งและการช่วยเหลือผู้อื่น เป็นคุณลักษณะที่แทรกอยู่ในเนื้อหาสาระของศิลปะมวยไทยทุกยุคทุกสมัย เป็นคุณลักษณะไทยที่สามารถพัฒนาผู้เรียนและฝึกฝนมวยไทยทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา ทำให้ผู้เรียนฝึกฝนมวยไทยเป็นคนดี มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

2. ศิลปะมวยไทยมีคุณค่าต่อการพัฒนาและสร้างเสริมความเข้มแข็งทางด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและศาสนา และด้านการศึกษา ทำให้ประเทศไทยดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพและมีความสุขมาจนถึงปัจจุบัน โดยคุณค่าของศิลปะมวยไทยในแต่ละด้านอาจปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและบริบททางสังคม

3. การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยในอดีตเป็นไปตามวิถีชีวิตในสังคม ผู้ถ่ายทอดคือ พระครูตามสำนัก/ค่าย ครูในวัง สถานที่ถ่ายทอดคือ วัด วัง สำนัก/ค่าย สำนักฤาษี ในปัจจุบันมีการถ่ายทอดในสถานบันการศึกษา และตามสำนัก/ค่ายเท่านั้น ความรู้ที่ถ่ายทอดคือ ความรู้ด้านทักษะการต่อสู้ ความรู้ด้านคุณธรรม ครูจะเป็นต้นแบบที่ถูกต้องในการถ่ายทอดและให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง วัดผลและประเมินผลโดยพิจารณาจากความสามารถในการต่อสู้ได้จริง ส่วนในสถาบันการศึกษาจะมีการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ครูผู้สอนมักจะสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนให้ไม่เครียด มีความสนุกสนานแต่ก็มีระเบียบวินัยด้วย

คุณค่าดังกล่าวสะท้อนผ่านศาสตร์และศิลป์ด้านมวยไทยไว้อย่างชัดเจนไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะของความสามัคคี ความกตัญญู ตลอดจนความเข้มแข็งและมีวินัยมีกระบวนการผ่านครูมวยไทยในแต่ละที่จนถึงมาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพจากงานวิจัยจากวีรพล วิเศษศิลป์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพจากมาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ ประกอบด้วย มาตรฐานหลัก 5 มาตรฐาน 5 องค์ประกอบ 25 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 1 ทักษะของครูมวยไทยอาชีพ 7 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2 ความรู้ด้านความเป็นครู 5 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 3 คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ 6 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 4 ความรู้ด้านการปฏิบัติงาน 4 ตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบที่ 5 อุปนิสัยครูมวยไทย 3 ตัวบ่งชี้ โดยองค์ประกอบสมรรถนะวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ตัวแปรได้มากที่สุด ร้อยละ 33.783 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกองค์ประกอบ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก และองค์ประกอบที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ สูงร้อยละ 50 คือ องค์ประกอบสมรรถนะวิชาชีพ องค์ประกอบความรู้ ตามลำดับ กำหนดค่าน้ำหนักการประเมินตามความสำคัญขององค์ประกอบ และให้นำมาใช้ประเมินเพื่อการรับรองมาตรฐานในการประกอบวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพทุก 5 ปี

นอกจากนี้ยังมีผลการวิจัยการบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์มวยไทย ที่สะท้อนเรื่องการประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศของ วีระ กัจฉปศรินทร์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์ศิลปะมวยไทยแห่งชาติ พบว่า

1. รูปแบบการบริหารศูนย์อนุรักษ์ศิลปะมวยไทยแห่งชาติที่ได้พัฒนาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ 8 องค์ประกอบ ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านงบประมาณและเงินสนับสนุน องค์ประกอบด้านบุคลากร องค์ประกอบด้านการสร้างภาคีเครือข่ายกิจกรรมส่งเสริมมวยไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ องค์ประกอบด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน องค์ประกอบด้านวัสดุ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบด้านกระบวนการบริหารจัดการ องค์ประกอบด้านองค์ประกอบด้านระบบฐานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบด้านด้านหลักธรรมาภิบาล ขวัญและกำลังใจ

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการอนุรักษ์มวยไทยแห่งชาติ มี 46 ตัวแปรประกอบด้วย องค์ประกอบด้านงบประมาณและเงินสนับสนุน จำนวน 7 ตัวแปร องค์ประกอบด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน จำนวน 6 ตัวแปร องค์ประกอบด้านระบบฐานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 ตัวแปร องค์ประกอบด้านการสร้างภาคีเครือข่ายกิจกรรมส่งเสริมมวยไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 4 ตัวแปร องค์ประกอบด้านหลักธรรมาภิบาล ขวัญและกำลังใจ จำนวน 5 ตัวแปร องค์ประกอบด้านบุคลากร จำนวน 5 ตัวแปร องค์ประกอบด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ตัวแปร และองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการ จำนวน 7 ตัวแปร

ตัวแปรดังกล่าวนี้บ่งชี้ว่าเกี่ยวข้องต่อการจัดการศูนย์อนุรักษ์มวยไทยแห่งชาติทั่วประเทศซึ่งมีจำนวน 33 ศูนย์รวมไปถึงงานวิจัยเกี่ยวกับการทดลองใช้รูปแบบการเรียนการสอนเพื่อการอนุรักษ์มวยไทยของสมานชัย ลีพรหมมา (2557) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการเรียนการสอนมวยไทยเพื่อการอนุรักษ์ พบว่า ผลการเปรียบเทียบการทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังการใช้รูปแบบการพัฒนาการเรียนการสอนมวยไทยเพื่อการอนุรักษ์ตามแผนการจัดการเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

หลังการใช้รูปแบบการสอนมวยไทยเพื่อการอนุรักษ์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 มีพฤติกรรมการเรียนรู้ไปในทางบวกผ่านเกณฑ์การประเมินร้อยละ 80 ทุกคนมีพฤติกรรมการอนุรักษ์ศิลปะมวยไทยโดยรวมอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 90.18 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือร้อยละ 80 โดยรวม นักศึกษามีทักษะมวยไทย เพื่อการอนุรักษ์อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 89.77 และผ่านเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ คือ ร้อยละ 80 ทุกคน และมีเจตคติต่อการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนมวยไทยเพื่อการอนุรักษ์โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยอาชีพสู่สากลพบได้จากงานวิจัยของ ศิริภพ รัตนสุบรรณ (2557) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การจัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพสู่สากล กรณีศึกษาวันทรงชัย พบว่า การจัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพที่มีคุณภาพให้เป็นที่ยอมรับของผู้เข้าชมการแข่งขัน ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้จัดการแข่งขันในการประกบคู่มวยขึ้นชกคุณลักษณะสำคัญของการเป็นผู้จัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพการบริหารกิจการมวยไทยอาชีพ เป็นการจัดการธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่ต้องมีการวางแผนในการทำงานผู้จัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพจะต้องดูแลบุคคลที่เกี่ยวข้องในการจัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพด้วยความรักและความเข้าใจ

การวิจัยดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการจัดมวยไทยให้สามารถเป็นผู้นำและไปสู่สากล เพราะว่ามีมาตรฐานจนเป็นที่ยอมรับ

งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยธุรกิจค่ายมวยไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยสำเร็จธุรกิจค่ายมวยไทย พบว่าปัจจัยสำเร็จต่างๆมีดังนี้

เฉลิม ชัยวัชรารณ และคณะ (2552) วิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยของนักกีฬามวยสากลสมัครเล่นที่เป็นความหวังของประเทศไทย พบว่า มีปัจจัยสำเร็จดังนี้

ปัจจัยด้านการบริหารปัจจัยด้านงบประมาณปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยระบบการค้นหาและคัดเลือกนักกีฬาปัจจัยระบบวิทยาศาสตร์การกีฬา ปัจจัยระบบการเตรียมและระหว่างการแข่งขัน

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นสะท้อนถึงระบบความเป็นเลิศของมวยสากลที่เป็นความหวังในการแข่งขันระดับโลกแต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยที่บอกแนวทางการพัฒนานักกีฬาไปสู่ความเป็นเลิศได้ โดย สำนักวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2552) ได้วิจัยสรุปแนวทางการพัฒนากีฬาไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อกีฬาอาชีพ ดังนี้ คือ การพัฒนาความสามารถของนักกีฬา(การคัดเลือกนักกีฬาการพัฒนาทักษะ การฝึกซ้อม เชื้อเพลิงการสร้างควาณิยม การสร้าง Fan clubรณรงค์สร้างกระแส โดยมี Modeling เป็นผู้นำ) จัดสรรสนามการแข่งขันและสนามฝึกซ้อม(รัฐสนับสนุน) ภาครัฐให้การสนับสนุน(สนับสนุนสนามแข่งขันรวมกับการฝึกซ้อมอบรมบุคลากรจัดองค์กรสนับสนุนและควบคุมดำเนินการเสียภาษีลดหย่อนภาษีได้ตามที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนการนำหลักวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้องค์กรรับผิดชอบอย่างมืออาชีพการตลาดและสิทธิประโยชน์

แนวทางดังกล่าวจัดว่าเป็นปัจจัยสำเร็จนำไปสู่ความเป็นเลิศได้ทั้งระบบและเป็นไปตามมาตรฐานดังผลการวิจัยของอนุวัฒน์ ถืออยู่(2554) ได้วิจัยและพัฒนามาตรฐานค่ายมวยไทย พบว่ามีองค์ประกอบ 9 ด้าน คือมาตรฐานด้านการบริหารค่ายมวยไทยมาตรฐานด้านการฝึกซ้อมและอุปกรณ์การฝึกซ้อมมาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ในการพัฒนาความสามารถนักมวยมาตรฐานด้านการอนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะมวยไทยมาตรฐานด้านการจัดสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก

สะดวกปลอดภัยมาตรฐานด้านกาส่งเสริมความรู้และการพัฒนาตนเอง ให้แก่นักมวย และบุคลากรที่เกี่ยวข้องมาตรฐานด้านการจัดการแข่งขันของนักมวยมาตรฐานด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและแนวทางตามพรบ.กีฬามวย พศ. 2542 และมาตรฐานด้านเกียรติประวัติค่ายมวย

ในขณะเดียวกันก็มีงานวิจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวยต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยของเตชิตา ไชยอ่อน (2558) ศึกษากลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักมวยชาวต่างชาติ มีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยระดับสูงสุด และรายด้านดังนี้

1. ด้านการเอาใจใส่
2. ด้านการให้ความมั่นใจ
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ
4. ด้านการเป็นรูปธรรมของการให้บริการ
5. ด้านคุณภาพการให้บริการ
6. ด้านความน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยมี 3 ด้าน คือ

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด
3. ด้านราคา

งานวิจัยข้างต้นถือว่าเป็นงานวิจัยที่เป็นตัวอย่างสำหรับตัวแปรด้านการศึกษาความคาดหวังและความสำเร็จของการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังมีคู่มือมาตรฐานค่ายมวยไทยที่ได้จัดทำขึ้นมาใช้ในการบริหารค่ายมวยไทยสู่สากลซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทยอาชีพดังที่

สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย (2558) ได้กำหนดตัวแปรมาตรฐานค่ายมวยมี 9 มาตรฐานดังนี้

มาตรฐานที่ 1 โครงร่างพื้นฐานค่ายมวยไทยอาชีพสภาพแวดล้อมด้านการจัดการ ปัจจัยแห่งความสำเร็จอาคารสถานที่และอุปกรณ์การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องสภาพการณ์ของค่ายมวยไทยอาชีพด้านสภาพแวดล้อมการแข่งขันบริบทเชิงกลยุทธ์ระบบการปรับปรุงมาตรฐานที่ 2 การบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่ายมวย หัวหน้าค่ายมวยนำค่ายมวยไทยอาชีพอย่างมืออาชีพการสื่อสารและการดำเนินการของค่ายมวยไทยอาชีพการกำกับ ดูแล ความรับผิดชอบต่อวงการมวยการปฏิบัติตามกฎหมายและจริยธรรมการรับผิดชอบต่อสังคมและสนับสนุนชุมชนการบริหารจัดการค่ายมวยไทยอาชีพที่สอดคล้องกับพรบ.มวยไทย 2542การให้มีสวัสดิการ แก่นักมวย ผู้ฝึกสอน หรือบุคคลอื่นของหัวหน้าค่ายมาตรฐานที่ 3 การบริหารแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพการจัดทำแผนกลยุทธ์การถ่ายทอดกลยุทธ์เพื่อนำไปปฏิบัติการติดตามความก้าวหน้าและการประเมินผลมาตรฐานที่ 4 การผูกพันกับลูกค้าการสร้างวัฒนธรรมที่เน้นลูกค้าเสียงของลูกค้าการวิเคราะห์และใช้ข้อมูลลูกค้าให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานและการพัฒนาค่ายมวยไทยมาตรฐานที่ 5 การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ การ

ทำนุบำรุงอนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะแม่ไม้มวยไทยการวัด การวิเคราะห์ การปรับปรุง ผลดำเนินการของค่ายมวยไทยอาชีพการจัดการสารสนเทศ ความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศการจัดการทรัพยากรสารสนเทศ และเทคโนโลยีทำนุบำรุง อนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะแม่ไม้มวยไทยมาตรการที่ 6 การบริหารและการพัฒนานักมวย และบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพความผูกพันของบุคลากรการพัฒนานักมวย บุคลากร ของค่ายมวยการประเมินความผูกพันของบุคลากรขีดความสามารถ และอัตรากำลังบุคลากรของค่ายมวยบรรยากาศ การฝึกซ้อม ของนักมวย และการปฏิบัติงานบุคลากรมวยการจัดการสถานที่ อุปกรณ์ อำนวยความสะดวก ที่พัก ความปลอดภัย และชีวอนามัยแก่นักมวยการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา และเทคโนโลยีกีฬา ในการพัฒนาสมรรถนะนักมวยสวัสดิการ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตนักมวย และบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพการจัดจรรยาบรรณของนักมวย และบุคลากรมวยการติดตาม ความก้าวหน้าและการประเมินผล การปฏิบัติงานของนักมวย หัวหน้าค่ายครูมวยมาตรการที่ 7 การจัดกระบวนการดำเนินการที่สำคัญ และกระบวนการสนับสนุนของค่ายมวยไทยอาชีพการออกแบบโครงการสร้างการบริหารจัดการค่ายมวยไทยอาชีพการจัดการกระบวนการทำงานที่สำคัญของค่ายมวยไทยอาชีพด้านการบริหารจัดการทำกระบวนการประชาสัมพันธ์ การสร้างแฟนคลับและความนิยมของค่ายมวยการจัดการกระบวนการทำงานที่สำคัญของค่ายมวยไทยอาชีพด้านกระบวนการจัดการธุรกิจและสิทธิประโยชน์ของค่ายมวยไทยอาชีพการจัดการกระบวนการสนับสนุนการสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่อง และการเตรียมความพร้อมภาวะฉุกเฉินมาตรฐานที่ 8 การจัดทำรายการผลการดำเนินงานประจำปีและการประเมินผลลัพธ์ค่ายมวยไทยอาชีพผลลัพธ์การดำเนินการประจำปี ด้านผลผลิตผลลัพธ์การดำเนินงานประจำปี ที่มุ่งเน้นลูกค้าผลลัพธ์การดำเนินงานประจำปี ด้านการเงินและการตลาด

จากงานวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่ามวยไทยเป็นศิลปะทางวัฒนธรรมที่สามารถเรียนรู้ เพื่อประโยชน์ด้านการสร้างเสริมสมรรถภาพร่างกายด้านจิตใจสติปัญญา อารมณ์ สังคม ฝึกเพื่อใช้ในการต่อสู้ป้องกันตัวช่วยเหลือผู้อื่น และการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาของชาติไทยอีกมิติหนึ่ง เพื่อเป็นอาชีพเป็นเชิงพาณิชย์ ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกีฬามวยไทยมากขึ้น แต่ก็ยังขาดแนวทางรูปแบบที่เป็นธุรกิจมาตรฐานหรือความเป็นสากล โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่แท้จริงและเกี่ยวข้อง อีกทั้งด้านนโยบายของภาครัฐภาคเอกชนขาดความต่อเนื่องจริงจังในการพัฒนามวยไทยเป็นกีฬาอาชีพ ดังนั้นการศึกษาพัฒนาเกี่ยวกับกีฬามวยไทยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาสมัครเล่น กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ ซึ่งเป็นพื้นฐานการพัฒนาสู่กีฬาอาชีพในการพัฒนากีฬาให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการก็ประสบปัญหามากมายทั้งด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวปัญหาอุปสรรคในการพัฒนากีฬา อาชีพนักกีฬาคนหนึ่งที่มีความสามารถแข่งขันเป็นอาชีพจะมีผู้เกี่ยวข้องหรือร่วมงานเป็นทีมงานสามารถสร้างเป็นรายได้เป็นธุรกิจได้ กล่าวโดยสรุปกีฬาอาชีพต้องมีเกณฑ์มาตรฐานเป็นระบบ เป็นกระบวนการสากล ใช้หลักการตลาดกีฬา (Sport Marketing) มาประยุกต์ใช้กับอาชีพธุรกิจกีฬาบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในโลกของการแข่งขันย่อมมีการพัฒนารูปแบบและการอนุรักษ์ศิลปะมวยไทยให้สู่ระดับสากลสู่ระดับโลกในอนาคตต่อไป

งานวิจัยต่างประเทศ

มีงานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยดังนี้

เมเยอร์ (Meyers,Tony,2013) ได้ศึกษาเทคนิคการชกมวยไทยของนักมวยไทยเปรียบเทียบกับนักมวยชาวอังกฤษในแง่การวิเคราะห์และทำตามแบบ โดยศึกษาจากนักมวยไทยและประเทศอังกฤษจำนวนอย่าง 16 คนจำนวน 32 คนโดยการศึกษาข้ามวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ซึ่งมีความแตกต่างกันใช้รูปแบบการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่านักมวยไทยใช้อาวุธเตะไชการรุกและรับมากกว่านักมวยชาวอังกฤษโดยเฉพาะเข้าในการรุก มีการเตะตรงบริเวณลำตัวมากกว่านักมวยชาวอังกฤษ มีการถีบตรงและจับขามากกว่านักมวยชาวอังกฤษแต่นักมวยชาวอังกฤษมีแนวโน้มใช้อาวุธอื่นๆที่หลายหลายในการป้องกันตัว

แจน,อรอน (Jahnmaaron,2014) ได้ศึกษาค่ายมวยไทยที่ดีที่สุดพบว่ามี 13 ลักษณะคือ ความสะอาด ความปลอดภัย อุปกรณ์ดีมีคุณภาพ ช่องว่างในการใช้อุปกรณ์ฝึกซ้อม เทรนเนอร์ชั้นดี สัดส่วนผู้เรียนต่อผู้ฝึกสอน 1 ต่อ 3 บรรยายการเรียนการสอน

ผู้ช่วยผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ เครือข่ายดี วินัยดี ราคายุติธรรม เอาใจใส่ผู้เรียน สนับสนุนคุณภาพสิ่งแวดล้อมดี

สรุปจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่ามวยไทยเป็นศิลปะทางวัฒนธรรมเป็นมรดกที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาติไทยที่ได้สั่งสมมาและได้มีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องตามยุคสมัยจากอดีตถึงปัจจุบันที่สามารถฝึกทักษะศิลปะมวยไทยได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ เพื่อประโยชน์ด้านการสร้างเสริมสมรรถภาพร่างกายด้านจิตใจสติปัญญาอารมณ์ สังคม ฝึกเพื่อใช้ในการต่อสู้ป้องกันตัวช่วยเหลือผู้อื่น และการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาของชาติไทยอีกมิติหนึ่ง เพื่อเป็นอาชีพเป็นเชิงพาณิชย์ ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกีฬามวยไทยมากขึ้น แต่กี่ยังขาดแนวทางรูปแบบที่เป็นธุรกิจมาตรฐานหรือความเป็นสากล โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่แท้จริงและเกี่ยวข้องอีกทั้งด้านนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนขาดความต่อเนื่องจริงจังในการพัฒนามวยไทย และที่สำคัญคือ ขาดกลยุทธ์ที่ถูกต้องในอันที่จะสนองต่อพฤติกรรมที่เกิดจากพื้นฐานความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริงรวมไปถึงช่องทางประกอบที่เป็นปัจจัยทางธุรกิจที่ทำนายความสำเร็จของค่ายมวยในสายตาของนักท่องเที่ยวนักชกมวยต่างประเทศมาใช้ประโยชน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจัดทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ใช้หลักการตลาดกีฬา (Sport Marketing) มาประยุกต์ใช้บริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนำมวยไทยไปสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) มีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เพื่อยืนยันและอธิบายผลให้ชัดเจน ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน โดยจะเริ่มจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพก่อนเพื่อค้นหาชุดความรู้เกี่ยวกับสภาพการดำเนินชีวิตของนักมวยชาวต่างประเทศด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีผู้ตอบคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ขั้นตอนในการศึกษาประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่ายมวยไทยจำนวน 3,957 ค่าย จาก 5 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ เวทีมวยราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย และเวทีมวยช่อง 7 สี โดยมีเงื่อนไขในการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 เกณฑ์ในการคัดเลือกอาสาสมัคร

1. สามารถสื่อสารเข้าใจความหมาย ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนได้
2. เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ

1.2 เกณฑ์การคัดเลือกค่ายมวยและเวทีมวยไทย

1. เป็นค่ายมวยและเวทีมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. เข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสมัครใจ

1.3 การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่ายมวยไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศ ดังนี้

1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่ายมวยไทย แต่เนื่องจากประเทศไทยยังไม่เคยมีการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ดังนั้นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณ โดยกำหนดจากค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด ดังสูตร (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2544)

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างในที่นี่กำหนดที่ระดับ 5%

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด

Z = ค่าระดับความเชื่อมั่น ในที่นี่กำหนดไว้ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95%
 Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{(.60)(1-.60)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.60)(.40)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.60)(.40)(3.8416)}{.0025}$$

$$n = 368 \text{ คน}$$

เพื่อเป็นการป้องกันผู้สูญหายและผิดพลาดของข้อมูล จึงได้มีการคำนวณปรับเพิ่มขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยในการศึกษานี้คาดว่าจะมีผู้ตกสำรวจร้อยละ 11 โดยใช้สูตรดังนี้ (อรุณ จิรวัดน์, 2551)

$$n_{\text{adj}} = \frac{n}{(1 - R)^2}$$

โดยกำหนดให้

n_{adj} = ขนาดตัวอย่างที่ปรับแล้ว

n = ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง = 368

R = สัดส่วนการสูญหายจากการติดตาม = 0.11

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n_{\text{adj}} &= \frac{368}{(1 - 0.11)^2} \\ &= 464.6 \\ &= 465 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นในการศึกษานี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 465 คน

1.3.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐาน และรองรับชาวต่างประเทศ แต่เนื่องจากประเทศไทยยังไม่เคยมีการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ดังนั้นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณ โดยกำหนดจากค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมดดังสูตร (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2544)

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างในที่นี่กำหนดที่ระดับ 5%
 P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด
 Z = ค่าระดับความเชื่อมั่น ในที่นี่กำหนดไว้ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95%
 Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{(.60)(1-.60)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.60)(.40)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.60)(.40)(3.8416)}{.0025}$$

$$n = 368 \text{ คน}$$

เพื่อเป็นการป้องกันผู้สูญหายและผิดพลาดของข้อมูล จึงได้มีการคำนวณปรับเพิ่มขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยในการศึกษาครั้งนี้คาดว่าจะมีผู้ตกสำรวจร้อยละ 3 โดยใช้สูตรดังนี้ (อรุณ จิรวัดน์, 2551)

$$n_{\text{adj}} = \frac{n}{(1 - R)^2}$$

โดยกำหนดให้

$$n_{\text{adj}} = \text{ขนาดตัวอย่างที่ปรับแล้ว}$$

$$n = \text{ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรคำนวณขนาดตัวอย่าง} = 368$$

$$R = \text{สัดส่วนการสูญหายจากการติดตาม} = 0.03$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร} \quad n_{\text{adj}} &= \frac{368}{(1 - 0.11)^2} \\ &= 399.3 \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

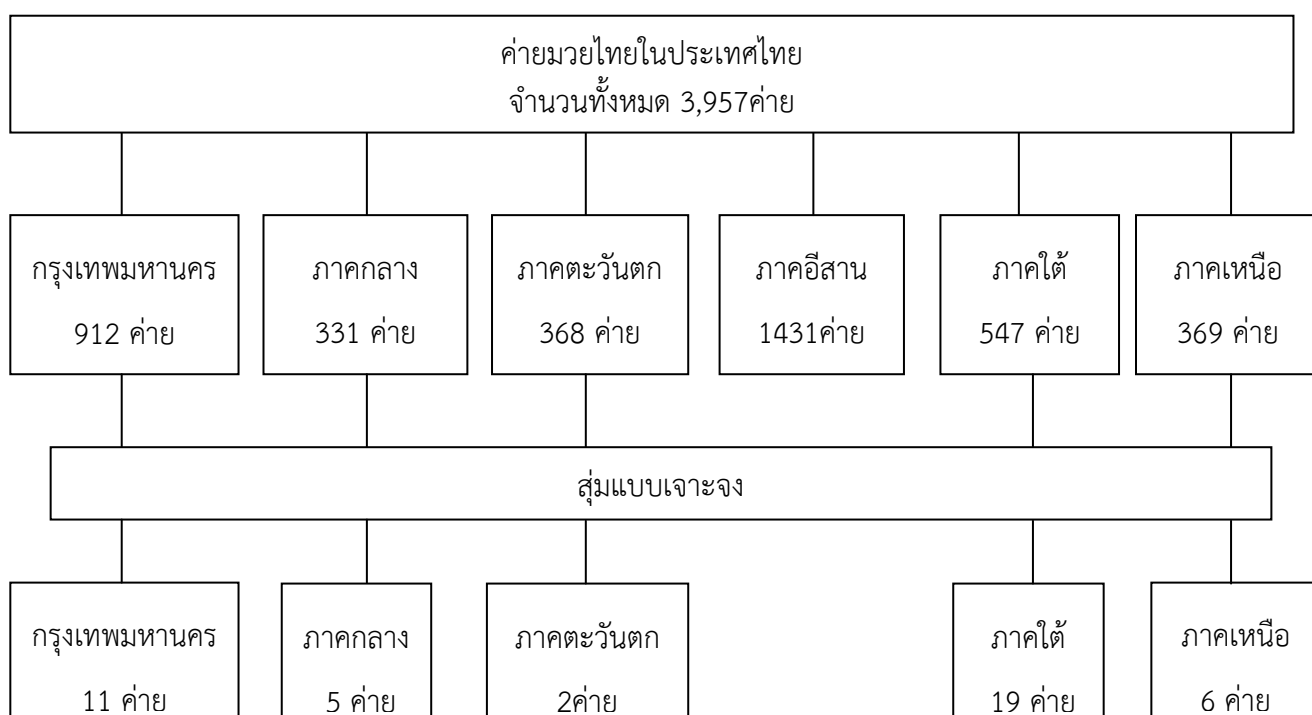
การศึกษานานวิสัยครั้งนี้แบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่ายมวยไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศดังนี้

1.3.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่ายมวยไทยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi - Stage Sampling)จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทยทั่วประเทศจำนวน 3,957 ค่าย จาก 5 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาแพรวการกีฬาแห่งประเทศไทย, 2558) ซึ่งแบ่งขั้นตอนการสุ่มได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจค่ายมวยไทยทั่วประเทศจำนวน 3,957 ค่าย ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาแพรวการกีฬาแห่งประเทศไทย, 2558)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มเลือกค่ายมวยที่รองรับชาวต่างประเทศ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งภาคอีสานไม่ทำการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่มีค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพราะเป็นช่วงที่ไม่ใช่เทศกาลท่องเที่ยว ดังนั้นจึงได้จำนวนค่ายมวยทั้งหมด 43 ค่ายตามภาพที่ 208

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญพบ (Accidental sampling) และเทียบบัญชีผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละค่าย ตามตารางที่ 2



ภาพที่ 212 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทย

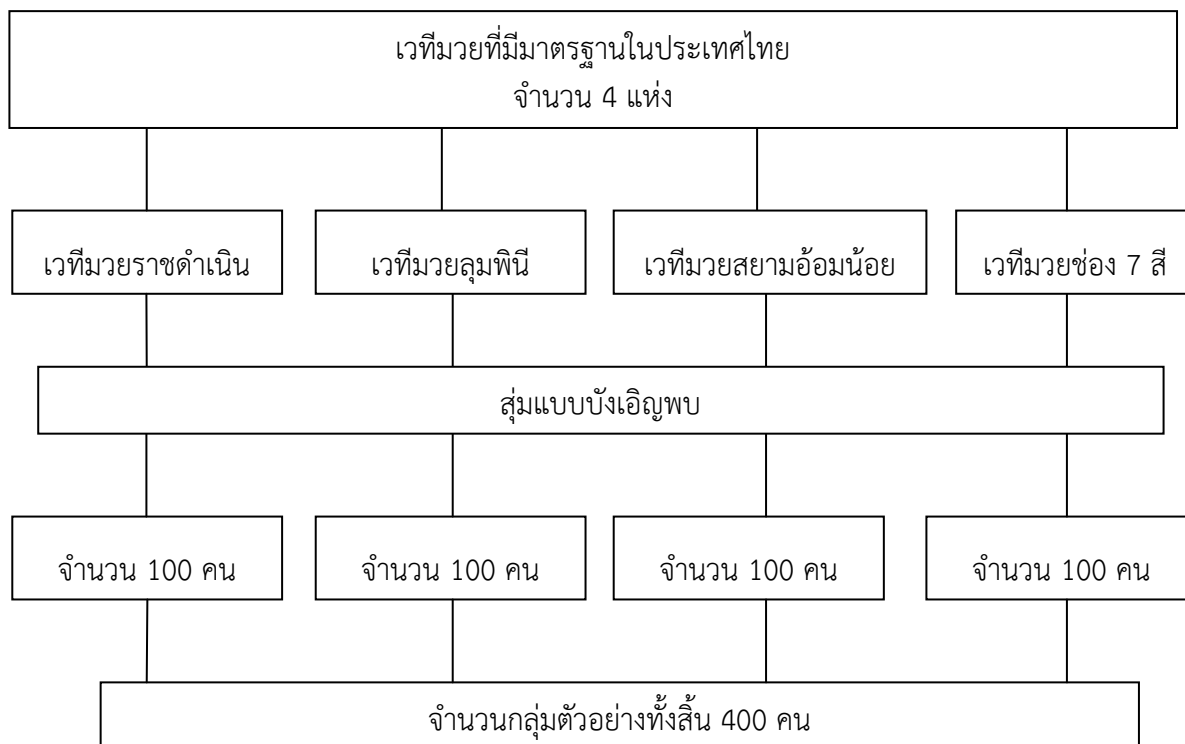
ตารางที่ 2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแยกตามภาคและค่ายมวย

ภาค	ค่ายมวย	จำนวน (คน)
กรุงเทพมหานคร	ไฟท์ติ้ง สปีริท ยิม (Fighting Spirit Gym)	
	อิลิทไฟท์ คลับ (Elite Fight Club)	11
	ค่ายมวยเกียรติกำธร (Keatkhamtorn Gym)	11
	ค่ายมวยหยกขาวแสนชัย (Yokkao Training Center)	11
	คองสิทธา มวยไทย (Khongsittha Muay Thai)	11
	แม็กซ์สปอร์ตยิม (Max Sport Gym)	11
	แสนชัย พี.เค.แสนชัยมวยไทยยิม (PK. Saenchai Muaythai Gym)	11
	ค่าย ส.รื่นรมย์ (Sor Ruenrom Muay Thai)	11
	ค่ายมวยแสงมรกต (Saengmorakot Gym)	11
	ค่ายมวยศศิประภา ยิม (Sasiprapa Muaythai Gym)	11
	ค่ายมวยลูกทัพฟ้า (LukTupFah Camp - Muay Thai)	11
รวม		121
ภาคที่ 1 ภาคกลาง		
สมุทรปราการ	มาสเตอร์ทอทดี้ยิม	11
ปทุมธานี	โรงเรียนมวยไทย (รังสิต)	11
พัตยา	ค่ายมวยศิษย์ยอดธง	11
	สุดสาครมวยไทยยิม	11
	ค่ายมวยเพชรรุ่งเรือง	11
รวม		55
ภาคที่ 2 ภาคตะวันตก		
ราชบุรี	ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	11
กาญจนบุรี	ค่ายมวยศิษย์มนชัย	11
รวม		22
ภาคที่ 3	ไม่มีค่ายมวยรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	-
ภาคที่ 4 ภาคใต้		
สุราษฎร์ธานี	ซูเปอร์โปร สมุย (Superpro Samui)	11

ตารางที่ 2 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแยกตามภาคและค่ายมวย(ต่อ)

	รายการภาค	จำนวน
	ค่ายจุลมวยไทย	11
	ค่ายมวยเพชรบูรณ์	11
	ค่ายมวยแจ้ห่มมวยไทย	11
	ค่ายมวยเวชพินโย	11
	ลัมย์มวยไทย	11
	เจริญทองมวยไทย	11
ภูเก็ต	สุมาลี บ็อกซิ่งยิม	11
	ศิษย์หนุ่มน้อย	11
	ป่าตอง บ็อกซิ่งยิมเทรนนิ่งแคมป์	11
	เชิงทะเล มวยไทย แอนด์บันดาศักดิ์ ยิม	11
	สุวิทย์ มวยไทย เทรนนิ่ง แคมป์	10
	ไทเกอร์ มวยไทย แอนด์ มิกซ์มาเซียล อาร์ท	10
	ดราagoon มวยไทย (Dragon Muay Thai)	10
	สุภามวยไทยยิม	10
	ชินปี่มวยไทย	10
	อิลิท มวยไทย	10
	ไลออน มวยไทยยิม (Lion Muaythai Gym)	10
พังงา	ลาวายมวยไทยยิม	10
รวม		201
ภาคที่ 5 ภาคเหนือ		
เชียงใหม่	หงษ์ทองมวยไทยยิม (Hongtong Muaythai Gym)	11
	ลานนามมวยไทยยิม (Lanna Muaythai Gym)	11
	สันไต้มวยไทยยิม (Santai Muaythai Gym)	11
	ทีมควีส มวยไทย ยิม (Teamquest Muaythai Gym)	11
	เค ซี มวยไทย (KC Muaythai Gym)	11
	ชาญชัยมวยไทยยิม (Chanchai Muaythai Gym)	11
รวม		66
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น		465

1.3.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานใช้วิธีการเก็บจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศ จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ เวทีมวยราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย และเวทีมวยช่อง 7 สี จำนวนทั้ง 400 คนโดยสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญพบ (Accidental sampling) โดยมีขั้นตอนการสุ่มดังนี้



ภาพที่ 213 ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 การสร้างเครื่องมือ

2.1.1. ศึกษาเนื้อหา แนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

2.1.2 กำหนดจุดมุ่งหมายและขอบเขตของเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการแต่ละตัวแปรและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1.3 สร้างแบบสอบถามและกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อและมีความตรงกับทฤษฎีที่ใช้

2.2 การทดสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหา (Content validity)

นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ ดร.วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้ อาจารย์ ดร.วรเดช ช้างแก้ว และอาจารย์ ดร.วิวัฒน์ วรวงษ์ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ตรงตามเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหาตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และความเข้าใจของภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม หลังจากผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและเครื่องมือที่ใช้มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ก่อนนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือต่อไป

2.3 การทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability)

2.3.1 ทดสอบเครื่องมือโดยการนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยที่อดิติม จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งให้แบบสอบถามมีคุณภาพตามเกณฑ์และประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) เลือกใช้ข้อคำถามรายข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

2.3.2 การวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ไม่ควรน้อยกว่า 0.8 พบว่าด้านความคาดหวังในการเรียนมวยไทย ด้านความจริงที่พบในการเรียนมวยไทยปัจจัยสำเร็จในการเรียนมวยไทยด้านเหตุผลในการตัดสินใจมาดุมวยไทยและปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96, 0.97, 0.98, 0.78 และ 0.86 ตามลำดับ

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 2 ชุด โดยชุดที่ 1 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ส่วนชุดที่ 2 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยจากเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศ ซึ่งแต่ละชุดมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

2.4.1.1 แบบถามชอบถามชุดที่ 1 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย โดยมีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปประกอบด้วยสถานภาพทั่วไป ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเทศที่อยู่อาศัย จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทย วิธีการเดินทางมาเรียนมวยไทย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ประกอบด้วย การใช้ชีวิตเกี่ยวกับการอยู่ในประเทศไทย ดังนี้ จำนวนวันที่อยู่ในประเทศไทย การติดต่อกับประเทศไทย ค่าใช้จ่ายในประเทศไทย สถานที่พักอาศัย อาหาร เทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การบริการ สุขภาพการบันเทิง สถานที่เรียนมวยไทย การบริหารจัดการค่ายมวยหลักสูตรที่เรียนมวยไทย ครูมวย/ผู้ฝึกสอน ความประทับใจต่อค่ายมวยบรรยากาศการเรียนมวยอุปสรรคในการเรียนมวยไทย ความเครียดและวิตกกังวล

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังในการเรียนมวยไทยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 14 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายจากค่าคะแนนความคาดหวังในการเรียนมวยไทยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน	4.56 - 5.00	เท่ากับ	มากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.56 - 4.55	เท่ากับ	มาก
ช่วงคะแนน	2.56 - 3.55	เท่ากับ	ปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.56 - 2.55	เท่ากับ	น้อย
ช่วงคะแนน	0 - 1.55	เท่ากับ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความจริงในการเรียนมวยไทยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 14 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายจากค่าคะแนนความจริงในการเรียนมวยไทยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน	4.56 - 5.00	เท่ากับ	มากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.56 - 4.55	เท่ากับ	มาก
ช่วงคะแนน	2.56 - 3.55	เท่ากับ	ปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.56 - 2.55	เท่ากับ	น้อย
ช่วงคะแนน	0 - 1.55	เท่ากับ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวยจำนวน 63 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 14 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มาก	เท่ากับ	4	คะแนน

ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน

น้อย เท่ากับ 2 คะแนน

น้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

การแปลความหมายจากค่าคะแนนปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน 4.56 - 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.56 - 4.55 เท่ากับ มาก

ช่วงคะแนน 2.56 - 3.55 เท่ากับ ปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.56 - 2.55 เท่ากับ น้อย

ช่วงคะแนน 0 - 1.55 เท่ากับ น้อยที่สุด

2.4.2.2แบบถามชอบถามชุดที่ 2 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาชมมวยไทยเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับชาวต่างประเทศ โดยมีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปประกอบด้วยสถานภาพทั่วไป ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเทศที่อยู่อาศัย ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย การเดินทางมาชมมวยไทย ประโยชน์ที่ได้รับจากการชมมวย

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจถามเกี่ยวกับช่องทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย ประกอบด้วย อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์/เว็บบอร์ด อินสตาแกรม/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ไลน์ทวิตเตอร์ วิทยุ หนังสือ เพื่อน/ญาติหรือคนรู้จัก นิทรรศการมวยไทย การแข่งขันชมมวยไทย นิติสาร หนังสือพิมพ์ และโฆษณาจากโปรแกรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 10 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้ดังนี้

มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน

มาก เท่ากับ 4 คะแนน

ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน

น้อย เท่ากับ 2 คะแนน

น้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

การแปลความหมายจากค่าคะแนนเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน 4.56 - 5.00 เท่ากับ มากที่สุด

ช่วงคะแนน 3.56 - 4.55 เท่ากับ มาก

ช่วงคะแนน 2.56 - 3.55 เท่ากับ ปานกลาง

ช่วงคะแนน 1.56 - 2.55 เท่ากับ น้อย

ช่วงคะแนน 0 - 1.55 เท่ากับ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับจำนวน 19 ข้อโดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ให้ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
มาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายจากค่าคะแนนเหตุผลในการตัดสินใจมาดูมวยไทยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ช่วงคะแนน	4.56 - 5.00	เท่ากับ	มากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.56 - 4.55	เท่ากับ	มาก
ช่วงคะแนน	2.56 - 3.55	เท่ากับ	ปานกลาง
ช่วงคะแนน	1.56 - 2.55	เท่ากับ	น้อย
ช่วงคะแนน	0 - 1.55	เท่ากับ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการประชาสัมพันธ์มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การจัดแพคเกจ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ อินสตาแกรม โซเชียลมีเดีย โทรทัศน์ นิทรรศการมวยไทย การจัดกิจกรรมมวยไทยในต่างประเทศ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และเครือข่ายมวยไทย

2.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 2 ชุด โดยชุดที่ 1 สัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยส่วนชุดที่ 2 สัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมวยไทยและการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละชุดมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

2.4.2.1 แบบสอบถามชุดที่ 1 สัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้เรียนมวยไทย ซึ่งในส่วนนี้จะมีเนื้อหาที่สำคัญได้แก่ การดำรงชีวิตประจำวัน วิธีการในการปรับตัว แรงจูงใจในการมาเรียนมวยไทย ปัญหาและอุปสรรคในระหว่างการเรียนมวยไทย ความเปลี่ยนแปลงหลังจากได้เรียนมวยไทย และหากต้องใช้มวยไทยมาโปรโมทการท่องเที่ยวควรมีวิธีการอย่างไร

2.4.2.2 แบบสอบถามชุดที่ 2 สัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศ ซึ่งในส่วนนี้จะมีเนื้อหาที่สำคัญได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับมวยไทย ทิศทางและโอกาสการพัฒนามวยไทยและการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตควรมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ขั้นเตรียมการ

1. ทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลในค่ายมวย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
2. ติดต่อประสานงานกับหัวหน้าค่ายมวยกลุ่มตัวอย่าง แนะนำตัว พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา
3. เตรียมผู้ช่วยวิจัยโดยชี้แจงวัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่าง เทคนิคและขั้นตอนในการเก็บข้อมูล

3.2 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพชีวิต ความคาดหวัง ความจริง และความสำเร็จในการเรียนมวยไทย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้รู้ที่สำคัญ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตัวแทนค่ายมวย ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยข้อมูลอีกประเด็นหนึ่งที่จะรวบรวมในขั้นตอนนี้คือ แนวทางการส่งเสริมการใช้นายมวยเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลจะเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวยในแต่ละภาคและกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเรียนมากที่สุดและบุคคลต่างๆ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น

อนึ่ง เพื่อให้สามารถตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล คณะวิจัยจะรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Small Groups discussion) พร้อมทั้งจะทำการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเพื่อตอบโจทย์สภาพการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

3.2.2. การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะใช้เป็นแนวทางเพื่อจัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตัวแทนค่ายมวย ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กล่าวคือ จะมีการกำหนดแนวคำถามให้ครอบคลุมถึงสาระเชิงเนื้อหาที่สามารถนำไปสู่การชี้้นำให้เกิดการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ได้จริง อนึ่งในการรวบรวมข้อมูลประเด็นนี้วิธีการรวบรวมข้อมูลจะใช้ทั้งวิธีการสัมภาษณ์เดี่ยวระดับลึก และการสนทนากลุ่มย่อยด้วย

3.3 ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลชุดที่ 1 จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานคร
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลชุดที่ 2 จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยจากสนามมวยราชดำเนิน เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยลุมพินี และเวทีมวยสยามอ้อมน้อย
4. ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามทั้งหมด
5. นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมเตรียมเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 ขั้นตอนการดำเนินการพัฒนาและการจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีรายละเอียดที่สำคัญในการศึกษา ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและจัดทำกลยุทธ์ จะมีการจัดทำสารสนเทศในกลุ่มย่อยในกลุ่มกรุงเทพมหานครจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 18 คนดังนี้

- ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 1 คน
- ผู้แทนจากภารกิจแห่งประเทศไทยจำนวน 1 คน
- ผู้แทนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจำนวน 1 คน
- ผู้แทนจากกระทรวงการต่างประเทศจำนวน 1 คน
- ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจำนวน 2 คน
- ผู้แทนจากบริษัทธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 2 คน
- ผู้แทนมัคคุเทศก์นำเที่ยวมวยไทย จำนวน 1 คน
- ผู้แทนจากสมาคมมวยไทยอาชีพจำนวน 2 คน
- ผู้แทนหัวหน้าค่ายมวยไทยจำนวน 4 คน
- ผู้แทนนักมวยชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยจากค่ายมวยจำนวน 2 คน
- ผู้แทนสื่อมวลชน จำนวน 1 คน

2. ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยจัดทำกลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 จัดประชุมประเมินกลยุทธ์จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คน ได้แก่ คุณยุวดี นีรันตร์ตระกูล อาจารย์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ อาจารย์ ดร.วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้ และอาจารย์ ดร.แสวง วิทยพิทักษ์ โดยการประเมินด้วยวิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และวิธีการประเมินกลยุทธ์ 4 ประการได้แก่

1. ความคงเส้นคงวากลยุทธ์ไม่ควรแสดงเป้าหมายและนโยบายที่ไม่สอดคล้องกัน

2. ความเข้ากันได้ทดสอบเครื่องมือทดสอบแนวทางการใช้กลยุทธ์

3. ความเป็นไปได้ไม่ใช้ทรัพยากรเกินกำลังหรือสร้างปัญหาใหม่

4. ความได้เปรียบการสร้างหรือรักษาผลประโยชน์ของการแข่งขันไว้

3. ประชุมสรุปผลและจัดทำยุทธศาสตร์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและในการดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนนี้ผลที่ได้ สามารถนำมาใช้ในการตอบปัญหาการวิจัย “กลยุทธ์การใช้มวยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปัจจุบันนี้เป็นอย่างไร และกลยุทธ์ในการใช้ศิลปะมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรเป็นอย่างไร”

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีรายละเอียดในการเลือกใช้สถิติ ดังนี้

1. จะใช้การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) เมื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของข้อมูล
2. ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่คาดหวังกับความสำเร็จจริงและวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความแตกต่างโดยการทดสอบ ค่า $t(t\text{-test})$ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)
3. สำหรับการวิเคราะห์และพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยจะเลือกใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ ที่เป็นข้อมูลเนื้อหาจากการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นแนวทางสำหรับค้นหาความหมาย (Meaning) จากปรากฏการณ์สัญลักษณ์ ฯลฯ ที่ได้จากข้อมูลเนื้อหานั้น

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย
3. วิเคราะห์ความคาดหวังและความสำเร็จจริงเกี่ยวกับการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย
4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ
5. องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ
6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
7. กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
8. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
9. แนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย
 ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
1	อพาร์ทเมนต์ที่อาศัยอยู่ใกล้ ค่ายมวย ได้ฝึกซ้อมมวยไทย ทุกเช้า – เย็น ส่วนเวลาว่าง จะเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร	- มีร่างกายแข็งแรง - มีรูปร่างสมส่วน - ได้เป็นนักมวย	พยายามทำตัวให้ กลมกลืนกับคนไทย ให้ได้มากที่สุด	รักมวยไทยและชอบ เรียนมวยไทย	ไม่มีปัญหา	เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) อินเทอร์เน็ต (Internet) เว็บไซต์ (website)
2	พักอาศัยที่คอนโด ใกล้กับค่าย มวย เรียนมวยสัปดาห์ละ 5 วัน และทำงานพิเศษ อีกทั้ง เป็นอาจารย์สอนภาษาอังกฤษ ทุกวัน	- น้ำหนักลด 6 กก. - ร่างกายแข็งแรง - ทำให้มีความ รับผิดชอบมากขึ้น - รู้สึกถึงความท้าทาย ของร่างกายตนเอง - ตื่นมาต้องออกกำลังกาย - รักมวยไทย		พบนักมวยไทยไปชก ที่ประเทศแคนาดา จึงทำให้อยากมา เรียนมวยไทย	ไม่มีปัญหา และยัง สามารถพูด ภาษาไทยได้เป็น อย่างดี	ให้เจาะจงไปที่การออกกำลัง กาย ควรมีอาหารบำรุง ร่างกายและนำวัฒนธรรมมา สอดแทรกในการถ่ายทอด มวยไทย เพราะนี่คือประเทศ ไทย

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/ อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
3	พักในค่ายมวยไทย เรียน 5 วัน ต่อ สัปดาห์ และผันตัวมาเป็นนักชกมวยไทย ตั้งแต่เข้าออกมาฝึกมวยไทย เป็นครูสอนภาษาอังกฤษและซื้ออาหารรับประทานเอง แต่บางครั้งก็รับประทานในค่ายมวย	ชีวิตมีการเปลี่ยนแปลง จากเป็นเพียงนักเรียน ผันตัวเป็นนักมวย	พยายามทำความเข้าใจและเรียนรู้ภาษาไทยให้มากขึ้น เพราะภาษาไทยเป็นภาษาที่ค่อนข้างยาก แต่เมื่อฟังแล้วก็พอสามารถเข้าใจได้	ต้องการค้นหาสิ่งใหม่ๆ	ไม่มีปัญหา	- หาคู่ชกมวยระหว่างชาวต่างชาติชกที่เหมาะสมกัน - ทำเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ - ลงในสื่อสังคมออนไลน์ทุกชนิด
4	พักอาศัยในค่ายมวย รับประทานอาหารในค่ายมวยและมีบางครั้งรับประทานข้างนอก ทั้งนี้มีการความสะดวกค่ายมวยทุกสัปดาห์ สำหรับเวลาเรียนมวยไทยนั้น เรียนทุกวัน เข้า - บ่าย อีกทั้งใช้รถจักรยานยนต์ และรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) เป็นพาหนะในการเดินทางที่ค่อนข้างสะดวกสบายมาก	- มีความรับผิดชอบ - มีความมั่นใจ - มีความสุขทุกครั้งที่ได้เรียนมวยไทย - ทำให้ชีวิตเปลี่ยนเกิดความสมดุล	พยายามเรียนรู้ทุกอย่างเหมือนคนไทย	มีความท้าทายเมื่อเรียนมวยไทย	ไม่มีปัญหา	มวยไทยเกิดในประเทศไทย ไม่มีใครสามารถรู้มวยไทยได้ดีเท่ากับคนไทยเอง และทำการส่งเสริมทางด้านวัฒนธรรมไทย

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาวีถีความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
5	ฝึกมวยไทยมาได้ 2 เดือน เมื่อทำงานเสร็จก็มาเรียนมวยไทย โดยฝึกยืดหยุ่นกล้ามเนื้อ แล้วก็ฝึกมวยไทย	- ได้ออกกำลังกาย - ร่างกายดีขึ้น - ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	ทำตัวง่ายๆ เข้ากับทุกคน ทำตัวไม่เป็นปัญหา	รักมวยไทยตั้งแต่ยังเด็ก	-	ออกแบบแพ็คเกจจรรวมที่พักและอาหาร และทางด้านการฝึกเทคนิคต่างๆ เพื่อที่จะดึงดูดชาวต่างชาติ
6	พักอาศัยบ้านพักบนเกาะสมุย ฝึกซ้อมมวยไทยทุกวัน และใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ	- ร่างกายแข็งแรง - รูปร่างสมส่วน - ผันตัวมาเป็นผู้จัดการค่ายมวยไทย - มีงานที่ดี - ได้พบปะกับผู้คนมากมาย ทั่วทุกมุมโลก	ไม่มี	รักบรรยากาศประเทศไทยและมวยไทยมาก	ภาษาไทยฟัง - พูดยากมาก	เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ยูทูบ(Youtube)

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
7	ชีวิตดีมากเมื่อมาเรียนมวยไทย	- สุขภาพดี - รู้สึกดี - นอนหลับ - อารมณ์ดี - สนุกกับการฝึกซ้อม	ไม่มี	เคยเห็นเพื่อนชกมวยไทยเลยอยากเป็นบ้าง	ภาษาเพราะมาจากทวีปยุโรป	สรุปการฝึกมวยไทย สถานที่ท่องเที่ยว วิดีโอมวยไทยต่างๆ เพื่อดึงดูดชาวต่างชาติมาเรียน
8	พักอาศัยอยู่ในค่ายมวย รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ และอาหารก็ปลอดภัย	- ได้เป็นนักมวยไทย - นักสู้ - มีความสุข - ภาวะโภชนาการดี - กลับง่าย	ไม่มี	มีความอยากเรียนมวยไทยในทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	-	โทรทัศน์ (TV) เฟสบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ (website)
9	พักอาศัยอยู่ค่ายมวย การรับประทานอาหารมีความสะอาดปลอดภัย	- มวยไทยคือส่วนหนึ่งของชีวิต - ฝึกให้ตนเองมีระเบียบวินัย โดยเฉพาะการที่ต้องตื่นขึ้นมาซ้อมมวยไทยในตอนเช้า	ไม่มี	เรียนมวยไทยมา10ปี	ไม่มี	ไม่มี

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
10	พักอาศัยอยู่ที่ค่ายมวย การเรียนมวยไทย ถือประจำในการฝึกซ้อม เพราะต้องฝึกซ้อมทุกวันตั้งแต่เช้า โดยประมาณวันละ 5 ชั่วโมง	- ไม่มี	สนุกกับการเรียนวัฒนธรรมไทยและภาษาไทย	- รักการท่องเที่ยว - รักการต่อสู้ - รักประเทศไทย - ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม	-	คนไทยต้องดำเนินการโปรโมทมวยไทยด้วยตนเอง เพราะนี่คือวัฒนธรรมไทย
11	ชอบเรียนมวยไทยทุกวัน ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะในการเดินทาง พร้อมทั้งมีที่รับประทานอาหาร สะดวกสบาย อีกทั้งที่พักอาศัยมีความปลอดภัยดีมาก	- สุขภาพร่างกายดีขึ้นมาก	ฝึกพูดภาษาไทยทุกวัน และพยายามทำตัวทุกอย่างให้เหมือนกับคนไทย	-	การสื่อสารทางด้านภาษา เพราะภาษาไทยค่อนข้างเข้าใจยาก	จัดแพคเกจ ระหว่างการเรียนมวยไทย ว่ามีอะไรบ้าง เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น
12	เรียนมวยไทยทุกวัน วันละ 2 ครั้งโดยพักอาศัยในค่ายมวย อาหารการกินดีมาก และมีระบบรักษาความปลอดภัยต่างๆ ค่อนข้างดี	- ร่างกายแข็งแรง - น้ำหนักลดลงอย่างเห็นได้ชัด - มีครอบครัวเป็นคนไทยเพิ่มขึ้น	ให้ความร่วมมือในทุก ๆ อย่าง ที่สามารถทำได้ และเอาใจใส่ในทุกๆด้าน	ได้เห็นมวยไทยในภาพยนตร์ จึงเกิดความสนใจที่จะเรียนรู้เทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	-	โทรทัศน์ (TV) เฟสบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ (website) อินสตาแกรม (Instagram)

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
13	อาศัยในห้องพักของค่ายมวยไทย มีพัดลม 2 ตัว เรียนมวยไทยตั้งแต่ 8 โมงเช้า และบ่าย 3 โมงเย็น	- ร่างกายแข็งแรง - ได้พบเพื่อนมากมาย - ไข่มวยเพื่อป้องกันตัว - สามารถนำไปสอนในประเทศตัวเองได้	เรียนรู้วัฒนธรรมไทย รับประทานอาหารกับคนไทย	ต้องการเล่นกีฬาที่ไม่เคยทำมาก่อน มวยไทยเป็นกีฬาที่สนุก และเป็นกีฬาที่ยากมาก	อาหารไทยรสจัด	-
14	ฝึกเรียนมวยไทยมา 2 เดือน และพักอาศัยอยู่ในค่ายมวย ฝึกเรียนมวยไทยทุกวัน อาหารดีมาก ระบบความปลอดภัยดี	- ร่างกายมีความสมส่วน	น้ำหนักลดลงและมีร่างกายดีขึ้น	ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ และมีร่างกายที่สมส่วน รูปร่างดี	ภาษาไทย พยายามทำความเข้าใจ	โฆษณาประชาสัมพันธ์
15	ไม่อยากให้ร่างกายอ่อนแอ อยากมีร่างกายที่แข็งแรง	- ร่างกายแข็งแรง - ชีวิตอยู่ไม่ได้ถ้าไม่ได้ฝึกมวยไทย	-	ทำตัวให้กลมกลืนกับคนไทยให้มากที่สุด	อาหาร ภาษา	ประชาสัมพันธ์ให้เรียนรู้การต่อสู้
16	ชีวิตความเป็นอยู่โดยทั่วไปดีมาก	- ร่างกายแข็งแรง	ต้องปรับตัวเองให้เหมือนกับคนไทย	-	อาหาร ภาษา และทุกอย่าง	ทำการโปรโมท เพราะขณะนี้ชาวต่างชาติมีความต้องการที่จะเรียนรู้มวยไทยค่อนข้างมากเพราะกำลังเป็นกีฬาที่กำลังมาแรงในขณะนี้

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
17	เรียนมวยไทยตั้งแต่ตอน 8 โมงเช้า และตอนบ่าย 3 โมง มีการเตะเป้า การปล้ำมวย	- ไม่สามารถตอบได้ แต่ว่าดี	ทำทุกอย่างให้ เหมือนกับคนไทย	ดู YouTube และ เกิดชอบมวยไทย	การลดน้ำหนักใน การชกมวย	มวยไทยเป็นวัฒนธรรมหนึ่ง เดียว ที่สามารถนำไปส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยว ของประเทศไทยได้
18	ทำงานในตอนเช้า และฝึกมวย ไทยในตอนบ่าย โปรแกรมการ ฝึกซ้อมก็จะมี การชก เตะ และ การใช้ส่วนต่างๆ ของ ร่างกาย	- ร่างกายแข็งแรง มากขึ้น	-	ม ว ย ไ ท ย ทำ ให้ ร่างกายแข็งแรง	-	ใช้ social medianetwork ในการชักจูงให้คนรู้จักมาก ขึ้น
19	ฝึกเรียนมวยไทย 6 วันต่อ สัปดาห์	- ชีวิตมีความ สมบูรณ์ - ได้รับมิตรภาพที่ดี จากคนไทย	-	เน้นสุขภาพที่ดี	-	มวยไทยนี้ดีมากสำหรับ นำมาโปรโมทการท่องเที่ยว ของประเทศไทย

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
20	การชีวิตค่อนข้างดีมาก ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะในการเดินทางไปยังที่ต่างๆอยู่ที่เชียงใหม่ดีมาก ประหยัด ค่ายมวยเป็นกันเองเหมือนครอบครัวเดียวกัน อากาศก็ดี ครูฝึกสอนดีได้ประโยชน์มากฝึกกับที่ภูเก็ตเน้นแต่ธุรกิจ แพงไปหมดถูกใจที่เชียงใหม่มาก	- สุขภาพดีขึ้น - ร่างกายแข็งแรง - เรียนเพื่อออกกำลังกายโดยเฉพาะ - ช้อมมวยเพราะต้องการลดน้ำหนักตัวและลดได้จริง	-	อยากมีร่างกายที่ดีสมส่วน	การจราจร และภาษา	ใช้มวยไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สุดเพราะชาวต่างชาติ มีความสนใจมากๆ
21	พักอาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนต์ และเรียนรู้มวยไทยเพื่อนำมาไว้ป้องกันตัว	- ร่างกายสมส่วน	-	-	-	-
22	การใช้ชีวิตโดยรวมดีมาก ส่วนค่ายมวยที่เรียนอยู่ไม่ไกลจากที่พัก เคยไปฝึกที่ภูเก็ตและสมุย ค่าครองชีพสูงมากถ้าเปรียบเป็นรถก็ต้องล้มโบกนี้เทคนิคการสอนก็สู้ที่ค่ายชายใหญ่เชียงใหม่ไม่ได้ ครูฝึกมีความเป็นกันเองและคนมีน้ำใจมากกว่า	- ร่างกายแข็งแรง - ต้องการเรียนรู้มวยไทยให้มากกว่านี้	พยายามปรับตัวให้เหมือนคนไทย เรียนรู้วัฒนธรรมทานอาหารไทย	ชอบกีฬาการต่อสู้ของไทยซึ่งประเทศไทย คือ บ้านเกิดของมวยไทย	เรื่อง VISA เพราะพักอาศัยอยู่ที่ประเทศไทยเป็นเวลานานไม่ได้	สมควรใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
23	การใช้ชีวิตโดยรวมดีมาก ฝึกเรียนมวยไทยทั้งเช้าและบ่าย วันละ 2 ชั่วโมง	- ชีวิตดีขึ้น - ร่างกายดีมาก - เป็นลูกผู้ชายเต็มตัว	-	ต้องการสุขภาพดีและอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	-	นำมวยไทย อาหารไทย การนวดไทย มาส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ
24	การใช้ชีวิตทุกอย่างดีมาก ได้ถ่ายรูปวาดเพื่อนๆ ฝึกเรียนมวยไทย วันละ 2 ครั้ง เช้า – บ่าย	- ร่างกายแข็งแรง	-	เพื่อนเป็นนักมวยไทย และอยากมีร่างกายที่ดี	ห้อยออกกำลังกาย	ใช้ประสบการณ์ของนักมวยไทย การฝึกซ้อมของนักมวย มาดึงดูดผู้เรียน และนักท่องเที่ยว
25	การชีวิตทุกอย่างดีมาก เรียนมวยไทยทุกวัน	-	-	-	บางวันก็ซ้อมดี และบางวันก็ไม่ดี	-
26	การชีวิตทุกอย่างดี	- ร่างกายแข็งแรง	-	ต้องการมีร่างกายที่แข็งแรง	มีอายุเยอะ	โปรโมทในโลก Internet
27	การชีวิตทุกอย่างดีมาก เรียนมวยไทยมาแล้ว 1 ปี	- ร่างกายแข็งแรง	-	ต้องการมาเรียนเพื่ออยากมีค่ายมวยไทยเป็นของตนเอง	-	โปรโมทในโลก Internet นำ นักมวยไทย ที่มีประสบการณ์ไปสัมมนาในต่างประเทศ

ตารางที่ 3 ข้อมูลการสัมภาษณ์การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนรู้มวยไทยในค่ายมวยไทย (ต่อ)

คนที่	การใช้ชีวิตประจำวัน	การเปลี่ยนแปลง หลังเรียนมวยไทย	การปรับตัว	แรงจูงใจ	ปัญหา/อุปสรรค	วิธีการโปรโมท
28	เรียนมวยไทยมา 2 สัปดาห์ การใช้ ชีวิตดีมากในทุกๆอย่าง	- ร่างกายแข็งแรง ขึ้นเล็กน้อย	พยายามเรียนรู้ ภาษาไทย	ต้องกายมีร่างกายที่ แข็งแรง อยาก เรียนรู้การต่อสู้ของ มวยไทยและ เรียนรู้วัฒนธรรม ไทย	การพูดภาษาอังกฤษ เรื่องรสชาติของ อาหาร	ทำ แ พ็ ก เ ก จ ใน ก า ร ประชาสัมพันธ์ นำอาหาร การดูแล การท่องเที่ยว สิ่ง ที่ได้รับ มาเสนอลูกค้า
29	มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมาก มีร้านอาหารใกล้ค่ายมวย	- มวยไทยคือชีวิต	-	ชอบมวยไทยมาก และอีกอย่างเป็น กีฬาประจำชาติไทย	-	โปรโมทในโลก Internet จะแพร่กระจายไปทั่วโลก

จากการดำเนินการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย โดยแยกรายละเอียดประเด็นการศึกษาจากการใช้ชีวิตประจำวัน การเปลี่ยนแปลงหลังจากเรียนมวยไทย วิธีการปรับตัวในระหว่างเรียนมวยไทย แรงจูงใจในการมาเรียนมวยไทย ปัญหาและอุปสรรคในระหว่างมาเรียนมวยไทย และอีกทั้งวิธีการโปรโมทและส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตามระเบียบโดยรวมดังนี้

ด้านการใช้ชีวิตของชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสภาพในการดำเนินชีวิตที่ดี โดยอาศัยอยู่ในค่ายมวย อพาร์ทเมนต์ คอนโด และบ้านพักใกล้ค่ายมวยที่ตนได้เรียนอยู่ ส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เรียนอยู่ในพื้นที่สมุย ภูเก็ต พัทยา และเชียงใหม่ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสและมอเตอร์ไซด์รับจ้าง ซึ่งในชีวิตประจำวันนั้นมีการฝึกซ้อมมวยไทยเกือบทุกวัน อย่างน้อย 5 วันต่อสัปดาห์ ทั้งช่วงเช้าและบ่าย โดยผู้เรียนมวยไทยบางรายทำงานและฝึกมวยไทยไปด้วย บางส่วนเรียนมวยไทยอย่างเดียว และเมื่อมีเวลาว่างก็จะเล่นอินเทอร์เน็ต ออกกำลังกาย ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวและไปสถานบันเทิง

ด้านการเปลี่ยนแปลงหลังเรียนมวยไทยพบว่าผู้เรียนนั้นมีร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์ขึ้น มีสุขภาพจิตที่ดี มีความสุขมากขึ้น การเรียนมวยไทยนั้นส่งผลให้น้ำหนักตัวลดลง ร่างการสมส่วน โดยส่วนใหญ่มีเป้าหมายฝึกมวยไทยเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ร่างกายแข็งแรง แต่พอเรียนมวยไทยไปได้สักระยะหนึ่งส่งผลให้รักมวยไทย รักความเป็นไทย อีกทั้งยังผันตัวเองมาเป็นนักมวยไทย ผู้ฝึกสอนมวยไทย และผู้ประกอบการทางด้านการมวยไทยอีกด้วย

ด้านการปรับตัวในการใช้ชีวิตของชาวต่างประเทศส่วนใหญ่จะพยายามปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมไทย ด้านการดำเนินชีวิต ตลอดจนการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาและอาหาร เพื่อต้องการดำรงชีวิตเสมือนอย่างคนไทย

ด้านแรงจูงใจในการมาเรียนมวยไทยของชาวต่างประเทศโดยส่วนมากนั้นมาเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกายเพราะอยากให้ตนเองมีร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ สมส่วน และบางส่วนมีแรงจูงใจจากการเห็นเพื่อนเป็นนักมวย ดูภาพยนตร์มวยไทย ยูทูบ จึงส่งผลให้อยากมาฝึกมวยไทยเพื่อเรียนรู้เทคนิคและทักษะในท่าต่างๆ และบางส่วนมาเรียนรู้เพื่อนำไปดำเนินการเป็นเจ้าของธุรกิจค่ายมวยไทย

ด้านปัญหาและอุปสรรคที่พบบ่อยครั้งสำหรับชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยจะพบมากที่สุดคือ ปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร การต่ออายุวีซ่า รสชาติอาหาร ค่าใช้จ่าย อัตราสกุลเงินไทยและปัญหาการจราจรติดขัดในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศนั้นจะมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันว่าให้ส่งเสริมเผยแพร่ โดยการใช้โซเชียลมีเดีย อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ยูทูบ อินสตาแกรม รายการทีวี เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์มวยไทย อีกทั้งการจัดทำแพ็คเกจการเรียนมวยไทยที่ประกอบไปด้วย ที่พัก การท่องเที่ยว อาหารไทย การนวดไทย และความปลอดภัย จัดรวมกันเป็นแพ็คเกจทัวร์ และการมีเครือข่ายกับชาวต่างประเทศจะทำให้มวยไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นรายละเอียดที่กล่าวมานี้สามารถแสดงเป็นตารางการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวต่างประเทศในแต่ละด้านดังที่กล่าวมาข้างต้น

1.1เปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตของผู้วิจัย ในขณะที่ไปสัมภาษณ์และสังเกต

ภาค 1ภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี สมุทรปราการ และชลบุรี

จังหวัดเหล่านี้อยู่ในเขตปริมณฑล การดำเนินธุรกิจค่ายมวยเป็นไป 2 แบบ แบบแรกค่ายใหญ่ จะมีลักษณะทำธุรกิจเต็มตัวมีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยค่อนข้างสูง รวมไปถึงค่าอาหารและค่าที่พักตลอดจนอุปกรณ์ฝึกซ้อมมวย บางอย่างก็ซื้อจากค่ายแม้กระทั่งน้ำดื่มเทรนเนอร์หรือครูมวยยังต้องซื้อน้ำดื่มจากค่ายมวยดื่ม แบบที่สองค่ายเล็ก ๆ จะมีความเป็นกันเอง นักมวยที่มาเรียนเชื่อถือหัวหน้าค่ายและครูฝึกมาก ด้านปฏิสัมพันธ์มี 2 แบบ แบบแรกถ้าเป็นนักมวยชาวต่างประเทศที่มาเรียนและพักอาศัยอยู่ในค่ายมวยนาน ๆ ก็จะมีค่าช่วยสอนมวยไทยให้ชาวต่างประเทศ ทำให้ผู้เรียนมีความผูกพันกับค่ายมวยมาก ส่วนอีกแบบหนึ่งมาเรียนเพียงอย่างเดียวไม่พักในค่าย ไม่รับประทานอาหารในค่าย หมดเวลาเรียนก็กลับไป ไม่ค่อยผูกพันกับค่ายมากนัก ลักษณะการตลาดจะมีลักษณะการลงทุนสูงผลตอบแทนสูงเงินสดมีไม่มากเหมือนดาว(Star) และบางส่วนเป็นแม่วัวเงิน(Cow)ในการวิเคราะห์การตลาด



ภาพที่ 214 ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยไทยพื้นที่ภาคกลาง

ภาค 2ภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี และราชบุรี

ดำเนินธุรกิจค่ายมวยโดยไม่มีความกดดันจากรายได้มากนัก เนื่องจากทั้ง 2 ค่ายนี้ พัฒนามาจากค่ายมวยไทยอาชีพ อยู่แบบครอบครัวคล้ายทางภาคเหนือแต่ไม่ถึงกับมีวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทมากนัก ค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงมาก แต่ส่วนใหญ่ทางจังหวัดกาญจนบุรีจะได้รายได้จากค่าที่พักกับสวัสดิการอื่นๆ ค่ายมวยในจังหวัดกาญจนบุรีแม่ของเจ้าของค่ายทำอาหารให้นักมวยทานเอง อีกทั้งนักมวยชอบบรรยากาศแบบชนบทอากาศสดชื่นวิ่งไปตามถนนบนคันคลอง ส่วนที่จังหวัดราชบุรีนั้นมีสระว่ายน้ำ โรงแรมอยู่ในอำเภอจอมบึง ส่วนในเมืองราชบุรีถ้าที่พักไม่เพียงพอก็ให้พักที่โรงแรมแต่ทั้งสองค่ายนักมวยซื้ออาหารทานเอง ซึ่งก็ปรับตัวกินแบบไทยเช่นเดียวกับนักมวยไทย การตลาดเป็นลักษณะลงทุนด้วยเงินสดต่ำ และผลตอบแทนสูงเพราะมีผลมาจากค่ายมวยไทยดั้งเดิม

พัฒนาขึ้นมา ส่วนของราชบุรีรายจ่ายคิดต้นทุนจากภาครัฐแทบจะไม่มีรายจ่ายมีแต่รายได้การตลาด
เข้าขั้นแม่วัวเงิน(COW)



ภาพที่ 215 ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยไทยพื้นที่ภาคตะวันตก

กรุงเทพมหานคร

ค่ายมวยในกรุงเทพมหานคร ส่วนมากพัฒนามาจากค่ายมวยไทยอาชีพผันตัวมาสอน
ชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ยังคงรูปแบบเดิมๆแบบของค่ายมวยไทยไว้ผู้เรียนจะได้รับการดูแลอย่างดี มี
การหารายการชกให้ถ้าต้องการชก ค่าสอนจะไม่เท่ากันโดยขึ้นอยู่กับแต่ละค่ายจะกำหนด เช่น ชั่วโมง
ละ 300 บาท ไปจนถึง 500 บาท ส่วนมากรายได้จากค่าที่พักและค่าอาหารที่จัดให้ส่วนมากลงทุนสูง
ผลตอบแทนสูงเงินสดมีไม่มากการตลาดมีลักษณะดาว(STAR)



ภาพที่ 216 ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยไทยพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ภาค 3 ภาคเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่

ภาคนี้ส่วนใหญ่ยังมีความผูกพันกับสภาพขนบธรรมเนียมประเพณีแบบชาวเหนือ ที่ผูกพันกันแบบครอบครัวดูแลกันอย่างใกล้ชิด การลงทุนไม่สูง การสอนไม่แพง โดยอยู่ที่ประมาณคนละ 250 บาทต่อคน กินอยู่กันอย่างง่ายๆ เชื้อฟุ้งหัวหน้าค่าย ผู้เรียนมีความผูกพันกับผู้สอนเพราะปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันไม่ใช่เพียงแค่ธุรกิจอย่างเดียว ชาวอเมริกันและชาวอังกฤษทั้งสองท่านกล่าวว่าเชียงใหม่เหมือนบ้านของพวกเขา หลังจากเคยไปอยู่ค่ายมวยที่อำเภอเกาะสมุยและภูเก็ตมาแล้ว จะมีความแตกต่างกันมากอยู่หากค่ายมวยที่เชียงใหม่จะมีความสุขมากกว่าอยากอยู่เป็นนานๆ ซึ่งอากาศที่เชียงใหม่ดีมีศิลปวัฒนธรรมที่งดงาม ดังนั้นปัจจัยด้านขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของพื้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนมวยไทยและการดำรงชีวิตอยู่ของผู้เรียนมวยไทยถ้าเป็นตลาดก็เปรียบได้กับแม่วัวนมถือเงินสดมากค่าใช้จ่ายต่ำมีกำไรมาก บางค่ายกล่าวว่าบางช่วงคนมาเรียนกันเต็มเวทีจนทำให้เวทีพังลงมาการตลาดภาคนี้มีลักษณะลงทุนต่ำ เงินสดมีมากเป็นลักษณะแม่วัวเงิน(COW)



ภาพที่ 217 ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยไทยพื้นที่ภาคเหนือ

ภาค 4 ภาคใต้ประกอบด้วย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดพังงา

ภาคใต้โดยส่วนใหญ่ มีการแข่งขันกันสูงในด้านธุรกิจค่ายมวยตลาดเติบโตสูงช่วงช่วงไฮซีซั่น (High season) ต้นทุนค่าเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างราคาแพง ต้องลงทุนสูงมากในทุกๆ ส่วน ขณะเดียวกันก็มีความต้องการสูงจากนักท่องเที่ยวในการเข้ามาเรียนมวยไทย ทุกอย่างมีรูปแบบการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ มีCEO บริหารสูงสุด โดยทุกอย่างเป็นเงินรายได้ทั้งสิ้น ในขณะที่ผู้เรียนก็สัมผัสกับค่ายด้วยรูปแบบธุรกิจต่างตอบแทนความผูกพันกันมีไม่มาก ผู้สัมภาษณ์ถามว่าผู้เรียน

ลงทะเบียนเรียนแล้วไม่มาเรียนจะมีมาตรการอย่างไร เจ้าของค่ายตอบว่าไม่เป็นไรให้คุณจ่ายเงินมาก็แล้วกัน ในที่นี้ตามใจผู้เรียนกลางคืนเขาตีกันเมื่อกันสุดเหวี่ยงมันก็เป็นเรื่องของเขาจะเรียนหรือไม่เรียนอย่างไรเราไม่ว่าขอให้จ่ายเงินมาอย่างเดียวก็จบ ราคาแต่ละค่ายจะไม่เท่ากันค่ายใหญ่จะต้องจ่ายแพงมาก บางค่ายคิดเป็นรายชั่วโมงๆละ 500 บาทถ้าเรียนเป็นสัปดาห์จันทร์ถึงเสาร์ เข้าบาย คิด 8,000 บาทถ้าเป็นรายเดือนรวมค่าที่พักด้วย 30,000 บาท บางค่ายเรียน 2 ชั่วโมงคิด 800 บาท น้ำดื่มอุปกรณ์ฝึกเช่นนวม ผ้าพันมือ เสื้อ และกางเกงนักมวยซื้อจากค่ายทั้งหมด บางค่ายอาจจะรวมค่าอาหารและค่าที่พักไปด้วย ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงว่าทุกส่วนผูกพันกันด้วยผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลักเพราะคนมีความต้องการมากลงทุนที่สูงเศรษฐกิจมีลักษณะเปรียบเหมือนดาว(STAR)



ภาพที่ 218 ภาพการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศในค่ายมวยไทยพื้นที่ภาคใต้

เมื่อวิเคราะห์การตลาดของผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยโดยรวมพบว่า ธุรกิจมีส่วนการตลาดที่เติบโตสูงแต่ต้องลงทุนมาก ถ้าหากจะลดต้นทุนต้องตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าเช่าที่ดินถูก มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นสนับสนุน มีวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานอยู่ด้วย นอกจากนี้ควรมีรากเหง้าที่พัฒนามาจากค่ายมวยไทยเดิมอยู่ก่อนแล้วเพราะมีต้นทุนเดิมอยู่

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

2.1.คุณลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 4 ลักษณะข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(N=465)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	322	68.95
หญิง	145	31.05
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	76	16.27
อายุ 20-29 ปี	237	50.75
อายุ 30-39 ปี	115	24.63
อายุ 40-49 ปี	27	5.78
อายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป	12	2.57
3.สถานะ		
โสด	384	82.23
สมรส	75	16.06
หม้าย	8	1.71
4.ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	32	6.85
มัธยมศึกษาตอนปลาย	143	30.62
อนุปริญญา/ปวส	18	3.85
ปริญญาตรี	251	53.75
ปริญญาโท	22	4.71
มากกว่าปริญญาโท	1	0.21
5. อาชีพ		
นักธุรกิจ	160	34.26
นักมวย	82	17.56
นักศึกษา	173	37.04
ลูกจ้าง	14	3.00
เกษตรกร	10	2.14
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	28	6.00

ตารางที่ 4 ลักษณะข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(N=465)	ร้อยละ
6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 500 \$	44	9.42
500 \$ – 1,000\$	64	13.70
1,001 \$– 2,000\$	87	18.63
7. จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทย		
หาประสบการณ์	270	57.82
ทำธุรกิจ	27	5.78
อาชีพ	30	6.42
ออกกำลังกาย	95	20.34
เรียนวิชาป้องกันตัว	45	9.64
8. เดินทางมาเรียนมวยไทยอย่างไร		
มากับไคด์ทัวร์	37	7.92
มาด้วยตนเอง	190	40.69
มากับเครือข่ายมวยไทย	78	16.70
มากับเพื่อน	162	34.69
9.ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยทั้งหมด		
ระหว่างการเรียนมวยไทย		
ต่ำกว่า 500 \$	27	5.78
500 \$ – 1,000\$	34	7.28
1,001 \$– 2,000\$	45	9.64
2,001 \$– 3,000 \$	79	16.92
3,001 \$– 4,000 \$	95	20.32
4,001 \$– 5,000 \$	118	25.27
มากกว่า 5,000 \$ ขึ้นไป	69	14.78

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจได้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.95 และเพศหญิง ร้อยละ 31.05 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด ร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ มีอายุอยู่ระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 24.63 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 82.23 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 53.75 รองลงมา อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 30.62 โดยเป็นกลุ่มนักเรียน ร้อยละ 37.04 นักธุรกิจ ร้อยละ 34.26 ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 2,001-3,000 ดอลลาร์ ร้อยละ 21.41 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากแถบทวีปยุโรป ร้อยละ 39.83 รองลงมาคือ ทวีปเอเชีย ร้อยละ 21.63 ตามลำดับ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทยเพื่อหาประสบการณ์มากที่สุด ร้อยละ 57.82 รองลงมาคือ เพื่อการออกกำลังกาย ร้อยละ 20.34 โดยเดินทางมาเรียนมวยไทยด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 40.96 รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 34.69 และมีค่าใช้จ่ายในประเทศไทยทั้งหมดระหว่างการเรียนมวยไทย 4,001- 5,000 ดอลลาร์ ร้อยละ 25.27 เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า หากพิจารณาถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยส่วนใหญ่ นักมวยจะอาศัยอยู่ในค่ายมวยมากที่สุด ถัดมาจะได้แก่การอยู่อาศัยที่ อพาร์ทเมนต์ บ้านเช่า ฯลฯ ที่น่าสนใจยิ่งคือรายละเอียดของการใช้ชีวิตประจำวันตลอดจนปัญหาต่างๆที่พบ เมื่ออยู่ประเทศไทย ข้อมูลในตารางที่ 4 จะสะท้อนถึงลักษณะดังกล่าว

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย(ต่อ)

ตารางที่ 5สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยไทย

สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวย	จำนวน(N=465)	ร้อยละ
11. สถานที่พักในประเทศไทย		
บ้านเช่า	64	13.70
หอพัก	62	13.28
อพาร์ทเมนต์	109	23.34
ค่ายมวย	117	25.05
โรงแรม	115	24.62
12.สถานที่รับประทานอาหาร		
ร้านอาหารทั่วไป	290	62.10
จ้างทำเฉพาะ	19	4.07
ร้านอาหารในค่ายมวย	103	22.06
ทำรับประทานเอง	55	11.78
13. การใช้ชีวิตช่วงไม่เรียนมวยไทย		
พักผ่อนที่ที่พัก	280	59.96
ไปห้างสรรพสินค้า	182	38.97
ท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ	216	46.25
ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	128	27.41
นันทนาการและบันเทิง	180	38.54
เล่นอินเทอร์เน็ต	229	46.89
14.ปัญหาที่พบบ่อย		
การคมนาคม	86	18.42
ไม่มีเวลาว่าง	70	14.99
ที่พักอาศัย	13	2.78
ความปลอดภัย	26	5.57
ภาษาและการสื่อสาร	144	30.84
ความสะอาดที่พักอาศัย	23	4.93
เทคโนโลยี	23	4.93
สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ	31	6.64
ความบันเทิง	22	7.71
สุขภาพ	29	6.22
ความห่างไกลครอบครัว	89	19.06
อาหาร	59	12.63

ตารางที่ 5 สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวย(ต่อ)

สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวย	จำนวน(N=465)	ร้อยละ
15. ความเครียดและความวิตกกังวล		
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	63	14.49
ความห่างไกลครอบครัว	79	16.92
สุขภาพ	50	10.71
เพื่อนชาวต่างชาติ	20	4.28
เพื่อนคนไทย	32	6.85
ความอิสระ ความเป็นส่วนตัว	35	7.49
สารสนเทศในการติดต่อกับครอบครัว	36	7.71
ความสะดวก	40	8.57
การเงิน	118	25.27
การบริการในประเทศไทย	52	11.13
16. ค่ายมวยไทยมีสิ่งเหล่านี้ไว้บริการอย่างเพียงพอ		
หลักสูตรการฝึกมวยไทยที่หลากหลายตามกลุ่มผู้เรียน	300	64.52
ครูมวยและผู้ช่วยฝึกสอน	212	45.40
อุปกรณ์ฝึกซ้อม	274	58.67
อุปกรณ์ออกกำลังกาย	204	43.78
สระว่ายน้ำ	82	17.56
17. ความเครียดและความวิตกกังวลในค่ายมวยไทย		
การให้บริการด้านต่าง ๆ ในค่ายมวย	43	9.21
ขาดการเอาใจใส่ดูแลอย่างมีคุณภาพเท่าเทียมกันของค่ายมวย	30	6.42
ความไม่ปลอดภัยของอุปกรณ์และช่องว่างระหว่างการใช้	36	7.71
สัดส่วนต่อนักเรียนชาวต่างชาติกับครูฝึก	37	7.94
มิตรภาพความสัมพันธ์ระหว่างคนในค่าย	46	9.85
คุณภาพของครูฝึกมวยไทย	56	11.99
พฤติกรรมของหัวหน้าค่ายมวย	36	7.71
คุณภาพของหลักสูตรและการเรียนการสอน	49	10.49
การสื่อสารด้านภาษา	96	20.56
เทคโนโลยีสารสนเทศ	24	5.14
ความสกปรกของค่ายและอุปกรณ์ฝึกซ้อม	39	8.5
ความไม่ปลอดภัยระหว่างการฝึก	27	5.78
ความเคร่งครัดเรื่องวินัยและกฎระเบียบค่ายมวย	45	9.64
ความไม่ยุติธรรมของครูฝึก	42	8.99

ตารางที่ 5สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวย(ต่อ)

สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวย	จำนวน(N=465)	ร้อยละ
18. ความประทับใจในการฝึกมวยในครั้งนี้		
การบริการของค่ายมวย	188	40.26
การเอาใจใส่ดูแลจากค่ายมวย	188	40.26
ความเชื่อมั่นและศรัทธา	199	42.61
ครูฝึกและบุคลากรผู้สอนมวย	210	44.97
หลักสูตรและกิจกรรมการสอน	165	35.33
กิจกรรมเสริมหลังการฝึก	114	24.41
สิ่งแวดล้อมในค่ายมวย	175	37.47
คุณภาพการบริหารงานของค่ายมวย	198	42.40
โปรแกรมพหุวัฒนธรรมปัญญาไทยและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	110	23.55
แพคเกจค่าบริการมีความเหมาะสม	169	36.19
อัยยาศัยคนไทย	219	46.90
เอกลักษณ์ของไทย	176	37.69
สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย	139	29.76

จากตารางข้อมูลข้างต้นที่เป็นลักษณะการกระจายทั้งรายละเอียดของเนื้อหาที่เป็นมิติทางประชากร สังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รวบรวมได้ โดยตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ซึ่งมีเนื้อหาที่สำคัญในลำดับต่อไปนี้จะขออธิบายสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวยในการมาเรียนมวยไทยที่เป็นการขยายความเพื่อให้ทราบชัดเจนมากยิ่งขึ้นดังนี้

สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ค่ายมวยมากที่สุด ร้อยละ 25.05 รองลงมาคืออาศัยอยู่โรงแรม ร้อยละ 24.62 และอาศัยอยู่อพาร์ทเมนต์ ร้อยละ 23.24 ตามลำดับ ส่วนสถานที่รับประทานอาหารคือร้านอาหารทั่วไปมากที่สุดร้อยละ 62.10 รองลงมาคือร้านอาหารในค่ายมวย ร้อยละ 22.06 ซึ่งการใช้ชีวิตช่วงไม่ได้เรียนมวยไทยด้วยการพักผ่อนที่พักผ่อนที่สุด ร้อยละ 59.96 รองลงมาคือเล่นอินเทอร์เน็ตร้อยละ 46.89 และ ท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆร้อยละ 46.25 ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่พบบ่อยคือภาษาและการสื่อสารมากที่สุด ร้อยละ 30.84 รองลงมาคือความห่างไกลครอบครัว ร้อยละ 19.06 และการคมนาคม ร้อยละ 18.42 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงความเครียดข้อค้นพบเบื้องต้นนี้ชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเครียดและความวิตกกังวลในเรื่องการเงินมากที่สุด ร้อยละ 25.27 รองลงมาคือ ความห่างไกลครอบครัว ร้อยละ 16.92 และค่ายมวยไทยมีหลักสูตรการฝึกมวยไทยที่หลากหลายตามกลุ่มผู้เรียนมากที่สุด ร้อยละ 64.52 รองลงมาคือ อุปกรณ์ฝึกซ้อมร้อยละ 58.67และ วินัยในการฝึกซ้อมร้อยละ 48.36 ตามลำดับ

ในเรื่องความเครียดและวิตกกังวลในค่ายมวยไทยเป็นเรื่องการสื่อสารด้านภาษามากที่สุด ร้อยละ 20.56 รองลงมาคือ คุณภาพครูฝึกมวย ร้อยละ 11.99 ส่วนความประทับใจในการฝึกมวยในครั้งนี้คือ แพ้ก็เกจค่าบริการมีความเหมาะสมมากที่สุด ร้อยละ 46.90 รองลงมาคือ ครูฝึกและบุคลากรผู้สอนมวย ร้อยละ 44.97 และความเชื่อมั่นและศรัทธาร้อยละ 42.61 ตามลำดับ

3. วิเคราะห์ความคาดหวังและความสำเร็จจริงเกี่ยวกับการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

ตารางที่ 6 สภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทย

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย	4.11	0.91	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย	4.20	0.84	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ	4.05	0.83	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย	4.10	0.86	มาก
ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน	4.08	0.87	มาก
การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย	4.04	0.90	มาก
การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย	4.09	0.86	มาก
การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน	4.15	0.86	มาก
การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ	4.01	0.93	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม	4.11	0.85	มาก
ความสะอาดของค่ายมวย	4.04	0.90	มาก
ความปลอดภัยของค่ายมวย	4.17	0.85	มาก
ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม	4.04	0.90	มาก
การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย	4.25	0.76	มาก
ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย	4.32	0.78	มาก
รวม	4.12	0.86	มาก

จากการสำรวจเกี่ยวกับสภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย พบว่ามีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทยเท่ากับ 4.12 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความน่าเชื่อถือของค่ายมวยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาเป็นการจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 และน้อยที่สุดคือการจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 7 สภาพความสำเร็จจริงต่อการมาเรียนมวยไทย

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย	4.27	0.77	มาก
ความปลอดภัยของค่ายมวย	4.27	0.79	มาก
ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย	4.26	0.83	มาก
การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย	4.24	0.82	มาก
การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน	4.21	0.82	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย	4.19	0.83	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย	4.18	0.80	มาก
การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย	4.18	0.80	มาก
ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน	4.14	0.85	มาก
การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย	4.14	0.82	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ	4.13	0.82	มาก
ความสะอาดของค่ายมวย	4.10	0.90	มาก
ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม	4.10	0.86	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม	4.11	0.82	มาก
การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ	4.07	0.92	มาก
รวม	4.17	0.83	มาก

ส่วนการสำรวจเกี่ยวกับสภาพความสำเร็จจริงต่อการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย พบว่ามีค่าเฉลี่ยสภาพความเป็นจริงต่อการมาเรียนมวยไทยเท่ากับ 4.17 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่ายและความปลอดภัยของค่ายมวยมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 รองลงมาเป็นความน่าเชื่อถือของค่ายมวยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 และน้อยที่สุดคือการจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 8 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังและสภาพความสำเร็จจริง

ตัวแปร	ความคาดหวัง		ความเป็นจริง		ค่าความต่าง	t
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย	4.11	0.91	4.19	0.83	0.08	2.40*
การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย	4.20	0.84	4.27	0.77	0.07	2.00*
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ	4.05	0.83	4.13	0.82	0.08	2.56*
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย	4.10	0.86	4.18	0.80	0.08	-0.81
ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน	4.08	0.87	4.14	0.85	0.06	1.78*
การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย	4.04	0.90	4.14	0.82	0.1	0.77
การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย	4.09	0.86	4.18	0.80	0.09	2.51*
การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน	4.15	0.86	4.21	0.82	0.06	1.77*
การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ	4.01	0.93	4.07	0.92	0.06	1.65*
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม	4.11	0.85	4.11	0.82	0	0.25
ความสะอาดของค่ายมวย	4.04	0.90	4.10	0.90	0.06	1.34
ความปลอดภัยของค่ายมวย	4.17	0.85	4.27	0.79	0.1	8.08**
ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม	4.04	0.90	4.10	0.86	0.06	1.78*
การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย	4.25	0.76	4.24	0.82	0.01	-0.38
ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย	4.32	0.78	4.26	0.83	0.06	-1.97
รวม	4.11	0.86	4.17	0.83	0.97	5.52*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 , **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากข้อมูลข้างต้นเป็นการนำเสนอข้อเกี่ยวกับความคาดหวังและความสำเร็จจริงเกี่ยวกับการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศ และในลำดับต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความสำเร็จจริงพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยประสบความสำเร็จเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยความแตกต่างของความคาดหวังและความสำเร็จจริงเท่ากับ 0.97 และมีค่าที่ เท่ากับ 5.52 ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.001) ในด้านความปลอดภัยในค่ายมวย ส่วนการเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่ายการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่ายการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียนการจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวยการจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอนการจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.05) ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับสภาพความเป็นจริง

ตัวแปร	r	ระดับความสัมพันธ์
การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย	0.631**	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย	0.580**	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ	0.677**	มาก
การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย	0.560**	มาก
ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน	0.644**	มาก
การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย	0.479**	ปานกลาง
การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย	0.512**	มาก
การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน	0.538**	มาก
การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ	0.594**	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม	0.607**	มาก
ความสะอาดของค่ายมวย	0.539**	มาก
ความปลอดภัยของค่ายมวย	0.471**	ปานกลาง
ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม	0.573**	มาก
การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย	0.589**	มาก
ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย	0.591**	มาก
รวม	0.538**	มาก

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความสำเร็จจริงต่อการมาเรียนมวยไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.538$ p -value <0.001) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด ($r=0.667$) รองลงมาความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน ($r=0.667$) และน้อยที่สุดคือ ความปลอดภัยของค่ายมวย ($r=0.475$) ดังแสดงในตารางที่ 9

4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในแต่ละภาค ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้และภาคเหนือ ซึ่งมีเนื้อหาที่สำคัญดังนี้

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทย ในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.15	0.77	มาก
สถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	4.08	0.80	มาก
สถานที่ที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.65	0.79	มากที่สุด
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	4.18	0.78	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.03	0.76	มาก
อุปกรณ์มีความทันสมัย	4.10	0.87	มาก
อุปกรณ์มีความพอเพียง	4.62	0.83	มากที่สุด
ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.04	0.80	มาก
รวม	4.23	0.80	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.98	0.84	มากที่สุด
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	4.05	0.83	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	4.04	0.82	มาก
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.15	0.86	มาก
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.69	0.78	มากที่สุด
รวม	4.38	0.83	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.18	0.79	มาก
คุณภาพของครูฝึก	4.58	0.77	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.27	0.72	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.81	0.79	มากที่สุด
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.20	0.81	มาก

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การสร้างความเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน	4.29	0.76	มาก
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.33	0.73	มาก
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.29	0.75	มาก
มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย	4.57	0.79	มากที่สุด
บุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	4.65	0.89	มากที่สุด
รวม	4.41	0.77	มาก
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน	4.58	0.76	มากที่สุด
มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	4.18	0.85	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	4.10	0.88	มาก
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	4.12	0.86	มาก
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	4.63	0.94	มากที่สุด
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	4.12	0.82	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	3.98	1.14	มาก
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	4.02	0.98	มาก
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	4.00	0.98	มาก
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย	4.72	0.99	มากที่สุด
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	4.10	0.99	มาก
รวม	4.23	0.93	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	3.91	1.08	มาก
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	3.95	0.93	มาก
มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ	3.85	0.94	มาก
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	3.98	0.93	มาก
รวม	3.92	0.97	มาก

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.59	0.90	มากที่สุด
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	4.06	0.88	มาก
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	4.25	0.83	มาก
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	3.65	0.82	มาก
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	4.25	1.02	มาก
จำหน่ายซูวีเนียและของที่ระลึก	4.00	0.99	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	4.00	1.01	มาก
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.06	0.97	มาก
การจัดช่องทางทางการตลาด	4.25	1.02	มาก
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	3.65	0.94	มาก
คุณภาพของการให้บริการ	4.73	0.93	มากที่สุด
รวม	4.19	0.95	มาก

จากข้อมูลการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในจังหวัดกรุงเทพมหานครในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$) รองลงมาเป็นอุปกรณ์มีความพอเพียง ($\bar{x} = 4.62$) และสถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม ($\bar{x} = 4.18$) ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะดวกของอุปกรณ์ฝึกซ้อมมากที่สุด ($\bar{x} = 4.98$) รองลงมาเป็น ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ ($\bar{x} = 4.69$) และความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ($\bar{x} = 4.15$) ปัจจัยด้านบุคลากรมีเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติมากที่สุด ($\bar{x} = 4.81$) รองลงมาเป็นบุคลากรค้ามวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี ($\bar{x} = 4.65$) คุณภาพของครูฝึก ($\bar{x} = 4.58$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.72$) รองลงมาเป็นมีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน ($\bar{x} = 4.63$) และค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อนักเรียน ($\bar{x} = 4.58$) ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 คะแนนอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียนมากที่สุด ($\bar{x} = 3.98$) รองลงมาเป็นมี

อุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน($\bar{x} = 3.95$) และมีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ($\bar{x} = 3.91$) และปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณภาพของการให้บริการมากที่สุด($\bar{x} = 4.73$) รองลงมาเป็นมีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการและชมมวยแข่งขัน ($\bar{x} = 4.59$) และการสร้างแฟนคลับและจัดที่พักไว้บริการ ($\bar{x} = 4.00$)

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่1ภาคกลาง (จังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี และพิจิตร)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.12	0.64	มาก
สถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	3.90	0.78	มาก
สถานที่ที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.58	0.87	มากที่สุด
สถานที่ที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	3.91	0.88	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.61	0.71	มากที่สุด
อุปกรณ์มีความทันสมัย	4.12	0.78	มาก
อุปกรณ์มีความพอเพียง	3.80	0.71	มาก
ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.94	0.74	มาก
รวม	4.12	0.76	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.15	0.73	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	3.97	0.74	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	3.82	0.79	มาก
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.74	0.84	มากที่สุด
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.15	0.76	มาก
รวม	4.17	0.77	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.14	0.73	มาก
คุณภาพของครูฝึก	4.68	0.73	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.32	0.67	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.1	0.84	มาก
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.89	0.86	มากที่สุด
การสร้างเสริมความเชื่อถือนศรัทธาต่อผู้เรียน	4.18	0.83	มาก
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.20	0.70	มาก
การสร้างเสริมความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	4.82	0.76	มากที่สุด
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.67	0.70	มากที่สุด

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่1 (จังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี และพัตยา)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทย ในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การแก้ไขปัญหอย่างมืออาชีพของผู้สอน	4.25	0.74	มาก
มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค้ามวย	4.19	0.80	มาก
รวม	4.44	0.76	มาก
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค้ามวยมีความรับผิดชอบต่องูเรียน	4.77	0.80	มากที่สุด
มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	4.00	0.72	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	3.98	0.83	มาก
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	4.58	0.80	มากที่สุด
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	4.60	0.73	มากที่สุด
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	3.87	0.95	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	4.00	0.80	มาก
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	3.98	0.77	มาก
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	4.00	0.80	มาก
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย	3.88	0.82	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	3.94	0.96	มาก
รวม	4.14	0.81	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	4.00	0.80	มาก
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	4.10	0.80	มาก
มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ	3.80	0.74	มาก
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	3.93	0.97	มาก
รวม	3.96	0.83	มาก
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.70	0.80	มากที่สุด
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	4.00	0.76	มาก
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	4.69	0.80	มากที่สุด

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่1 (จังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี และพัตยา)(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	4.15	0.78	มาก
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	4.09	0.90	มาก
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	4.62	0.85	มากที่สุด
การสร้างแฟนคลับ	3.96	0.85	มาก
จำหน่ายซูวีเนียและของที่ระลึก	4.15	0.84	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	4.12	0.78	มาก
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.27	0.72	มาก
การจัดช่องทางการตลาด	4.28	0.69	มาก
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	4.56	0.85	มากที่สุด
คุณภาพของการให้บริการ	4.19	0.75	มาก
รวม	4.23	0.80	มาก

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในภาค ภาคกลางประกอบด้วย จังหวัดสมุทรปราการ ปทุมธานี และพัตยา ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานมากที่สุด($\bar{x} = 4.61$) รองลงมาเป็นสถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก($\bar{x} = 4.58$) และสถานที่มีเนื้อที่เหมาะสมและอุปกรณ์มีความทันสมัย($\bar{x} = 4.12$) ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อมมากที่สุด($\bar{x} = 4.74$) รองลงมาเป็นความสะดวกของอุปกรณ์ฝึกซ้อมและความปลอดภัยจากมิดชิด($\bar{x} = 4.15$) และความสะดวกของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า($\bar{x} = 3.97$) ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอนมากที่สุด($\bar{x} = 4.89$) รองลงมาเป็นบุคลากรค้ามวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี($\bar{x} = 4.82$) และคุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก($\bar{x} = 4.68$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่องูเรียนมากที่สุด($\bar{x} = 4.77$) รองลงมาเป็นมีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน($\bar{x} = 4.58$) และมีระบบคัดเลือก($\bar{x} = 4.00$) ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามื่ออุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน

มากที่สุด($\bar{x}=4.10$)รองลงมาเป็นมืออุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ($\bar{x}=4.00$)และมีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน ($\bar{x}=43.93$) และปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวยมากที่สุด ($\bar{x}=4.70$)รองลงมาเป็นเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.69$)และการสร้างจุดเด่นของค่ายมวย ($\bar{x}=4.62$)

ตารางที่ 12ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคที่ 2 ภาคตะวันตก (จังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.14	0.84	มาก
สถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	4.65	0.79	มากที่สุด
สถานที่ที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.68	0.78	มากที่สุด
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	4.08	1.10	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	3.98	0.94	มาก
อุปกรณ์มีความทันสมัย	3.83	0.77	มาก
อุปกรณ์มีความพอเพียง	4.59	1.08	มากที่สุด
ความสะอาดของอาคารสถานที่	3.86	0.99	มาก
รวม	4.23	0.91	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	3.67	1.11	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	3.80	0.99	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	3.71	1.00	มาก
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	3.82	0.98	มาก
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.11	0.97	มาก
รวม	3.82	1.01	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.10	0.84	มาก
คุณภาพของครูฝึก	4.60	1.14	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.12	0.76	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.57	0.94	มากที่สุด
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.69	1.22	มากที่สุด
การสร้างเสริมความเชื่อถือนิสัยต่อผู้เรียน	4.11	1.02	มาก
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.78	0.75	มากที่สุด

ตารางที่ 12 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคที่ 2 ภาคตะวันตก (จังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี) (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	4.35	0.86	มาก
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.16	1.01	มาก
การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพของผู้สอน	4.19	0.75	มาก
มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค้ามวย	3.89	1.19	มาก
บุคลากรค้ามวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	4.58	1.14	มากที่สุด
รวม	4.35	0.97	มาก
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค้ามวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน	4.10	0.97	มาก
มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	4.24	0.73	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	4.32	0.75	มาก
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	4.27	0.95	มาก
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	4.66	0.79	มากที่สุด
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	3.24	0.97	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	4.72	0.90	มากที่สุด
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	3.50	0.98	มาก
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	4.81	1.02	มากที่สุด
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย	3.72	1.50	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	3.91	1.08	มาก
รวม	4.14	0.97	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	3.93	1.27	มาก
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	4.12	1.06	มาก
มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ	3.73	0.96	มาก
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	4.63	1.05	มากที่สุด
รวม	4.10	1.08	มาก

ตารางที่ 12 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคที่ 2 ภาคตะวันตก (จังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี) (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.07	1.04	มาก
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	4.32	1.16	มาก
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	3.95	1.11	มาก
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	3.86	0.97	มาก
การสร้างแฟนคลับ	3.77	1.16	มาก
จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย	4.19	0.75	มาก
จัดจำหน่ายอาหาร	3.58	1.09	มาก
จัดที่พักไว้บริการ	4.75	0.87	มากที่สุด
จำหน่ายซูวีเนี่ยและของที่ระลึก	3.83	1.10	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	4.67	0.93	มากที่สุด
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.59	1.09	มากที่สุด
การจัดช่องทางทางการตลาด	4.12	0.95	มาก
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	3.70	1.11	มาก
คุณภาพของการให้บริการ	4.15	0.92	มาก
รวม	4.11	1.04	มาก

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในภาค 2 (จังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี) ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกมากที่สุด($\bar{x} = 4.68$) รองลงมาเป็นสถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์($\bar{x} = 4.15$)และอุปกรณ์มีความเพียงพอ($\bar{x} = 4.59$)ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยจากมิจฉาชีพมากที่สุด($\bar{x} = 4.11$) รองลงมาเป็นความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม($\bar{x} = 3.82$) และลำดับสุดท้ายคือความสะดวกของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า($\bar{x} = 3.80$)ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียนมากที่สุด($\bar{x} = 4.78$) รองลงมาเป็นการเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน($\bar{x} = 4.69$) และ คุณภาพของครูฝึก($\bar{x} = 4.60$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14อยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามึบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียนมากที่สุด($\bar{x} = 4.81$) รองลงมาเป็นมีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง ($\bar{x} = 4.15$) และมีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการ

เรียน($\bar{x} = 4.66$)ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามิโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียนมากที่สุด($\bar{x} = 4.63$) รองลงมาเป็นมีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน($\bar{x} = 4.12$)และมีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ($\bar{x} = 3.93$) และปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าจัดที่พักไว้บริการมากที่สุด($\bar{x} = 4.75$) รองลงมาเป็นการสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย($\bar{x} = 4.67$)และการจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม ($\bar{x} = 4.59$)

ตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่4 (ภาคใต้)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.80	0.75	มากที่สุด
สถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	4.18	0.81	มาก
สถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.72	0.82	มากที่สุด
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	4.29	0.78	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.23	0.78	มาก
อุปกรณ์มีความทันสมัย	4.62	0.85	มากที่สุด
อุปกรณ์มีความพอเพียง	4.65	0.82	มากที่สุด
ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.58	0.80	มากที่สุด
รวม	4.51	0.80	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.17	0.84	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	4.14	0.81	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	4.65	0.81	มากที่สุด
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.71	0.85	มากที่สุด
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.58	0.77	มากที่สุด
รวม	4.45	0.81	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.56	0.78	มากที่สุด
คุณภาพของครูฝึก	4.91	0.76	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.39	0.71	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.85	0.81	มากที่สุด
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.60	0.83	มากที่สุด
การสร้างการเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน	4.58	0.77	มากที่สุด
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.37	0.73	มาก
การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	4.75	0.72	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่ 4 (ภาคใต้)(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.36	0.77	มาก
การแก้ไขปัญหาอย่างมีอาชีพของผู้สอน	4.64	0.74	มากที่สุด
บุคลากรค้ามวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	4.82	0.86	มากที่สุด
รวม	4.59	0.77	มาก
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค้ามวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน	4.74	0.78	มากที่สุด
มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	4.11	0.78	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	4.56	0.75	มากที่สุด
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	4.18	0.75	มาก
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	4.67	0.85	มากที่สุด
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	3.93	0.87	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	4.09	0.85	มาก
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	4.72	0.92	มากที่สุด
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	4.67	0.80	มากที่สุด
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย	3.93	1.11	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	4.03	0.99	มาก
รวม	4.33	0.86	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	4.65	0.99	มากที่สุด
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	4.16	0.97	มาก
มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ	4.58	1.00	มากที่สุด
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	4.10	1.08	มาก
รวม	4.37	1.01	มาก
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.82	0.92	มากที่สุด
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	4.18	0.93	มาก

ตารางที่ 13 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ ของภาคที่ 4 (ภาคใต้)(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	4.59	0.91	มากที่สุด
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	3.98	0.93	มาก
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	4.04	0.86	มาก
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	4.25	0.82	มาก
จัดที่พักไว้บริการ	4.62	0.98	มากที่สุด
จำหน่ายซูวีเนียและของที่ระลึก	4.00	0.84	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	4.81	0.93	มากที่สุด
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.59	0.95	มากที่สุด
การจัดช่องทางการตลาด	4.12	0.99	มาก
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	4.63	0.95	มากที่สุด
คุณภาพของการให้บริการ	4.31	0.98	มาก
รวม	4.36	0.93	มาก

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในภาค 4 ภาคใต้ ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสมมากที่สุด ($\bar{x} = 4.80$) รองลงมาเป็นสถานที่ที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก ($\bar{x} = 4.72$) และอุปกรณ์มีความพอเพียง ($\bar{x} = 4.65$) ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อมมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$) รองลงมาเป็นความปลอดภัยของอาคาร ($\bar{x} = 4.65$) และความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ ($\bar{x} = 4.58$) ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณภาพของครูฝึกมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$) รองลงมาเป็นค่ายสัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ ($\bar{x} = 4.85$) และลำดับบุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี ($\bar{x} = 4.82$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่องูเรียนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.74$) รองลงมาเป็นมีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน ($\bar{x} = 4.72$) และมีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนและมีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน ($\bar{x} = 4.67$) ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$) รองลงมาเป็นมีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ ($\bar{x} = 4.58$) และมีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน ($\bar{x} = 4.16$) และปัจจัยด้านสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.82$) รองลงมาเป็นการสร้าง

กระแสความนิยมของค่ายและนักมวย($\bar{x} = 4.81$)และลำดับสุดท้ายคือความสะดวกของการจัดระบบ
การจ่ายเงินระหว่างประเทศ ($\bar{x} = 4.63$)

ตารางที่ 14 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาว
ต่างประเทศของภาคที่ 5 (ภาคเหนือ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.15	0.86	มาก
สถานที่ที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	4.64	0.88	มากที่สุด
สถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.80	0.94	มากที่สุด
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	4.14	0.80	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.62	0.98	มากที่สุด
อุปกรณ์มีความทันสมัย	3.82	0.96	มาก
อุปกรณ์มีความพอเพียง	3.95	0.91	มาก
ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.19	0.88	มาก
รวม	4.29	0.90	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	3.83	0.93	มาก
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	3.89	0.93	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	4.62	0.97	มากที่สุด
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.59	0.94	มากที่สุด
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.03	0.94	มาก
รวม	4.19	0.94	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.10	0.99	มากที่สุด
คุณภาพของครูฝึก	4.81	0.92	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.24	0.85	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.60	0.77	มากที่สุด
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.91	1.02	มากที่สุด
การสร้างการเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน	4.57	0.80	มากที่สุด
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.69	0.83	มากที่สุด
การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	4.58	0.83	มากที่สุด

ตารางที่ 14 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคที่ 5 (ภาคเหนือ)(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.61	0.91	มากที่สุด
การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพของผู้สอน	4.14	0.82	มาก
บุคลากรค้ามวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	4.67	1.03	มากที่สุด
รวม	4.49	0.89	มาก
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค้ามวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน	3.80	0.91	มาก
มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	4.10	0.94	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	4.20	0.89	มาก
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	3.94	0.85	มาก
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	3.67	0.94	มาก
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	3.72	0.88	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	3.65	0.90	มาก
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	3.58	0.99	มาก
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	3.59	0.99	มาก
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย	3.72	1.17	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	3.98	1.06	มาก
รวม	3.81	0.96	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	3.75	1.12	มาก
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	3.64	1.20	มาก
มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ	3.89	1.11	มาก
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	3.72	1.03	มาก
รวม	3.75	1.11	มาก
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.30	0.96	มาก
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	3.99	1.05	มาก

ตารางที่ 14 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคที่ 5 (ภาคเหนือ)(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	3.46	1.04	มาก
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	3.62	0.97	มาก
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	3.67	1.06	มาก
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	3.98	0.81	มาก
จัดที่พักไว้บริการ	3.72	1.06	มาก
จำหน่ายชีวเนี้ยและของที่ระลึก	3.58	1.06	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	3.81	1.07	มาก
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.57	0.99	มากที่สุด
การจัดช่องทางทางการตลาด	3.92	1.10	มาก
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	4.56	1.13	มากที่สุด
คุณภาพของการให้บริการ	4.52	1.02	มาก
รวม	3.94	1.03	มาก

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าขายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในภาค 5 ภาคเหนือ ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกมากที่สุด ($\bar{x}=4.80$) รองลงมาเป็นสถานที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์ ($\bar{x}=4.64$) และ อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ($\bar{x}=4.62$) ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยของอาคารมากที่สุด ($\bar{x}=4.62$) รองลงมาเป็นความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ($\bar{x}=4.59$) และความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ ($\bar{x}=4.03$) ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอนมากที่สุด ($\bar{x}=4.91$) รองลงมาเป็นคุณภาพของครูฝึก ($\bar{x}=4.81$) และความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน ($\bar{x}=4.69$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีโปรแกรมการเรียนรู้อันทันสมัยมากที่สุด ($\bar{x}=4.20$) รองลงมาเป็นมีระบบการคัดเลือกผู้เรียน ($\bar{x}=4.10$) และมีโปรแกรมการเรียนรู้อัตโนมัติ ($\bar{x}=3.98$) ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์ทันสมัยมากที่สุด ($\bar{x}=3.89$) รองลงมาเป็นมีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ ($\bar{x}=4.75$) และมีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน ($\bar{x}=4.72$) และปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า จำหน่ายวัสดุและ

อุปกรณ์การฝึกซ้อมมากที่สุด($\bar{x} = 4.57$) รองลงมาเป็นความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงิน
ระหว่างประเทศ($\bar{x} = 4.56$)และคุณภาพของการให้บริการ ($\bar{x} = 4.52$)

ตารางที่ 15ปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวดังชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวย
ไทยในภาพรวมทุกภาค

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
สถานที่และอุปกรณ์			
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	4.17	0.78	มาก
สถานที่ที่มีพื้นที่สำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	4.10	0.81	มาก
สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	4.72	0.85	มากที่สุด
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	4.17	0.83	มาก
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.58	0.86	มากที่สุด
อุปกรณ์มีความทันสมัย	3.99	0.89	มาก
อุปกรณ์มีความพอเพียง	4.59	0.88	มากที่สุด
ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.12	0.84	มาก
รวม	4.31	0.84	มาก
ความสะอาดและความปลอดภัย			
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.73	0.88	มากที่สุด
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	4.00	0.87	มาก
ความปลอดภัยของอาคาร	4.10	0.86	มาก
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	4.68	0.87	มากที่สุด
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	4.75	0.87	มากที่สุด
รวม	4.45	0.87	มาก
บุคลากร			
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	4.71	0.84	มากที่สุด
คุณภาพของครูฝึก	4.67	0.84	มากที่สุด
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	4.29	0.79	มาก
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	4.82	0.81	มากที่สุด
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน	4.91	0.88	มากที่สุด
การสร้างความเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน	4.31	0.80	มาก
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	4.34	0.76	มาก
การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	4.59	0.78	มากที่สุด
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	4.30	0.80	มาก
การแก้ไขปัญหาอย่างมีอาชีพของผู้สอน	4.25	0.79	มาก
มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย	4.15	0.87	มาก
บุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	3.72	0.94	มากที่สุด
รวม	4.42	0.83	มาก

ตารางที่ 15 ปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค้ามวยไทยของนักท่องเที่ยวดังชาติที่มาเรียนมวยไทย ในค่ายมวยไทยในภาพรวมทุกภาค(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน			
ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อนักเรียน	4.12	0.86	มาก
มีระบบการคัดเลือกนักเรียน	4.01	0.88	มาก
มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน	4.58	0.87	มากที่สุด
มีโปรแกรมการนัดหลังการฝึก	3.73	1.19	มาก
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	3.93	1.00	มาก
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของนักเรียน	3.60	1.00	มาก
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	3.94	1.00	มาก
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยไทย	3.81	1.00	มาก
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	3.94	1.03	มาก
รวม	3.96	0.98	มาก
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา			
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	4.56	0.94	มากที่สุด
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพนักเรียน	3.97	0.98	
มีบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์กีฬา	4.60	0.96	มากที่สุด
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	3.93	0.97	มาก
รวม	4.27	0.96	มาก
การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด			
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	4.63	0.86	มากที่สุด
เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	4.09	0.87	มาก
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	3.88	1.00	มาก
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	3.91	1.02	มาก
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	3.88	1.04	มาก
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	4.07	0.93	มาก
การสร้างแฟนคลับ	3.95	1.00	มาก
จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย	3.97	1.00	มาก
จัดจำหน่ายอาหาร	3.83	1.02	มาก
จัดที่พักไว้บริการ	3.92	0.95	มาก
จำหน่ายซูวีเนียร์และของที่ระลึก	3.88	1.01	มาก
การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย	4.58	0.93	มากที่สุด
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	4.61	0.93	มากที่สุด
การจัดช่องทางทางการตลาด	3.97	0.96	มาก

ตารางที่ 15 ปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค้ามวยไทยของนักท่องเที่ยวดังชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยในภาพรวมทุกภาค(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	4.62	0.94	มากที่สุด
คุณภาพของการให้บริการ	4.19	0.88	มาก
รวม	4.12	0.96	มาก

จากการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศในภาพรวมทุกภาค ในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวกมากที่สุด ($\bar{x} = 4.72$) รองลงมาเป็นอุปกรณ์มีความพอเพียง ($\bar{x} = 4.59$) และอุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ($\bar{x} = 4.58$) ปัจจัยด้านความสะดวกและความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยจากมิจฉาชีพมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$) รองลงมาเป็นความสะดวกของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ($\bar{x} = 4.73$) และคือความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อมปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$) รองลงมาเป็นความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย ($\bar{x} = 4.82$) และคุณภาพของครูฝึก ($\bar{x} = 4.67$) ปัจจัยด้านหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีการบูรณาการการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$) รองลงมาเป็นมีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ ($\bar{x} = 4.12$) และมีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย ($\bar{x} = 4.01$) ปัจจัยด้านการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีการบูรณาการและเครื่องมืออุปกรณ์กีฬามากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$) รองลงมาเป็นมีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ ($\bar{x} = 4.56$) และอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน ($\bar{x} = 3.97$) และปัจจัยด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ามีการเชื่อมโยงกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$) รองลงมาเป็นความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ ($\bar{x} = 4.62$) และจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม ($\bar{x} = 4.62$)

สำหรับข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้ามวยไทยในสนามมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศของภาคตะวันตก (จังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรี) พบว่าปัจจัยความสำเร็จที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือด้านบุคลากร ($\bar{x} = 4.35$) รองลงไปที่คือสถานที่และอุปกรณ์ ($\bar{x}$

=4.23) หลักสูตรและกิจการการเรียนการสอน ($\bar{x}$ =4.14) การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา ($\bar{x}$ =4.10) และน้อยที่สุดคือความสะอาดและความปลอดภัย ($\bar{x}$ =3.82) ในขณะที่ภาพรวมของทุกภาคพบว่า ความสะอาดและความปลอดภัยมาเป็นลำดับแรก ($\bar{x}$ =4.45) รองลงไปด้านบุคลากร ($\bar{x}$ =4.42) สถานที่และอุปกรณ์ ($\bar{x}$ =4.31)การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา ($\bar{x}$ =4.27) และน้อยที่สุดคือหลักสูตรและกิจการการเรียนการสอน ($\bar{x}$ =3.96)

ด้านบุคลากรจึงเป็นจุดแข็งของปัจจัยสำเร็จของจังหวัดราชบุรีและจังหวัดกาญจนบุรีเพราะทั้งสองจังหวัดมีผู้เรียนที่มีความผูกพันระหว่างบุคลากร ($\bar{x}$ =4.78) มีการเอาใจใส่ผู้เรียนจากผู้สอน ($\bar{x}$ =4.69) มีผู้ฝึกที่มีคุณภาพ ($\bar{x}$ =4.60) และมีสัดส่วนผู้ฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติพอเหมาะ ($\bar{x}$ =4.57) เนื่องจากทั้งสองจังหวัดมีค่ายมวยจำนวน 2 ค่าย คือ ค่าย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และค่ายศิษย์มนต์ชัย ซึ่งมีนักทองเที่ยวจำนวนไม่มากนัก การดูแลเอาใจใส่จึงมีความสะดวกในขณะที่สองจังหวัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีศูนย์กลางที่จังหวัดราชบุรี ทำให้จังหวัดราชบุรีสามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีการเรียนมวยไทยของชาวต่างชาติเป็นหลัก โดยการจัดตั้งเป็นศูนย์การผลิตและการบริการสินค้ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มภาคตะวันตกและอาเซียน โดยมีการข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย โครงการจัดสัมมนาวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันตกโดยใช้มวยไทยเป็นสินค้าหลักและบริการ โดยกระจายและมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ มีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวนผึ้งจังหวัดราชบุรี และในจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากศักยภาพของวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ องค์ความรู้ ด้านมวยไทย มีหลักสูตรมวยไทยที่หลากหลาย มีอาจารย์และนักศึกษาด้านมวยไทยทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก และมีนักศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ภาษาอังกฤษและภาษาจีน จัดผลิตสินค้าและบริการ สร้างกระบวนการและกิจกรรมประสานกับทุกภาคให้นักท่องเที่ยวมาพบประสบการณ์ใหม่ ที่มีความแตกต่างจากการเรียนมวยไทยที่วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย ประเด็นสำคัญคือต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยใช้องค์ประกอบ ปัจจัยสำเร็จธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทั้ง 6 ด้านจากงานวิจัยครั้งนี้โดยเฉพาะเรื่องเครือข่ายและการตลาดร่วมกับค่ายมวยในสมัย ภูเก็ตกรุงเทพ พัทยาและเชียงใหม่

อีกทั้งค่ายมวยไทยเพื่อการแข่งขันกีฬาบางค่ายมวยไม่ได้รับสอนชาวต่างประเทศ เนื่องจากมุ่งทำค่ายมวยเพื่อแข่งขันหวังผลแพ้ชนะเพียงอย่างเดียว และส่วนใหญ่ไม่มีศักยภาพที่จะสอนชาวต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่และอุปกรณ์ความสะอาดและความปลอดภัย หลักสูตรและการเรียนการสอน บุคลากรที่จะสอน การนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ ด้านเครือข่ายและการตลาด แต่ขณะนี้ค่ายมวยจำนวนมาก มีการปรับปรุงค่ายมวยให้มีมาตรฐานเพื่อที่จะรองรับชาวต่างประเทศที่เข้ามาเรียนมวยเพื่อผลตอบแทนทางธุรกิจ และเพื่อให้มีรายได้สำหรับความมั่นคงของค่ายมวย ในแถบเดียวกันก็จัดนักกีฬามวยไทยไว้เพื่อเข้าแข่งขันตามสนามมวยมาตรฐานด้วยเพื่อสร้างชื่อเสียงและความมั่นใจให้กับชาวต่างประเทศในการเข้ามาเรียน

ดังนั้นจากผลการวิจัยพบว่าค่ายมวยที่สอนชาวต่างชาติที่ได้มาตรฐานจัดส่งนักมวยเข้าแข่งขันตามเวทีมาตรฐานต่างๆเกือบทุกค่าย เพราะนอกจากการหาประสบการณ์ให้กับผู้เรียนและยังเป็นการใช้มวยไทยที่มีชื่อเสียงสอนต่างชาติอีกด้วย

ในการเปิดค่ายมวยต้องมีการขออนุญาตจากนายทะเบียนสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ในต่างจังหวัด ยื่นขอจัดตั้งค่ายมวยที่การกีฬาแห่งประเทศไทยในหน่วยงานของแต่ละจังหวัด ซึ่งหลักสูตรการเรียนการสอนมีความแตกต่างกันระหว่างค่ายมวยที่เปิดสอนนักมวยเพื่อแข่งขัน กับสอนเพื่อการท่องเที่ยวและสุขภาพ โดยหลักสูตรการสอนเพื่อการแข่งขันจะมีหลักสูตรเพื่อสำหรับฝึกนักมวย โดยจะฝึกนักมวยทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันเสาร์ โดยจะทำการฝึกทั้งเช้าและเย็น จะประกอบไปด้วยการวอร์มอัพ การเตะกระสอบ เตะเป้า ปล้ำ เรียนเทคนิคการชก และการแก้เกมส์ มีการเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายโดยการวิ่งเข้า และช่วงเย็น จะฝึกการเล่นฟิตเนสส่วนหลักสูตรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันตามความต้องการของผู้เรียนดังนี้

1. หลักสูตรแบบเดียวกับนักมวยที่เข้าแข่งขัน สำหรับคนที่ต้องการแข่งขัน
2. หลักสูตรระยะสั้น 1 วัน 2 วัน 3 วัน 5 วันและ ทุกๆวัน เน้นการเรียนมวยแบบการเคลื่อนไหวที่ใช้หมัด เท้า เข่า ศอก และการชกเป้า
3. หลักสูตรระยะกลาง 3 สัปดาห์ถึงหนึ่งเดือน เรียนรู้เกี่ยวกับการไหว้ครู การใช้อวัยวะ หมัด เท้า เข่า ศอก แม่ไม้ กลมมวย เฆ็วมวย
4. หลักสูตรมวยโบราณ เน้นการเรียนรู้การไหว้ครู แม่ไม้ลูกไม้ กลมมวย เฆ็วมวย ตามเพลงมวย
5. หลักสูตรมวยไทยเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การเดินออกอาวุธ หมัด เท้า เข่า และศอก โดยเน้นประกอบดนตรี การซ้อมกับเป้า
6. หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัวและรักษาความปลอดภัย เป็นการประยุกต์ใช้มวยไทยในสถานการณ์ที่ถูกคุกคาม หรือฉุกเฉิน ใช้สำหรับควบคุมสถานการณ์ได้
7. หลักสูตรมวยไทยอาชีพ ใช้เวลาเรียนเกิน 1 เดือนขึ้นไป ประกอบกับการฝึกให้ร่างกายแข็งแรง การเตะกระสอบและการชกเป้า การปล้ำ การใช้เทคนิคการชก ไม่ตายสำหรับนักมวยกติกการชก
8. หลักสูตรนักมวยไทยสมัครเล่น เน้นการคุ้นชินกับกับการใช้อุปกรณ์การป้องกันตัว ศีรษะ หน้าอก แข้ง อย่างอื่น ๆ สำหรับมวยไทยอาชีพ

ระเบียบข้อบังคับในการเปิดค่ายมวยโดยตรงไม่มี แต่อาศัยระเบียบของคณะกรรมการกีฬามวย ว่าด้วยการมีบัตรประจำตัวของหัวหน้าค่ายมวย ตามพระราชบัญญัติการกีฬามวย พ.ศ. 2542 โดยใช้แบบของจดทะเบียน และขอมีบัตรประจำตัวหัวหน้าค่ายมวย โดยมีข้อกำหนดดังนี้

1. ค่าจดทะเบียนเป็นหัวหน้าค่ายมวย และขอมีบัตรประจำตัวสำหรับค่ายมวย และการขอ
2. มีบัตรประจำตัวสำหรับค่ายมวย
3. รูปถ่ายขนาด 2.5 x 3 ซม. จำนวน 2 ภาพ
4. สำเนาทะเบียนบ้าน
5. บัตรประจำตัวประชาชน/ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ

6. ภาพถ่ายสถานที่จัดตั้งค่ายมวย ป้ายชื่อค่ายมวย
7. เอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวย
8. หนังสือรับรองการตรวจสุขภาพจากแพทย์
9. เอกสารการต่อทะเบียนสำหรับสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในหรือหน่วยงานในจังหวัด

10. การเรียนการสอน นักมวย และผู้เรียนรู้มวยไทยในแต่ละคนเป็นเอกสิทธิ์ของหัวหน้าค่าย ถือว่าเป็นผู้ควบคุมมาตรฐานของทุกคนในค่ายมวย ฉะนั้นค่ายมวยจึงมีมาตรฐานการเรียนการสอน แตกต่างการออกไปตามที่หัวหน้าค่ายมวยและครูมวยเป็นผู้กำหนด

ส่วนการจัดการด้านที่พักสำหรับนักมวยนั้นหากเป็นโรงแรมต้องปฏิบัติตาม พรบ.ธุรกิจ โรงแรม หรือการก่อสร้างที่พักต้องมีการควบคุมโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยนั้นไม่มีมาตรฐานที่เท่ากันขึ้นอยู่กับแต่ละค่ายมวยที่จะมีการกำหนดเองหรือยืมมวยจะเป็นผู้กำหนดเอง ส่วนมากจะมีราคาไม่เท่ากันในแต่ละภูมิภาค ในภาคใต้ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น สมุย ภูเก็ต พังงา ค่าเรียนจะมีราคาสูง พัทยาและกรุงเทพมหานครจะมีค่าเรียนใกล้เคียงกับภาคใต้ ส่วนที่เชียงใหม่ ราชบุรีและกาญจนบุรี สมุทรปราการและปทุมธานีจะมีราคาที่ไม่สูงมากนัก ดังนี้

1. ราคาค่าเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้ง ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 – 1,200 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 2,000.-10,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 8,000.-20,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-70,000 บาท
- เรียนหลักสูตรระยะ 3 เดือนๆละ 50,000.-100,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวม

ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้

- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000 – 3,000บาท

2. ราคาค่าเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 800 -1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 4,000.-8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 20,000.-40,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-60,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวม

ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้

- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000 – 3,000บาท

ฉะนั้นควรมีการส่งเสริมค่ายมวยที่เน้นการแข่งขันมาส่งเสริมการทำค่ายมวยเพื่อการท่องเที่ยวเพราะมีต้นทุนอยู่แล้วจะทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้นและมีความมั่นคงมากขึ้น ภาครัฐและ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการจัดค่ายมวยเพื่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยอาจให้หัวหน้าค่ายจะต้องผ่านการอบรมการจัดค่ายมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวก่อนทำค่ายและควรมีการแก้ไขการลงตราประทับระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยให้มีระยะเวลานานขึ้นตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดเนื่องจากธุรกิจค่ายมวยไทยนิยมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเน้นรายได้สูง ชาวต่างประเทศนิยมมาเรียนในประเทศไทยจำนวนมากทำให้ชาวต่างชาติมาเปิดธุรกิจด้านนี้ โดยใช้ชื่อตัวแทนที่เป็นคนไทยรับนักท่องเที่ยวมาเรียนจากต่างประเทศมาเรียนด้วยค่าใช้จ่ายที่สูง โดยจ้างคนไทยเป็นผู้ฝึกสอน โดยได้เพียงค่าแรงที่ไม่มาก ทำให้ต่างชาติที่มีเงินทุนนำรายได้ออกนอกประเทศ ซึ่งควรมีการควบคุมอาชีพค่ายมวยเพื่อการท่องเที่ยวสงวนไว้ให้เฉพาะคนไทยในประเทศไทยเท่านั้น

5. องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

ชื่อองค์ประกอบ	ค่าไอแกน	ร้อยละความแปรปรวน
1.การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด	12.00	21.05
2.การมีบุคลากรมวยไทยที่มีศักยภาพสูง	8.215	14.41
3.การมีหลักสูตรเรียนที่มีศักยภาพสูง	6.149	10.79
4.สถานที่และอุปกรณ์ฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ	4.125	7.24
5.ความสะอาดและความปลอดภัย	2.204	3.87
6.การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา	1.683	2.95
รวม	34.376	60.24

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรทั้งหมดในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ โดยการจำแนกนั้นในแต่ละข้อที่สร้างองค์ประกอบนั้นต้องมีค่าน้ำหนักไม่ต่ำกว่า .30 (Hair,1995) และมีค่า **Comulative %** เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นผู้วิจัยสามารถจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศนี้มาใช้ได้ 6 องค์ประกอบและมีค่าร้อยละความแปรปรวนทั้งหมดเท่ากับ 60.24 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 สนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด	ค่าน้ำหนัก
มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย	.918

เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ	.850
เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว	.890
เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน	.881
การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	.831
การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย	.845
การสร้างแฟนคลับ	.887
จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย	.814
จัดจำหน่ายอาหาร	.895
จัดที่พักไว้บริการ	.818
จำหน่ายซูวีเนียร์และของที่ระลึก	.860
การสร้างกระแสมวยนิยมของค่ายและนักมวย	.909
จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม	.829
การจัดช่องทางทางการตลาด	.817
ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ	.907
คุณภาพของการให้บริการ	.894
ค่าไอแกน	12.00
ร้อยละความแปรปรวน	21.05

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 16 ปัจจัย ได้แก่ มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนการสร้างจุดเด่นของค่ายมวยการสร้างแฟนคลับจัดทำเกียรติประวัติค่ายมวยจัดจำหน่ายอาหาร จัดที่พักไว้บริการจำหน่ายซูวีเนียร์และของที่ระลึก การสร้างกระแสมวยนิยมของค่ายและนักมวยจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อมการจัดช่องทางทางการตลาดความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศและคุณภาพของการให้บริการ จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 12.00 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 2 การมีบุคลากรมวยไทยที่มีศักยภาพสูง	ค่านำหนัก
ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย	.793

คุณภาพของครูฝึก	.764
คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก	.781
สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ	.789
การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน)	.785
การสร้าง ความเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน)	.785
ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน	.775
การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน	.774
การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน	.787
การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพของผู้สอน	.734
มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย	.886
บุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี	.789
การส่งเสริมความมีวินัยในการฝึก	.879
ค่าไอแกน	8.215
ร้อยละความแปรปรวน	14.41

ของค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 13 ปัจจัย ได้แก่ ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย คุณภาพของครูฝึก คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน การสร้าง ความเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน การสร้าง ความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพของผู้สอน และมีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การมีบุคลากรมวยไทยที่มีศักยภาพสูง” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 8.215 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 3 การมีหลักสูตรเรียนที่มีศักยภาพสูง	ค่านำหนัก
ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน	.697

มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน	.794
มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย	.723
มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ	.692
มีบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้	.758
มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก	.752
มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง	.795
มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน	.797
มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน	.795
มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยไทย	.689
มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย	.719
ค่าไอแกน	6.149
ร้อยละความแปรปรวน	10.79

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 11 ปัจจัย ได้แก่ ค่ามวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียนมีระบบการคัดเลือกผู้เรียนมีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัยมีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถมีบรรยากาศการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึกมีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเองมีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียนมีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียนมีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยไทยและมีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การมีหลักสูตรเรียนที่มีศักยภาพสูง” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 6.149 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 4 สถานที่และอุปกรณ์ฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ	ค่าน้ำหนัก
สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม	.694
สถานที่ที่มีพื้นที่สำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์	.754
สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก	.693
สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม	.748
อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	.699
อุปกรณ์มีความทันสมัย	.689
อุปกรณ์มีความพอเพียง	.728
ความสะอาดของอาคารสถานที่	.736
ค่าไอแกน	4.125
ร้อยละความแปรปรวน	7.24

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 8 ปัจจัย ได้แก่ สถานที่มีเนื้อที่เหมาะสม สถานที่มีพื้นที่สำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์ สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก สถานที่จัดแบ่งเป็นอุปกรณ์มีความ

พอเพียงสัดส่วนเหมาะสม อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอุปกรณ์มีความทันสมัยและความสะอาดของอาคารสถานที่ จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “สถานที่และอุปกรณ์ฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 4.125 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 5 ความสะอาดและความปลอดภัย	ค่าน้ำหนัก
ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	.674
ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า	.596
ความปลอดภัยของอาคาร	.678
ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม	.682
ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ	.685
ค่าไอแกน	2.204
ร้อยละความแปรปรวน	3.87

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อมความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าความปลอดภัยของอาคารความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อมและความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “ความสะอาดและความปลอดภัย” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 2.204 ดังนี้

องค์ประกอบที่ 6 การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา	ค่าน้ำหนัก
มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ	.689
มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน	.629
มีบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์คันทันชีพ	.573
มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน	.696
ค่าไอแกน	1.683
ร้อยละความแปรปรวน	2.95

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอมีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน มีบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์คันทันชีพและมีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน จึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา” โดยตัวแปรกลุ่มนี้มีระดับค่าไอแกนเท่ากับ 1.683 ดังนี้

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรม และความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในค่ายมวยไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประกอบด้วย ข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย ด้านเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยในประเทศไทย ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตลาด และด้านการประชาสัมพันธ์มวยไทยควรมีวิธีการอย่างไร ซึ่งมีเนื้อหาสำคัญดังนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 17 ลักษณะข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	269	67.3
หญิง	131	32.7
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	15	3.7
อายุ 20-30 ปี	234	58.5
อายุ 31-40 ปี	91	22.7
อายุ 41-50 ปี	37	9.3
อายุ 51-60 ปี	15	3.8
อายุ 61-70 ปี	7	1.8
อายุมากกว่า 70 ปี ขึ้นไป	1	0.2
4.ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	58	14.5
อนุปริญญา/ปวส	22	5.5
ปริญญาตรี	222	55.5
ปริญญาโท	81	20.3
สูงกว่าปริญญาโท	17	4.2
5. อาชีพ		
พนักงานของรัฐ	33	8.3
พนักงานเอกชน	21	5.2
นักธุรกิจ	50	12.5
นักกีฬา	24	6.0
ลูกจ้าง	13	3.2
วิศวกร	27	6.7
นักศึกษา	121	30.3
รับจ้างอิสระ	40	10.0

ตารางที่ 17 ลักษณะข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (N=400)	ร้อยละ
--------------	---------------	--------

ไกด์	21	5.2
ไม่ตอบ	54	13.5
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5000 \$	51	12.7
5000\$ – 10,000\$	56	14.0
10,001 \$– 20,000\$	26	6.5
20,001 \$– 30,000\$	5	1.3
30,001 \$– 40,000\$	5	1.2
40,001 \$– 50,000\$	10	2.5
มากกว่า 50,000\$ ขึ้นไป	3	0.8
ไม่ตอบ	244	61.0
7. เดินทางมาจากแถบทวีป		
เอเชีย	141	35.2
ยุโรป	161	40.3
ออสเตรเลีย	24	6.0
แอฟริกา	4	1.0
อเมริกาเหนือ	70	17.5
8. คุณมาดูกิจกรรมของมวยไทยกี่ครั้ง		
ไม่เคย	157	39.3
1-3 ครั้ง	140	35.0
4-6 ครั้ง	40	10.0
มากกว่า 6 ครั้ง	63	15.7
9. คุณเดินทางมาดูมวยไทยโดยวิธีใด		
รถยนต์ส่วนตัว	64	16.0
รถบัส	38	9.5
บีทีเอส /เอ็มอาร์ที	64	16.0
แท็กซี่	166	41.5
รถจากกรุ๊ปทัวร์	68	17.0
10. ในความคิดเห็นของคุณนั้นได้รับอะไรบ้างจากการดูมวยไทย		
ด้านความบันเทิง	223	55.8
ด้านวัฒนธรรมไทย	247	61.8
ด้านทักษะการต่อสู้ป้องกันตัว	170	42.5
ด้านสุขภาพ	44	11.0
ด้านธุรกิจ	11	2.8

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 67.3 และเพศหญิง ร้อยละ 23.7 มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ

58.5 รองลงมาคือมีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 22.7 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 55.5 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาโท ร้อยละ 20.3 โดยเป็นกลุ่มนักเรียน ร้อยละ 30.3 นักธุรกิจ ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 12,904 ดอลลาร์และอยู่ในช่วงระหว่าง 5,000\$ – 10,000 ดอลลาร์ ร้อยละ 14.0 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากแถบทวีปยุโรป ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ ทวีปเอเชีย ร้อยละ 35.2 ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมาดูกิจกรรมมวยไทย ร้อยละ 39.3 รองลงมาเคยมาดูมวยไทย 1-3 ครั้ง ร้อยละ 35.0 และเดินทางเดินทางมาดูมวยไทยด้วยรถแท็กซี่มากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมาเป็นรถจากกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 17.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าชมการแข่งขันมวยไทยว่าได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยมากที่สุด ร้อยละ 61.8 รองลงมาเป็นด้านความบันเทิง ร้อยละ 55.8 เป็นต้น

2.ด้านช่องทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย

ตารางที่ 18 ช่องทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย

ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสาร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
อินเทอร์เน็ต ,เว็บไซต์, เว็บบอร์ด	3.65	1.16	มาก
โซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก,อินสตาแกรม,ไลน์	3.87	1.06	มาก
โทรทัศน์	3.59	1.07	มาก
วิทยุ	1.82	1.12	น้อย
หนังสือพิมพ์	1.94	1.09	น้อย
นิตยสาร	1.98	1.06	น้อย
หนังสือ	1.89	1.07	น้อย
เพื่อน,ญาติ หรือคนที่รู้จักกัน	2.81	1.24	ปานกลาง
นิทรรศการมวยไทย	2.15	1.22	น้อย
การแข่งขันชมมวยไทย	2.32	1.34	น้อย
โฆษณาจากโปรแกรมการท่องเที่ยว	2.31	1.17	น้อย
รวม	2.58	1.15	ปานกลาง

จากการสำรวจข้อมูลด้านช่องทางในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย พบว่า ช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวเกี่ยวกับมวยไทยมากที่สุด คือ ช่องทางด้านโซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรมและไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.06 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็น อินเทอร์เน็ต ,เว็บไซต์, เว็บบอร์ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.16 อยู่ในระดับมาก และช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยน้อยที่สุด คือ ช่องทางการสื่อสารทางวิทยุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 อยู่ในระดับน้อย ดังแสดงในตารางที่ 18

3. เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยในประเทศไทย

ตารางที่ 19แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยในประเทศไทย

เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทย	$\bar{X}$	SD	แปลผล
มวยไทยเป็นกีฬาที่ดีต่อการออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง	3.76	0.99	มาก
มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัว	3.87	1.06	มาก
การไหว้ครูมวยไทยเป็นส่วนหนึ่งที่น่าสนใจในการเข้าชม	3.57	1.07	มาก
การใช้ ทักษะ หมัด เท้า เข่า ศอก ในการป้องกันตัว มีความน่าสนใจ	3.46	1.10	ปานกลาง
ศิลปะการป้องกันตัวประจำชาติไทย (มวยไทย) มีความน่าสนใจ	3.64	1.03	มาก
การต่อสู้ด้วยมือเปล่ามีความน่าสนใจ	3.30	1.02	ปานกลาง
มวยไทยเป็นชนิดกีฬาที่สร้างความบันเทิง	3.74	0.99	มาก
ต้องการศึกษาธุรกิจทางด้านมวยไทยเพื่อนำไปสานต่อในประเทศตนเอง	2.94	1.28	ปานกลาง
ต้องการหาประสบการณ์การต่อสู้แบบชุมชนเพื่อนำไปใช้ในต่างประเทศ	2.81	1.34	ปานกลาง
ต้องการมาชมมวยไทยอีกครั้ง	3.56	1.16	มาก
รวม	3.46	1.10	ปานกลาง

จากการสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยมวยไทยมากที่สุด คือ เป็นศิลปะการป้องกันตัว มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.06 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นมวยไทยเป็นกีฬาที่ดีต่อการออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.99 อยู่ในระดับมาก และต้องการหาประสบการณ์การต่อสู้แบบชุมชนเพื่อนำไปใช้ในต่างประเทศเป็นเหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.34 อยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 19

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย

ตารางที่ 20 ปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย

	ปัจจัย	$\bar{x}$	SD	แปลผล
คู่มวย	1.คู่มวย น่าสนใจ	3.62	0.95	มาก
	2.จำนวนคู่มวยมีความเหมาะสม	3.64	0.87	มาก
	3.ราคาของแพ็คเกจ	3.58	1.05	มาก
ราคา	4.ระบบการชำระเงิน	3.53	0.98	มาก
	5.ส่วนลดจากการจองบัตรเข้าชมมวยไทย	3.49	0.99	ปานกลาง
	6.เวทีมวยไทยสามารถเข้าถึงได้ง่าย	3.71	0.96	มาก
สถานที่	7.สถานที่จัดจำหน่ายบัตรเข้าชมมีความเพียงพอ	3.59	0.98	มาก
	8.สามารถจองบัตรเข้าชมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	3.47	1.02	ปานกลาง
	9.การติดโฆษณาสัญญาณ เช่น รถยนต์ หรือ รถประจำทาง	3.48	0.97	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์	10.ป้ายโฆษณา	3.43	0.97	ปานกลาง
	11.การโฆษณาบนโบชัวร์	3.42	0.98	ปานกลาง
	12.การให้บริการที่มีคุณภาพและตรงต่อเวลา	3.66	0.88	มาก
บุคลากร	13.มีทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษ	3.65	0.94	มาก
	14.อัยยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	3.81	0.95	มาก
	15.สถานที่ชมมวยไทยเป็นที่ดึงดูดให้เข้าชม	3.72	0.92	มาก
กายภาพ	16.ความสะอาดของพื้นที่บริเวณเวที	3.79	0.89	มาก
	17.ที่นั่งชมมีความเพียงพอ	3.78	0.93	มาก
กระบวนการ	1.การซื้อตั๋วของแต่ละโปรแกรม หรือ แพคเกจ มีความสะดวก	3.63	0.93	มาก
	2.ความคล่องตัว หรือความสะดวกของ ระบบการตรวจเช็คตั๋ว หรือบัตรเข้าชม	3.57	0.95	มาก
รวม		3.61	0.95	มาก

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เห็นด้วยกับปัจจัยด้านบุคลากรมีอัยยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.95 อยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็น ความสะอาดของพื้นที่บริเวณเวทีที่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.89 อยู่ในระดับมากและน้อยที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์โดยโฆษณาบนโบชัวร์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.42ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.98 อยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงในตารางที่ 20

5. วิธีการประชาสัมพันธ์มวยไทย

ตารางที่ 21 วิธีการประชาสัมพันธ์มวยไทย

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
แฟ้มเกจ	108	27.0
อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์	280	70.0
อินสตาแกรม	118	29.5
โซเชี่ยลมีเดีย	180	45.0
โทรทัศน์	177	29.3
นิทรรศการมวยไทย	69	17.3
การจัดกิจกรรมมวยไทยในต่างประเทศ	69	17.3
นิตยสาร	41	10.3
หนังสือพิมพ์	50	12.5
เครือข่ายมวยไทย	29	8.3

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการประชาสัมพันธ์มวยไทยจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการประชาสัมพันธ์ทางด้าน อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ มากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมาเป็น โซเชี่ยลมีเดียอินสตาแกรม โทรทัศน์ และ แฟ้มเกจคิดเป็นร้อยละ 45.0 ,29.5,29.3 และ 27.0 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 21

อีกทั้งผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหลังจากได้เข้าชมมวยไทยพบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้สึกรักอยากกลับมาชมมวยไทยอีกครั้ง เพราะมีความรู้สึกรักมวยไทย ต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น ชอบความตื่นเต้นเวลานักมวยขึ้นชกบนเวทีแล้วมีเสียงร้องจากผู้ชมดังทั่วเวที ชอบวัฒนธรรมไทยเวลารាំมวยไทย และตอนชมมวยไทย รู้สึกตื่นเต้นเมื่อดูทักษะการชกของนักมวย (หมัด เท้า เข่า ศอก) ชอบเวลาต้องมาลุ้นว่าใครจะแพ้ หรือใครจะชนะ การชมมวยไทยเป็นกีฬาที่ให้ความบันเทิงเป็นอย่างมาก ต้องการสนับสนุน และเผยแพร่มวยไทยให้หลายๆ คนทราบว่ามันเยี่ยมมาก เป็นเวลาแห่งความสุขเมื่อชมมวยไทย เป็นกีฬาที่มีความแตกต่างจากประเทศอื่นและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาก และเป็นประโยชน์อย่างมากในการเอาไปปรับปรุงในทักษะการชกของตนเอง

7. กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเพียง 1 กลยุทธ์ คือ จากการชี้แนะแนวทางของผู้ทรงคุณวุฒิ การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทย โดยมีส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและช่องทางการนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ประเด็นกลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทยหรือการสร้างมวยไทยเป็นสินค้าและบริการ มีโครงการรายละเอียดส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) หลักสูตรและโปรแกรมการฝึกมวยไทย

-มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย

-มวยไทยเพื่ออาชีพ

-มวยไทยเพื่อป้องกันตัว

-มวยไทยเพื่อการกีฬา

-มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย

-มวยไทยเพื่อการบันเทิง (ภาพยนตร์)

-มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์)

-มวยไทยเพื่อประยุกต์เข้ากับการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC

-มวยโบราณ

2) ครูมวยไทย หรือผู้ฝึกสอนมวยไทย

3) การไหว้ครูมวยไทยและครอบครูมวยไทย

4) มวยไทยในโรงแรม

5) กรรมการมวยส่งออก

6) สินค้าและอุปกรณ์การฝึกซ้อมและแข่งขันมวยไทย

7) โปรโมเตอร์มวยไทยนานาชาติ

8) สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกหรือ сувениร์เกี่ยวกับมวยไทย เช่น รูปปั้นท่ามวยท่าต่างๆ พวงกุญแจ กางเกงนักมวย เสื้อคลุม

9) การนวดมวยไทยและน้ำมันนวดมวยไทย

- 10) นักมวยไทย
- 11) ผู้สื่อข่าวกีฬามวยไทยและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย
- 14) หลักสูตรตามสมรรถนะสำหรับนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติดีที่เป็นมาตรฐาน
- 15) การแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกและมวยเอเชียอาชีพ
- 16) โปรแกรมการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เช่น ไทยไฟท์ คุณหลุนไฟท์

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) นายสนามมวย
- 2) นักธุรกิจมวยไทย
- 3) โปรโมเตอร์มวย(ผู้จัดรายการแข่งขันมวยไทย)
- 4) เจ้าหน้าที่สนามมวย
- 5) เทรนเนอร์นักมวยไทย
- 6) หัวหน้าค่ายมวยไทย
- 7) กรรมการมวยหรือผู้ตัดสินกีฬามวยไทย
- 8) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 9) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) ที่ตั้งสนามมวย
- 2) ที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย
- 3) สปอร์ต คอมเพล็กซ์มวยไทย
- 4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ
- 5) โรงแรมที่มียิมมวยไทย

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การสร้างเครือข่ายด้านการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย อาเซียน กลุ่มอาหรับ ฯลฯ
- 2) การรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าเก่าเช่นกลุ่มยุโรป ออสเตรเลีย
- 3) การใช้โซเชียลมีเดียในการเจาะกลุ่มตลาด เช่น ไลน์ อินเทอร์เน็ต อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก
- 4) การใช้สื่อทีวีเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ
- 5) จัดทำยูทูบพรายการชกที่สำคัญเผยแพร่ต่างประเทศ
- 6) จัดสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยและนักมวยไทยเผยแพร่ต่างประเทศ
- 7) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 8) จัดสร้างแบรนด์มวยไทยให้ชัดเจนเช่น การไหว้ครู ทำมวยไทย ซูเปอร์สตาร์มวยไทย
- 9) จัดทำแผนที่ค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศทั่วประเทศบนอินเทอร์เน็ต
- 10) ควบแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทย คู่กับมวยไทย เช่น นวดไทย รำไทย อาหารไทย ในท่องเที่ยววิถีชีวิตไทย
- 11) จัดทำค่ายมวยไทยในโรงแรม

- 12) มีหลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง และเด็กนักเรียนมาเพื่อเก็บประสบการณ์โดยมีวุฒิบัตร
- 13) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอการเรียนมวยไทย
- 14) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ
- 15) นำนักมวยไทยไปประชาสัมพันธ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและแหล่งชองทางนำเสนอ(Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) จัดระดับความสามารถด้านมวยไทยตามความสามารถของชาวต่างชาติ
- 2) สร้างเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ
- 3) จัดทำมาตรฐานและสื่อการสอน ค่ายมวย โรงเรียน ยิมมวยไทยสำหรับสอนชาวต่างประเทศในประเทศไทยให้สอนอย่างมีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) กำหนดราคาเป็นแพคเกจรวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทยและชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

การกำหนดราคาในการเรียนสำหรับชาวต่างชาติแต่ละหลักสูตรนั้นขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละภูมิภาค ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งการกำหนดราคาในการเรียนแต่ละหลักสูตร ดังนี้

1.1 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้ง ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 – 1,200 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 2,000.-10,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 8,000.-20,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-70,000 บาท
- เรียนหลักสูตรระยะ 3 เดือนๆละ 50,000.-100,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 3,000 บาท

1.2 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 800 -1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 4,000.-8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 20,000.-40,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-60,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 3,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การขยายเวลาลงตราประทับพำนักในประเทศไทยเท่ากับช่วงระยะเวลาที่มาเรียนมวยไทยจริง
- 2) สร้างเครือข่ายโซ่ห่วงคุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม สถาบัน เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีลักษณะการจัดทำอุปทาน (Supply) ประกอบด้วย สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านมวยไทย และประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อจัดหาตลาดทำด้านอุปสงค์ (Demand)
- 3) การขับเคลื่อนและการกำกับติดตามกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
 - 3.1 หน่วยงานกำกับติดตามภาครัฐต้องตั้งคณะกรรมการกำกับติดตามโดยมี รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายการท่องเที่ยวเป็นประธานกำกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไปถึงระดับจังหวัดให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อน
 - 3.2 หน่วยงานการปกครองท้องถิ่นเข้ามาดูแลสนับสนุนในการบริหารจัดการในระดับล่างให้ค่ายมวย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติดูแลกำกับมาตรฐานมวยไทย
- 5) การจัดเครือข่ายค่ายมวยไทย ยิมมวยไทย และโรงเรียนมวยไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- 6) จัดกระบวนการเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย การจัดบริการต่างๆ และการส่งออกกลับประเทศของชาวต่างชาติอย่างประทับใจ

ตารางที่ 22แผนผังกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

วิสัยทัศน์

มวยไทยเอกลักษณ์ชาติ สร้างเสริมการท่องเที่ยว สร้างคน สร้างรายได้และสร้างชาติ

กลยุทธ์ (Strategic Issues)	เป้าประสงค์ (Goal)	ตัวชี้วัด (Indicators)
1. ด้านสินค้าและ ผลิตภัณฑ์	1.สินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทย เข้าสู่ตลาดอย่างสมดุลระหว่าง อุปสงค์และอุปทาน เสริมสร้าง เศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างอาชีพ รายได้ และสนับสนุนการพัฒนา ประเทศ	- ปริมาณร้อยละของสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจากการส่งไปต่างประเทศ - มูลค่าการตลาดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้นทั้งในและต่างประเทศ - ร้อยละการเพิ่มขึ้นของค่าเฉลี่ยจากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจากมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว - จำนวนผู้ประกอบการรายใหม่เกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยมากยิ่งขึ้น
2.ด้านบุคลากร	2. องค์กรและบุคคลด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเติบโต ต่อเนื่องตามมาตรฐาน	- บุคลากรด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น - รายได้ของบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสูงขึ้น - จำนวนสถาบันองค์กร สถานศึกษา ภาคเอกชนและท้องถิ่นรักและร่วมกันอนุรักษ์ ศิลปะมวยไทยมากยิ่งขึ้น
3.ด้านกายภาพและ การนำเสนอ	3. ค่ายมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยวสามารถตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้อย่างสะดวก คล่องตัวและ รวดเร็ว	- ปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวมาเรียนและมาชมมวยไทยมากขึ้น - ปริมาณร้อยละมีเพิ่มขึ้นของการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทย
4.ด้านสถานที่และ ช่องทางการตลาด	4.ตลาดมวยไทยเพื่อการ ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น	- มูลค่าการตลาดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสูงขึ้น - จำนวนผู้เรียนมวยไทยและผู้ชมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสูงขึ้น

ตารางที่ 22แผนผังกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

กลยุทธ์ (Strategic Issues)	เป้าประสงค์ (Goal)	ตัวชี้วัด
5.ด้านราคา	5. ราคาและรายจ่ายสำหรับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวได้รับการเข้าถึงง่ายจากนักท่องเที่ยว	- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อราคาและรายจ่ายในส่วนต่างๆสำหรับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
6.ด้านการส่งเสริมการตลาด	6.กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	- ร้อยละของการตอบสนองต่อการส่งเสริมการตลาดของลูกค้ามวยไทย กลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มมากขึ้น - ร้อยละของประสิทธิภาพในช่องทางการสื่อสารมวยไทยไปสู่ต่างประเทศ
7.ด้านกระบวนการ	7. การดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆในกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว มีระบบสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้	- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดระบบการเข้าถึงมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย - ร้อยละที่เพิ่มปริมาณขึ้นของการเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทย

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
กลยุทธ์ที่ 1	ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	1.1 โครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงอุตสาหกรรม
	1.2 โครงการสร้างมวยไทยเป็นสินค้าและนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	1.3 โครงการมวยไทยภาคฤดูร้อนสำหรับนักเรียนชาวต่างชาติ	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	1.4 โครงการพัฒนาค่ายมวยไทยและยิมมวยไทยและโรงเรียนมวยไทยมาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย
	1.5 โครงการศูนย์มวยไทยเพื่อความบันเทิง						กระทรวงอุตสาหกรรม
	1.6 โครงการจัดหลักสูตรระยะสั้นที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาฝึกมวยไทย	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
	1.7 โครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย
	1.8 โครงการฝึกมวยไทยสำหรับสุขภาพสตรี	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
	1.9 โครงการส่งเสริมการแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย
	1.10 โครงการมวยไทยเพื่ออนุรักษ์สู่เยาวชนในสถาบันและสถานศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงศึกษาธิการ กรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	1.11 โครงการจัดแข่งขันมวยไทยอาชีพที่มีมาตรฐานและคุณภาพ						การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
กลยุทธ์ที่ 2	ด้านยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	2.1 โครงการสร้างกลไกเผยแพร่ความรู้ให้แก่บุคลากรในวงการมวยไทยเพื่อเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย
	2.2 โครงการพัฒนามัคคุเทศก์เพื่อขับเคลื่อนมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	2.3 โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ฝึกสอนมวยไทยให้มีมาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย กระทรวงศึกษาธิการ

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
กลยุทธ์ที่ 2	ด้านยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	2.4 โครงการสร้างกลไกเผยแพร่ความรู้ให้แก่บุคลากรในวงการมวยไทยเพื่อเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย
	2.5 โครงการพัฒนามัคคุเทศก์เพื่อขับเคลื่อนมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	2.6 โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ฝึกสอนมวยไทยให้มีมาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย กระทรวงศึกษาธิการ
	2.7 โครงการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องของมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย กระทรวงศึกษาธิการ
	2.8 โครงการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย						การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	2.9 โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
	2.10 โครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย
กลยุทธ์ที่ 3	ด้านกายภาพและการนำเสนอมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	3.1 โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในค่ายมวย ยิมมวยให้เหมาะสมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย
	3.2 โครงการทำแผนที่ค่ายมวยไทยและยิมมวย และโรงเรียนมวยไทยทั่วประเทศสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	3.3 โครงการทำแผนที่ค่ายมวยไทยและยิมมวย และโรงเรียนมวยไทยทั่วประเทศสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	3.4 โครงการส่งออกและผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงพาณิชย์
	3.5 โครงการเครือข่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
กลยุทธ์ที่ 4	ด้านสถานที่และช่องทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	4.1 โครงการกำหนดเขตพื้นที่หลักสำหรับเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและบริการด้านมวยไทย	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงพาณิชย์
	4.2 สร้างศูนย์การเรียนรู้มวยไทยต้นแบบสำหรับชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
	4.3 โครงการตลาดมวยไทยกลุ่มเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	4.4 โครงการตลาดจุดนัดพบด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงพาณิชย์
	4.5 โครงการพัฒนาค่ายมวย ยิมมวย และสนามมวยให้รองรับชาวต่างชาติที่มาเป็นครอบครัว	✓	✓	✓	✓	✓	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงศึกษาธิการ
	4.6 โครงการพิพิธภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงวัฒนธรรม

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
กลยุทธ์ที่ 5	ด้านราคามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	5.1 โครงการปรับราคาค่าชมมวยให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์	✓	✓	✓	✓	✓	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย
	5.2 โครงการกำหนดแพ็คเกจร่วมมวยไทยกับการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	5.3 โครงการจัดทำกำหนดราคารามาตรฐานสำหรับหลักสูตรต่างๆในแต่ละค่าย โรงเรียนมวยไทย และยิมไว้สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย กระทรวงศึกษาธิการ
กลยุทธ์ที่ 6	ด้านการส่งเสริมการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว						
	6.1 โครงการส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดสดการแข่งขันมวยไทยที่มีคุณภาพไปทั่วโลก	✓	✓	✓	✓	✓	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
	6.2 โครงการจัดสร้างและพัฒนาแฟนคลับเชียร์มวยไทยทั้งในและต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	การกีฬาแห่งประเทศไทย
	6.3 โครงการส่งทูตวัฒนธรรมมวยไทยไปยังต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงวัฒนธรรม
	6.4 โครงการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในโรงแรม	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	6.5 โครงการจัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้เอกชนจัดทำค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงพาณิชย์

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
	6.6 โครงการส่งเสริมการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงพาณิชย์
	6.7 โครงการจัดส่งเสริมการแข่งขันมวยไทยปลอดการพนัน	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา มวย
กลยุทธ์ที่ 7	ด้านกระบวนการมวยไทยเพื่อท่องเที่ยว						
	7.1 โครงการพัฒนาอุปสงค์อุปทานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	7.2 โครงการส่งเสริมการขออนุญาตตรวจลงตราพำนักในประเทศไทยให้นานกว่า 6 เดือน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทย	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงมหาดไทย สำนักตรวจคนเข้าเมือง
	7.3 โครงการพัฒนาหลักสูตรมวยไทยให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงศึกษาธิการ การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา มวย
	7.4 โครงการผลักดันมวยไทยให้เป็นวาระแห่งชาติ	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 23 กลยุทธ์ โครงการ และผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ(ต่อ)

กลยุทธ์/โครงการ		ระยะเวลาดำเนินการ (พ.ศ. 2560-2564)					ผู้รับผิดชอบ
		2560	2561	2562	2563	2564	
	7.5 โครงการจัดทำแผนบูรณาการมวยไทย	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	7.6 โครงการพัฒนาการเรียนการสอนให้มีมาตรฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	7.7 โครงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	7.8 โครงการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
	7.9 โครงการรณรงค์สื่อมวลชนส่งเสริมมวยไทย	✓	✓	✓	✓	✓	สำนักนายกรัฐมนตรี กรมประชาสัมพันธ์
	7.10 โครงการจัดตั้งเครือข่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	7.11 โครงการนำนโยบายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	7.12 โครงการพัฒนาการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสู่ตลาดจีน รัสเซีย อินเดีย และอาเซียน	✓	✓	✓	✓	✓	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
	7.13 โครงการพัฒนาสินค้าและวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นมารวมประชาสัมพันธ์ร่วมกับมวยไทย เช่น นวดไทย รำไทยและอาหารไทย	✓	✓	✓	✓	✓	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเพียง 1 กลยุทธ์ คือ จากการชี้แนะแนวทางของผู้ทรงคุณวุฒิ การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทย โดยมีส่วนผสมทางการตลาด 7 Ps ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและช่องทางการนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ประเด็นกลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทยหรือการสร้างมวยไทยเป็นสินค้าและบริการ มีโครงการรายละเอียดส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) หลักสูตรและโปรแกรมการฝึกมวยไทย

-มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย

-มวยไทยเพื่ออาชีพ

-มวยไทยเพื่อป้องกันตัว

-มวยไทยเพื่อการกีฬา

-มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย

-มวยไทยเพื่อการบันเทิง (ภาพยนตร์)

-มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์)

-มวยไทยเพื่อประยุกต์เข้ากับการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC

-มวยโบราณ

2) ครูมวยไทย หรือผู้ฝึกสอนมวยไทย

3) การไหว้ครูมวยไทยและครอบครูมวยไทย

4) มวยไทยในโรงแรม

5) กรรมการมวยส่งออก

6) สินค้าและอุปกรณ์การฝึกซ้อมและแข่งขันมวยไทย

7) โปรโมเตอร์มวยไทยนานาชาติ

8) สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกหรือ сувениร์เกี่ยวกับมวยไทย เช่น รูปปั้นท่ามวยท่าต่างๆ พวงกุญแจ กางเกงนักมวย เสื้อคลุม

9) การนวดมวยไทยและน้ำมันนวดมวยไทย

- 10) นักมวยไทย
- 11) ผู้สื่อข่าวกีฬามวยไทยและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย
- 14) หลักสูตรตามสมรรถนะสำหรับนักท่องเที่ยวยุวต่างชาติที่เป็นมาตรฐาน
- 15) การแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกและมวยเอเชียเนชัน
- 16) โปรแกรมการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เช่น ไทยไฟท์ คุณหลุนไฟท์

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) นายสนามมวย
- 2) นักธุรกิจมวยไทย
- 3) โปรโมเตอร์มวย(ผู้จัดรายการแข่งขันมวยไทย)
- 4) เจ้าหน้าที่สนามมวย
- 5) เทรนเนอร์นักมวยไทย
- 6) หัวหน้าค่ายมวยไทย
- 7) กรรมการมวยหรือผู้ตัดสินกีฬามวยไทย
- 8) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 9) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) ที่ตั้งสนามมวย
- 2) ที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย
- 3) สปอร์ต คอมเพล็กซ์มวยไทย
- 4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ
- 5) โรงแรมที่มียิมมวยไทย

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การสร้างเครือข่ายด้านการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย อาเซียน กลุ่มอาหรับ ฯลฯ
- 2) การรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าเก่าเช่นกลุ่มยุโรป ออสเตรเลีย
- 3) การใช้โซเชียลมีเดียในการเจาะกลุ่มตลาด เช่น ไลน์ อินเทอร์เน็ต อินสตราแกรม เฟสบุ๊ก
- 4) การใช้สื่อทีวีเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ
- 5) จัดทำยูทูบพรายการชกที่สำคัญๆเผยแพร่ต่างประเทศ
- 6) จัดสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยและนักมวยไทยเผยแพร่ต่างประเทศ
- 7) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 8) จัดสร้างแบรนด์มวยไทยให้ชัดเจนเช่น การไหว้ครู ทำมวยไทย ซูเปอร์สตาร์มวยไทย
- 9) จัดทำแผนที่ค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศทั่วประเทศบนอินเทอร์เน็ต
- 10) ควบแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทย คู่กับมวยไทย เช่น นวดไทย รำไทย อาหารไทย ในท่องเที่ยววิถีชีวิตไทย
- 11) จัดทำค่ายมวยไทยในโรงแรม

- 12) มีหลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง และเด็กนักเรียนมาเพื่อเก็บประสบการณ์โดยมีวุฒิบัตร
- 13) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอการเรียนมวยไทย
- 14) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ
- 15) นำนักมวยไทยไปประชาสัมพันธ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและและช่องทางนำเสนอ(Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) จัดระดับความสามารถด้านมวยไทยตามความสามารถของชาวต่างชาติ
- 2) สร้างเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ
- 3) จัดทำมาตรฐานและสื่อการสอน ค่ายมวย โรงเรียน ยิมมวยไทยสำหรับสอนชาวต่างประเทศในประเทศไทยให้สอนอย่างมีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) กำหนดราคาเป็นแพคเกจรวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทยและชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

การกำหนดราคาในการเรียนสำหรับชาวต่างชาติแต่ละหลักสูตรนั้นขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละภูมิภาค ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งการกำหนดราคาในการเรียนแต่ละหลักสูตร ดังนี้

1.1 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้ง ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 – 1,200 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 2,000.-10,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 8,000.-20,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-70,000 บาท
- เรียนหลักสูตรระยะ 3 เดือนๆละ 50,000.-100,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

1.2 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 800 -1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 4,000.-8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 20,000.-40,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-60,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้ก็แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การขยายเวลาลงตราประทับพำนักในประเทศไทยเท่ากับช่วงระยะเวลาที่มาเรียนมวยไทยจริง
- 2) สร้างเครือข่ายโซ่ห่วงคุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม สถาบัน เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีลักษณะการจัดทำอุปทาน (Supply) ประกอบด้วย สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านมวยไทย และประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อจัดหาตลาดทำด้านอุปสงค์ (Demand)
- 3) การขับเคลื่อนและการกำกับติดตามกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
 - 3.1 หน่วยงานกำกับติดตามภาครัฐต้องตั้งคณะกรรมการกำกับติดตามโดยมี รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายการท่องเที่ยวเป็นประธานกำกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไปถึงระดับจังหวัดให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อน
 - 3.2 หน่วยงานการปกครองท้องถิ่นเข้ามาดูแลสนับสนุนในการบริหารจัดการในระดับล่างให้ค่ายมวย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติดูแลกำกับมาตรฐานมวยไทย
- 5) การจัดเครือข่ายค่ายมวยไทย ยิมมวยไทย และโรงเรียนมวยไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- 6) จัดกระบวนการเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย การจัดบริการต่างๆ และการส่งออกกลับประเทศของชาวต่างชาติอย่างประทับใจ

แนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก อีกทั้งคณะผู้วิจัยเป็นบุคลากรทางการศึกษาในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันตก จึงได้วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก จากการสัมภาษณ์หัวหน้าค่ายมวย โปรโมเตอร์มวย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาร่วมในงานมหกรรมมวยไทยนานาชาติครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2559 และวิเคราะห์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์การตลาด STP (STP Strategy) ซึ่งประกอบไปด้วย กลยุทธ์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP) ในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตกโดยเริ่มจากการวิเคราะห์(SWOT ANALYSIS) ประกอบด้วย จุดแข็ง(Strengths) จุดอ่อน(Weakness) โอกาส(Opportunity)และอุปสรรค(Threat) ดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาส และอุปสรรค ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก

1.1.การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) พบว่าภูมิภาคตะวันตกมีจุดแข็งที่สำคัญดังนี้

1) ภูมิภาคตะวันตกมีหลักสูตรการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่หลากหลายดังนี้

- (1) หลักสูตรมวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย
- (2) หลักสูตรมวยไทยเพื่ออาชีพ
- (3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อป้องกันตัว
- (4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการกีฬา
- (5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย
- (6) หลักสูตรมวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์)
- (7) หลักสูตร-มวยโบราณ

2) ภูมิภาคตะวันตก มีองค์ความรู้ด้านศิลปะการต่อสู้มวยไทย ทั้งที่เป็นผลงานทางวิชาการ และ องค์ความรู้ที่อยู่ในตัวครูมวยไทย

3) ภูมิภาคตะวันตกมีผู้ฝึกสอนมวยไทยที่มีคุณภาพ จำนวนมาก มีทั้งองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทย และ วิทยาศาสตร์การกีฬา สืบเนื่องจากในภูมิภาคตะวันตก มีวิทยาลัยมวยไทยและการแพทย์แผนไทยที่เปิดสอนหลักสูตรมวยไทยตั้งแต่ระดับปริญญาตรี จนถึงระดับปริญญาเอก

4) ภูมิภาคตะวันตกมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย อาทิ ห้องฝึกซ้อมมวยไทย ห้องฝึกซ้อมมวยไทยโบราณ ห้องฝึกซ้อมศิลปะมวยไทย เวทีมวยมาตรฐาน มีสระว่ายน้ำ สนามกีฬา ที่เอื้อต่อการพัฒนาสมรรถภาพทางร่างกายของผู้เรียน

5) ภูมิภาคตะวันตกมีการผลิตนักมวยที่มีชื่อเสียงขึ้นชกในเวทีมวยสำคัญในทุกๆปี เป็นแชมป์หลายรายการ อาทิ แชมป์เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย เวทีมวยราชดำเนินเวทีมวยลุมพินี เป็นต้น และได้ส่งนักศึกษาที่มีความรู้ ความสามารถที่โดดเด่นในด้านมวยไทยไปฝึกงานต่างประเทศ พร้อมแสดงศักยภาพและฝีมือการชกมวยให้ชาวต่างประเทศได้รู้จัก

6) ภูมิภาคตะวันตกโดยวิทยาลัยมวยไทยและการแพทย์แผนไทย มีการจัดการให้ครูมวยไทยและครอบครัวครูมวยไทยเป็นประจำทุกปี

7) ภูมิภาคตะวันตก มีเครือข่ายค่ายมวยในประเทศที่สามารถเปรียบมวยเพื่อหาคู่ชกที่เหมาะสมให้กับชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยได้ทดสอบฝีมือ และมีศักยภาพในการจัดการแข่งขันมวยนานาชาติ เป็นประจำต่อเนื่องทุกปี

8) ภูมิภาคตะวันตกโดยวิทยาลัยมวยไทย และการแพทย์แผนไทย สามารถจัดผลิตภัณฑ์ส่วนควบให้กับชาวต่างชาติที่สนใจมาเรียนรู้มวยไทยและการนวดแพทย์ไทย ในลักษณะของ Package รวมได้

9) ภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งผลิตและส่งออกผู้ตัดสินใจมวยไทยที่มีคุณภาพ ได้รับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

10) ท่าเลที่ตั้งไม่ห่างจากกรุงเทพ สามารถเดินทางได้สะดวก

11) ในภูมิภาคตะวันตกมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ชายหาด น้ำตก ภูเขา อุทยานธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาทิ สวนสนุก สวนน้ำ ธีมพาร์ค (Theme park) เป็นต้น

12) มีโรงแรมที่พักที่หลากหลายทั้งความหลากหลายในด้านรูปแบบ ทั้งแบบครอบครัว แบบเดี่ยว อีกทั้งยังมีหลากหลายราคาให้เลือกพักตามศักยภาพของนักท่องเที่ยวผู้มาเรียน

13) ในภูมิภาคตะวันออก นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี และกาญจนบุรี เป็นพื้นที่ที่มีสถานศึกษา มหาวิทยาลัยในจังหวัดทำให้มีศักยภาพในการใช้ภาษาที่หลากหลาย อาทิ อังกฤษ จีน พม่า เกาหลี ที่สามารถดึงมาร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยได้

1.2.การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness)พบว่า ภูมิภาคตะวันตกมีจุดอ่อน ดังนี้

ภูมิภาคตะวันตกยังขาดการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

1.3. การวิเคราะห์โอกาส(Opportunity)พบว่า ภูมิภาคตะวันตกมีโอกาที่สำคัญ ดังนี้

1). รัฐบาลไทยให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะมวยไทย และการท่องเที่ยววิถีไทย

2).กระแสวิชิตชมมวยไทยของชาวต่างชาติทั้งที่เกิดจากการชมภาพยนตร์เรื่อง บากและ การได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทยจากสื่อต่างๆ

3.) เมื่อเอ่ยถึงมวยไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชื่นชอบมวยไทยจะนึกถึงประเทศไทย และ มีหลายคนอยากมีประสบการณ์การเรียนรู้มวยไทยจากแหล่งกำเนิดต้นตำรับ

4) การเปิด AEC ทำให้มีโอกาที่จะได้กลุ่มลูกค้าที่เป็นชาติ AEC เพิ่มขึ้นและสามารถร่วมมือกันเป็นเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้มวยสุวรรณภูมิได้

1.4. การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat)พบว่า ภูมิภาคตะวันตกมีอุปสรรค ดังนี้

อุปสรรคเกิดจากระเบียบการพำนักในประเทศไทย การต่อวีซ่านักท่องเที่ยวในกรณีที่มีการเรียนหลักสูตรที่ยาวกว่า 3 เดือน

จากจุดแข็งและ โอกาสนำไปสู่การกำหนดแนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันกับภูมิภาคอื่น คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (STP Strategy) ซึ่งประกอบไปด้วย กลยุทธ์การตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (STP) ในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตกดังนี้

1.การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) และ การวิเคราะห์แนวทางการแบ่งส่วนตลาด การท่องเที่ยว

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และ สทนากลุ่มย่อยกลุ่มหัวหน้าค่ายมวยและผู้ฝึกสอนพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจมวยไทยสามารถแบ่งกลุ่มโดยใช้เกณฑ์ความต้องการเรียนรู้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่

1.1. กลุ่มสนใจเรียนรู้ และตั้งใจมาเพื่อเรียนรู้มวยไทยจริงๆ มีทั้งลูกค้ารายวัน ราย สัปดาห์ รายเดือน กลุ่มนี้เวลามาเรียนตั้งใจมาก มีความทุ่มเท บางคนมาอยู่หลายเดือนเพื่อเรียนมวยจริงๆ ไม่เที่ยวเตร่บางคนเรียนมาจากเมืองนอกแล้วแต่อยากเรียนกับคนไทยที่เป็นนักมวยไทยจริงๆ อยากสัมผัสชีวิตนักมวยในค่ายว่าเป็นอย่างไร กลุ่มนี้มักจะจองล่วงหน้าจากต่างประเทศ ต้องการเป็น ซื้อแพคเกจ (Package) เป็นเดือน ค่าเรียน อาหาร ที่พักเป็นต้น

1.2 กลุ่มมองหาประสบการณ์ชีวิต เป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับความต้องการ แค่อยากลองสัมผัสประสบการณ์มวยไทย ไม่ได้ต้องการเรียนรู้มากลึกซึ้งเหมือนกลุ่มแรก นักท่องเที่ยวบางคนแค่อยากใส่กางเกงมวย ใส่หมวกมวยรูปธงไชยศิลป์ ลองเตะกระสอบ ลองชกกับเทรนเนอร์ ได้สนุกเป็นรายชม กลุ่มนี้เน้นความสนุกและมองภาพมวยไทยเป็นเหมือนประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิต เป็นกลุ่มที่มีการถ่ายรูปกิจกรรมการเรียนรู้มวยไทยผ่านโซเชียลมีเดีย (Social media) จึงก่อให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารมวยไทยแบบปากต่อปากผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มนี้หากได้รับความประทับใจ มีโอกาสพัฒนาไปสู่กลุ่มเรียนรู้ และ กลับมาเที่ยวซ้ำ กลุ่มนี้เป็นเด็กนักท่องเที่ยว

1.3 กลุ่มชมและเชียร์ จัดเป็นนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทางอ้อม (Passive tourism) พบมากในแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เป็นต้น มวยไทยเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือในรายงานนำเที่ยว (Itinerary) ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้เยี่ยมชม เวทีมวยมีการจัดแสง สี เสียงเสมือนเป็นแหล่งบันเทิง

จากการวิเคราะห์ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ศักยภาพที่เป็นจุดแข็งของพื้นที่ภูมิภาคตะวันตก มีความสอดคล้องกับตลาดส่วนตลาดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ศิลปะมวยไทย ด้วยเหตุผลสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ ภูมิภาคตะวันตก มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพำนักระยะยาวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย (Long-stay) มีองค์ความรู้ บุคลากร สถานที่ ครุมวย การจัดเวทีประลอง และ สิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อม ฝึกสอนสำหรับผู้สนใจเรียนรู้มวยไทยเชิงลึก และ เป็นพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ในเขตท่องเที่ยวหลักของประเทศ

2.การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (Target Market)มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเป็นหลักทั้งกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเพื่อการต่อสู้ป้องกันตัว กลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเพื่อสุขภาพและ การออกกำลังกาย และ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้มวยไทย เพื่อนำไปใช้ในการประกอบวิชาชีพในประเทศตน

3.การกำหนดตำแหน่งตลาด (Positioning) ภูมิภาคตะวันตก ควรกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันโดยใช้ ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียนรู้มวยไทย ร่วมกับเกณฑ์ ลักษณะที่ตั้งและพื้นที่ โดยภูมิภาคตะวันตกมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาและหุบเขา คือมีภูเขาสูงสลับกับหุบเขาแคบ เป็นแนวภูเขาที่สลับซับซ้อน เป็นแหล่งกำเนิดของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ อุทยานธรรมชาติ สวนพฤกษศาสตร์ น้ำตก แม่น้ำและมีบริเวณส่วนหนึ่งอยู่ติดกับทะเล ลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลายนี้สามารถนำมาเชื่อมโยงสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้

การวางตำแหน่งทางการตลาดในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเขตภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย ที่เน้นความหลากหลายของหลักสูตรการเรียนการสอน จากครูมวยที่ได้มีมาตรฐาน และมีประสบการณ์ทางด้านมวยไทย เน้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความเข้าใจศิลปะมวยไทยอย่างแท้จริง ร่วมกับองค์ความรู้ทางด้านวิทยาการกีฬา อันจะช่วยพัฒนานักมวย

การเชื่อมโยงศิลปะการต่อสู้มวยไทยกับการท่องเที่ยว

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการกำหนดกลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย หากพิจารณาในมุมมองของการท่องเที่ยวแล้ว เป็นรูปแบบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ระบุว่าเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการค้นหาและนำเสนอทรัพย์สินหรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมบนฐานทรัพยากรที่แท้จริงให้มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนโดยการเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ และเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนเข้าไปมีส่วนร่วมและสัมผัสวัฒนธรรมหรือหรือเอกลักษณ์ของสถานที่หรือชุมชนที่ไปเยือนที่สามารถจะตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้ทั้งตัวด้วยจิตใจ หัวใจ และจิตวิญญาณโดยตรงและแม้เมื่อเดินทางกลับไปแล้วยังนำประสบการณ์และความประทับใจติดตัวกลับไปด้วย ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทยในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปวัฒนธรรมมวยไทย โดยใช้เกณฑ์การมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม หรือ เจ้าบ้าน เริ่มจากระดับการมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าบ้านน้อยไปจนถึง ระดับการมีปฏิสัมพันธ์แบบเข้มข้นด้วยรูปแบบและกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. การจับจ่าย ร้านจำหน่ายสินค้าต่างๆ มีข้อค้นพบจากงานวิจัยว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ชื่นชอบศิลปะการต่อสู้มวยไทย มักจะชื่นชอบและ เก็บผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่เกี่ยวกับมวยไทย โดยเฉพาะ กางเกงมวยไทย และเสื้อคลุม ดังนั้นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวมวยไทย จึงเป็นเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และ การนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจมวยและกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายใช้สอย (Shopping tourism) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์มวยไทยในรูปแบบต่างๆ ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้แล้ว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเหล่านี้เมื่อเดินทางไปกลับนักท่องเที่ยว จะทำหน้าที่และบทบาทเป็นสื่อประชาสัมพันธ์มวยไทยได้ด้วย

2. การเที่ยวชมแหล่งเรียนรู้และเส้นทางท่องเที่ยว ใช้กิจกรรมพิเศษวันไหว้ครูมวยไทยโลก เป็นสื่อกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ออกแบบงานโดยใช้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นฉากหลังหรือ เป็นสถานที่จัดกรรม มีการแสดงแสง สีเสียง เกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทย ผสมผสานกับเรื่องราว เรื่องเล่าของวีรบุรุษมวยไทย ในสมัยก่อนและ จัดเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยเรื่องเล่าของมวยไทย โดยใช้มวยไทยเป็นตัวเดินเรื่อง และ ผสมผสานแหล่งท่องเที่ยวเข้าไปในระหว่างเส้นทาง รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวชมมวยไทย ในเวทีมวยต่างๆ อาทิ แมกซ์มวยไทยพัทยา (Max Muay Thai Stadium Pattaya) หรือชมศิลปะการต่อสู้มวยไทย ณ เวทีราชดำเนิน เป็นต้น มีข้อมูลที่น่าสนใจจากการสัมภาษณ์

“นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหลังจากได้เข้าชมมวยไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้สึกอยากกลับมาชมมวยไทยอีกครั้ง เพราะมีความรู้สึกว่ารักมวยไทย ต้องการชมการชกที่มีความบันเทิงและความตื่นเต้น ชอบความตื่นเต้นเวลานักมวยขึ้นชกบนเวทีแล้วมีเสียงร้องจากผู้ชมดังทั่วเวที ชอบวัฒนธรรมไทยรำมวยไทย และตอนชกมวยไทย รู้สึกตื่นเต้นเมื่อดูทักษะการชกของนักมวย (หมัด เท้า เข่า ศอก) ชอบเวลาต้องมาลุ้นว่าใครจะแพ้ หรือใครจะชนะ การชมมวยไทยเป็นกีฬาที่ให้ความบันเทิงเป็นอย่างมาก ต้องการสนับสนุน และเผยแพร่มวยไทยให้หลายๆคนทราบว่ามันเยี่ยมมาก เป็นเวลาแห่งความสุขเมื่อชมมวยไทย เป็นกีฬาที่มีความแตกต่างจากประเทศอื่นและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมาก

“ จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวบ่งชี้ว่า กิจกรรมการชมมวยไทย สามารถก่อให้เกิดทั้งความบันเทิง การตื่นเต้นเร้าใจ สร้างภาพลักษณ์และกระตุ้นการบอกต่อ (Word of mouth)

3. การลิ้มลองประสบการณ์ของการเป็นนักมวย สำหรับนักท่องเที่ยวนักมวย และผู้ชื่นชอบกีฬา มวยไทย แต่มีเวลาน้อย ด้วยการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แทรกไปอยู่กับโปรแกรมการท่องเที่ยว จัดทำค่ายมวยไทยในโรงแรม จัดโปรแกรมการออกกำลังกายด้วยศิลปะมวยไทย - เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง รายวัน หรือ รายสัปดาห์ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมีประสบการณ์ของการเป็นนักมวยสักครั้งในชีวิตสำหรับกลุ่มที่มี แรงจูงใจในการมาเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกายเพราะอยากให้ตนเองมีร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ สมส่วน และบางส่วนมีแรงจูงใจจากการเห็นเพื่อนเป็นนักมวย คูภาพยนตร์มวยไทย ยูทูบ จึงส่งผลให้อยากมาฝึกมวยไทยเพื่อเรียนรู้เทคนิคและทักษะในท่าต่างๆ

4 จัดการท่องเที่ยวเชิงสปรตเพื่อการเรียนรู้มวยไทย ด้วยการนำเสนอหลักสูตรและโปรแกรมการฝึกอบรมที่หลากหลาย อาทิ (1) มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย (2) มวยไทยเพื่ออาชีพ (3) มวยไทยเพื่อป้องกันตัว (4) มวยไทยเพื่อการกีฬา (5) มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย (6) มวยไทยเพื่อการบันเทิง (ภาพยนตร์) (7) มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์) (8) มวยไทยเพื่อประยุกต์เข้ากับการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC และ (9) มวยโบราณ เป็นต้น

มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเรียนรู้มวยไทยได้ตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม อาทิ กลุ่มที่ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อผ่อนคลาย เพื่อนันทนาการ เรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมไทย เรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับความเชื่อ เครื่องราง และเครื่องแต่งกายอื่น ๆ กลุ่มเรียนมวยไทยเพื่อเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของดนตรีสำหรับการต่อสู้ เพื่อการออกกำลังกาย เพื่อใช้ประกอบอาชีพ และเพื่อเป็นนักกีฬาเป็นต้น มวยไทยเป็นเป็นสื่อวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ต่างวัฒนธรรม

บทที่ 5

สรุป และอภิปรายผล

การวิจัย เรื่องกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนำเสนอ ข้อสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

1.สรุปผลการวิจัย

1. สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของนักมวยชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 68.95 เพศหญิงร้อยละ 31.05 อายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 50.75 รองลงมาอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 24.63 มีสถานภาพโสดร้อยละ 82.23 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 53.75 รองลงมาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 37.04 อาชีพนักศึกษามากที่สุดร้อยละ 37.04 รองลงไปอาชีพนักธุรกิจร้อยละ 34.26 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001-3,000 ดอลลาร์สหรัฐร้อยละ 21.41 เดินทางมาจากทวีปยุโรปร้อยละ 39.83 รองลงมาคือทวีปเอเชียร้อยละ 21.63 ส่วนใหญ่เดินทางมาเรียนมวยไทยเพื่อหาประสบการณ์ร้อยละ 34.69 โดยมีค่าใช้จ่ายในประเทศไทยทั้งหมดอยู่ระหว่าง 4,001-5,000 ดอลลาร์สหรัฐร้อยละ 25.7 สถานที่พักในระหว่างเรียนมวยไทยพบว่า พักอาศัยอยู่ในค่ายมวยมากที่สุดร้อยละ 25.05 รองลงไปพักที่โรงแรมร้อยละ 24.62 อพาร์ทเมนต์ร้อยละ 23.34 สถานที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารทั่วไปร้อยละ 62.0 รองลงไปรับประทานอาหารในค่ายมวยร้อยละ 22.0

การใช้ชีวิตในช่วงที่ไม่ได้เรียนมวยพบว่า ส่วนใหญ่พักผ่อนอยู่ที่พักร้อยละ 59.96 รองลงไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 46.25 เล่นอินเทอร์เน็ตร้อยละ 46.89 นันทนาการและบันเทิงร้อยละ 38.54 และสุดท้ายคือการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพร้อยละ 27.41 ปัญหาที่พบบ่อยคือปัญหาการสื่อสารและภาษาร้อยละ 30.84 ความห่างไกลครอบครัวร้อยละ 19.06 และปัญหาการคมนาคมร้อยละ 18.42

กลุ่มตัวอย่างมีความเครียดมากที่สุดในเรื่องการเงินร้อยละ 25.27 รองลงไปคือความห่างไกลครอบครัวร้อยละ 16.92 และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินร้อยละ 14.49 ด้านการจัดบริการของค่ายมวยมีหลักสูตรการฝึกมวยไทยที่หลากหลายตามกลุ่มผู้เรียนมากที่สุดร้อยละ 64.52 มีอุปกรณ์การฝึกซ้อมร้อยละ 58.67 เครื่องคิดในวินัยการฝึกซ้อมร้อยละ 48.36 มีครูมวยและผู้ช่วยครูฝึกร้อยละ 45.40 อุปกรณ์การออกกำลังกายร้อยละ 43.78 มีการพาไปชมการแข่งขันมวยที่เวทีมวยร้อยละ 38.54 และค่ายมวยมีความสะอาดร้อยละ 38.12 มีความวิตกกังวลเรื่องภาษาและการสื่อสารมากที่สุดร้อยละ 20.56 มีความประทับใจในการฝึกครั้งนี้จากอัยยาศัยคนไทยร้อยละ 46.90 ครูฝึกและบุคลากรผู้สอนมวยร้อยละ 44.97 ความเชื่อมั่นและศรัทธาค่ายมวยร้อยละ 42.61 และคุณภาพการบริหารของค่ายมวยร้อยละ 42.40 และสรุปจากข้อมูลสัมภาษณ์พบว่าผู้เรียนมีความสุขกับการเรียนมวยไทยเพราะมีความตั้งใจมาเรียนมวยไทยโดยตรง มวยไทยน่าสนใจ รักในศิลปะและวัฒนธรรมไทย พยายามเรียนรู้และทำแบบคนไทยไม่ว่าจะเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในค่ายมวยไทย พยายามพูดภาษาไทยและรับประทานอาหารไทย ชอบเมืองไทยถ้ามีโอกาสอยากเก็บเงินมาเมืองไทยทุกๆ จะชักชวนเพื่อนๆ ในประเทศของตนมาเรียนมวยไทยที่เมืองไทยอีกด้วยส่วนในด้านการเรียนมวยไทยต้อง

มีวินัยในตนเองอย่างมากมวยไทยมีสิ่งต่างให้เรียนรู้อีกมาก บางส่วนอยากขึ้นเวทีหาประสบการณ์การแข่งขันจริง บางส่วนจะนำไปใช้สอนในประเทศของตน ส่วนปัญหาที่พบคือเรื่องการเดินทางไปต่อลงตราประทับพำนักในประเทศไทยทำให้เป็นอุปสรรคมาก เพราะต้องออกไปต่อยังต่างประเทศหรือต้องกลับประเทศในขณะที่กำลังเรียนจะรู้มวยไทย มีความกังวลในเรื่องเงินค่าใช้จ่ายบางครั้งขาดแคลนเงินและคิดถึงบ้าน และบางส่วนมีความเครียดเกี่ยวกับผู้ฝึกสอนและหัวหน้าค่ายเพราะไม่เข้าใจภาษาไทย แต่ส่วนใหญ่เห็นว่าเรื่องปัญหาการสื่อสารยังไม่เป็นปัญหามากนัก

2. ความคาดหวังและความสำเร็จที่เป็นจริงเกี่ยวกับการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการมาเรียนมวยไทยในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยความหวังในเรื่องความน่าเชื่อถือของค่าย ($\bar{X} = 4.32$) รองลงไปได้แก่การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่าย ($\bar{X} = 4.25$) การดูแลเอาใจใส่จากครูฝึกมวยไทยในค่าย ($\bar{X} = 4.20$) ความปลอดภัยของค่าย ($\bar{X} = 4.17$) การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน ($\bar{X} = 4.15$) และการเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย ($\bar{X} = 4.11$) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างพบความเป็นจริงในการมาเรียนมวยไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) โดยค่ายมีความปลอดภัยเป็นสำคัญอันดับแรก ($\bar{X} = 4.27$) และการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย ($\bar{X} = 4.27$) รองลงไปได้แก่ ความน่าเชื่อถือของค่าย ($\bar{X} = 4.26$) การจัดบรรยากาศที่เหมาะสมของค่าย ($\bar{X} = 4.24$) การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน ($\bar{X} = 4.21$) การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย ($\bar{X} = 4.19$) การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่าย ($\bar{X} = 4.18$) และการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย ($\bar{X} = 4.18$)

ผลการวิจัยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความจริงในการมาเรียนมวยไทยของกลุ่มตัวอย่างพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยความสำเร็จในการเรียนสูงกว่าความคาดหวัง โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) และความจริงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) โดยพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในเรื่องความปลอดภัยของค่ายมวย และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในเรื่องการเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย การเอาใจใส่จากครูฝึกในค่าย พบความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในเรื่องการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม ความสะอาดของค่ายมวย การจัดบรรยากาศที่เหมาะสมของค่ายมวยและความน่าเชื่อถือของค่ายมวย

ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับสภาพความจริงพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในภาพรวม ($r = 0.677$) ความมั่นใจในความสำเร็จจากการเรียน ($r = 0.644$) การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย ($r = 0.631$) สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม ($r = 0.607$) การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ ($r = 0.594$) ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย ($r = 0.591$) การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่าย ($r = 0.589$) การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย ($r = 0.580$) ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม ($r = 0.573$) การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยไทย ($r = 0.560$) ความสะอาดของค่ายมวย ($r = 0.539$) การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน ($r = 0.538$) การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย

($r = 0.512$) และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในข้อการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่าย ($r = 0.479$) และความปลอดภัยของค่าย ($r = 0.471$)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเรียนรู้มวยไทยการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่าย การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรมและประเด็นการจัดที่พักสำหรับนักมวย หากเป็นโรงแรมต้องปฏิบัติตาม พรบ.ธุรกิจโรงแรม หรือการก่อสร้างที่พักต้องมีการควบคุมโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

องค์ประกอบของปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factors Analysis) พบว่ามีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างชาติ ตามลำดับดังนี้

1. การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด(ค่าไอเกน=12.0)
2. การมีบุคลากรมวยไทยที่มีศักยภาพสูง(ค่าไอเกน=8.215)
3. การมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ(ค่าไอเกน=6.149)
4. สถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ(ค่าไอเกน=4.125)
5. ความสะอาดและความปลอดภัย(ค่าไอเกน=2.204)
6. การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา(ค่าไอเกน=1.683)

รวมการเป็นค่าองค์ประกอบได้ร้อยละ 60.24

พฤติกรรมความต้องการในการชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในค่ายมวยไทยพบว่า ช่องทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยมากที่สุด คือ ช่องทางด้านโซเชียลมีเดีย, เฟสบุ๊ก, อินสตาแกรมและไลน์ เหตุผลในการตัดสินใจมาชมมวยไทยมากที่สุดคือ เป็นศิลปะการป้องกันตัว รองลงมาเป็นมวยไทยเป็นกีฬาที่ดีต่อการออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง และปัจจัยที่มีผลต่อการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย คือปัจจัยด้านบุคลากรมีอัธยาศัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด รองลงมาเป็นความสะอาดของพื้นที่บริเวณเวที

4. กลยุทธ์ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ผลการสัมภาษณ์ สนทนากลุ่มย่อย และประเมินกลยุทธ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวสรุปว่า กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีเพียง 1 กลยุทธ์ คือ จากการชี้แนะแนวทางของผู้ทรงคุณวุฒิ การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทย โดยมีส่วนประสมทางการตลาด 7 P ประกอบด้วยกลยุทธ์ย่อย ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและช่องทางการนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ประเด็นกลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทยหรือการสร้างมวยไทยเป็นสินค้าและบริการ มีกิจกรรมและรายละเอียดส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) หลักสูตรและโปรแกรมการฝึกมวยไทย

- มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย
- มวยไทยเพื่ออาชีพ
- มวยไทยเพื่อป้องกันตัว
- มวยไทยเพื่อการกีฬา
- มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย
- มวยไทยเพื่อการบันเทิง (ภาพยนตร์)
- มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์)
- มวยไทยเพื่อประยุกต์เข้ากับการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC
- มวยโบราณ

2) ครูมวยไทย หรือผู้ฝึกสอนมวยไทย

3) การไหว้ครูมวยไทยและครอบครูมวยไทย

4) มวยไทยในโรงแรม

5) กรรมการมวยส่งออก

6) สินค้าและอุปกรณ์การฝึกซ้อมและแข่งขันมวยไทย

7) โปรโมเตอร์มวยไทยนานาชาติ

8) สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกหรือ сувениร์เกี่ยวกับมวยไทย เช่น รูปปั้นท่ามวยท่าต่างๆ

พวงกุญแจ กางเกงนักมวย เสื้อคลุม

9) การนวดมวยไทยและน้ำมันนวดมวยไทย

10) นักมวยไทย

11) ผู้สื่อข่าวกีฬามวยไทยและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย

14) หลักสูตรตามสมรรถนะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นมาตรฐาน

- 15) การแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกและมวยเอเชียเนเปืช
- 16) โปรแกรมการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เช่น ไทยไฟท์ คุณหลุนไฟท์

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) นายสนามมวย
- 2) นักธุรกิจมวยไทย
- 3) โปรโมเตอร์มวย(ผู้จัดรายการแข่งขันมวยไทย)
- 4) เจ้าหน้าที่สนามมวย
- 5) เทรนเนอร์นักมวยไทย
- 6) หัวหน้าค่ายมวยไทย
- 7) กรรมการมวยหรือผู้ตัดสินกีฬามวยไทย
- 8) ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 9) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) ที่ตั้งสนามมวย
- 2) ที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย
- 3) สปอร์ต คอมเพล็กซ์มวยไทย
- 4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ
- 5) โรงแรมที่มียิมมวยไทย

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การสร้างเครือข่ายด้านการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย อาเซียน กลุ่มอาหรับ ฯลฯ
- 2) การรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าเก่าเช่นกลุ่มยุโรป ออสเตรเลีย
- 3) การใช้โซเชียลมีเดียในการเจาะกลุ่มตลาด เช่น ไลน์ อินเทอร์เน็ต อินสตราแกรม เฟสบุ๊ก
- 4) การใช้สื่อทีวีเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ
- 5) จัดทำยุทธูปรายการชกที่สำคัญๆเผยแพร่ต่างประเทศ
- 6) จัดสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยและนักมวยไทยเผยแพร่ต่างประเทศ
- 7) การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- 8) จัดสร้างแบรนด์มวยไทยให้ชัดเจนเช่น การไหว้ครู ทำมวยไทย ชูเปอร์สตาร์มวยไทย
- 9) จัดทำแผนที่ค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศทั่วประเทศบนอินเทอร์เน็ต

- 10) ควบแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทย คู่กับมวยไทย เช่นมวยไทย รำไทย อาหารไทย ในท่องเที่ยววิถีชีวิตไทย
- 11) จัดทำค่ายมวยไทยในโรงแรม
- 12) มีหลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง และเด็กนักเรียนมาเพื่อเก็บประสบการณ์โดยมีผู้คุมบัตร์
- 13) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอการเรียนมวยไทย
- 14) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ
- 15) นำนักมวยไทยไปประชาสัมพันธ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 5 ด้านกายภาพและและช่องทางนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) จัดระดับความสามารถด้านมวยไทยตามความสามารถของชาวต่างชาติ
- 2) สร้างเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ
- 3) จัดทำมาตรฐานและสื่อการสอน ค่ายมวย โรงเรียน ยิมมวยไทยสำหรับสอนชาวต่างประเทศในประเทศไทยให้สอนอย่างมีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 6 ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) กำหนดราคาเป็นแพ็คเกจรวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทยและชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม

การกำหนดราคาในการเรียนสำหรับชาวต่างชาติแต่ละหลักสูตรนั้นขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของ แต่ละภูมิภาค ซึ่งทางผู้วิจัยได้แบ่งการกำหนดราคาในการเรียนแต่ละหลักสูตร ดังนี้

1.1 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลาง โดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 – 1,200 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 2,000.-10,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 8,000.-20,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-70,000 บาท
- เรียนหลักสูตรระยะ 3 เดือนๆละ 50,000.-100,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

1.2 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลาง โดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวันๆละ 800 -1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ๆละ 4,000.-8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 20,000.-40,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือนๆละ 30,000.-60,000 บาท
- หากเรียนมากกว่านี้แล้วแต่จะตกลงกันระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนทั้งนี้ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าชมมวยชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

กลยุทธ์ที่ 7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การขยายเวลาลงตราประทับพำนักในประเทศไทยเท่ากับช่วงระยะเวลาที่มาเรียนมวยไทยจริง
- 2) สร้างเครือข่ายโซ่ห่วงคุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม สถาบัน เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีลักษณะการจัดทำอุปทาน (Supply) ประกอบด้วย สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านมวยไทย และประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อจัดหาตลาดทำด้านอุปสงค์ (Demand)
- 3) การขับเคลื่อนและการกำกับติดตามกลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
 - 3.1 หน่วยงานกำกับติดตามภาครัฐต้องตั้งคณะทำงานการกำกับติดตามโดยมี รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายการท่องเที่ยวเป็นประธานกำกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไปถึงระดับจังหวัดให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อน
 - 3.2 หน่วยงานการปกครองท้องถิ่นเข้ามาดูแลสนับสนุนในการบริหารจัดการในระดับล่างให้ค่ายมวย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติดูแลกำกับมาตรฐานมวยไทย
- 5) การจัดเครือข่ายค่ายมวยไทย ยิมมวยไทย และโรงเรียนมวยไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของประเทศไทย
- 6) จัดกระบวนการเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย การจัดบริการต่างๆ และการส่งออกกลับประเทศของชาวต่างชาติอย่างประทับใจ

5. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

1. มวยไทยในฐานะของผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว มีหลายมิติ มีมวยไทยการออกกำลังกาย มวยไทยบันเทิง มวยไทยป้องกันตัว มวยไทยเพื่อการอนุรักษ์ การประยุกต์มวยไทยในการต่อสู้ต่าง ๆ และมีผลิตภัณฑ์ควบ (Augment Product) อาทิ ครูมวยหลักสูตรมวยไทย อุปกรณ์ฝึกทักษะและสำหรับแข่งขันมวย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย โปรแกรมการชกบนเวทีจริงให้กับนักมวยหลังฝึก สถานที่ฝึกมีความทันสมัย สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ห้องพัก สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส นอกจากการฝึกสอนในค่ายมวยแล้ว ยังสามารถขยายฐานไปฝึกสอนมวยไทยในโรงแรม รีสอร์ทหรือที่พัก โดยมีค่ายมวยต่างๆ เป็นกลไกสำคัญในการออกแบบการเรียนรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเรียนรู้มวยไทย คณะผู้วิจัยได้จำแนกจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของมวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวดังนี้

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เริ่มจากระดับการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมระดับน้อยไปหามาก ดังนี้ การท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกมวยไทย การจัดเส้นทางท่องเที่ยวชมแหล่งเรียนรู้ไทยในแต่ละภูมิภาค รวมถึงจัดกิจกรรมพิเศษวันไหว้ครูมวยไทยโลก การพานักเที่ยวไปชมศิลปะการต่อสู้ในเวทีมวยต่างๆ การจัดโปรแกรมฝึกมวยระยะสั้น และ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย

6. แนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก

1. บริบทและสภาพทั่วไปของการใช้ศิลปะการต่อสู้เพื่อการเรียนรู้มวยไทย ในภูมิภาคตะวันตก (นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี และ เพชรบุรี) มีจำนวนค่ายมวยที่จดทะเบียนจำนวนทั้งสิ้น 159 ค่ายมวย แต่ละค่ายมวย เป็นไป ตามเกณฑ์มาตรฐานการจดทะเบียนค่ายมวย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อมนอกจากยึดเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยแล้ว ยังมีการจัดเพิ่มเติมตามศักยภาพ ของแต่ละค่าย อาทิ มีบริการเพิ่มเติมบริการห้องพักพร้อมอาหาร 3 มื้อ มีเวทีมวยสำหรับการฝึกซ้อมและจัดการแข่งขัน ทั้งในส่วนของเวทีมวยชั่วคราวและ เวทีถาวร อาทิ ค่ายมวยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มีเวทีถาวรมาตรฐาน มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องนักมวย ห้องกรรมการ และ แพทย์สนาม ณ อาคารภูมิปัญญาไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เป็นต้น

2. จุดแข็งของศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคตะวันตก ได้แก่การมีหลักสูตรการเรียนรู้ที่หลากหลาย (1) หลักสูตรมวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย (2) หลักสูตรมวยไทยเพื่ออาชีพ (3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อป้องกันตัว (4) มวยไทยเพื่อการกีฬา (5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย (6) หลักสูตรมวยไทยเพื่อศิลปะ (มวยโชว์) (7) หลักสูตร-มวยโบราณ ภูมิภาคตะวันตก มีวิทยาลัยมวยไทยแห่งเดียวของประเทศ ไทยที่เปิดสอนตั้งแต่วระดับปริญญาตรี จนถึงระดับปริญญาเอก จึงเป็นแหล่งผลิตบุคลากรทางด้านมวยไทย ที่จะทำหน้าที่ในการเป็นผู้ฝึกสอน ผู้ตัดสิน มีองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทย และ วิทยาศาสตร์การกีฬา มีค่ายมวยที่ส่งนักมวยชกในเวทีใหญ่ระดับประเทศ และมีเครือข่ายค่ายมวยใน

ประเทศที่สามารถดึงความร่วมมือในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยได้

3.กลยุทธ์การตลาดในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์ การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target market) และ การวางตำแหน่งทางการแข่งขัน (Positioning)

3.1การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ภูมิภาคตะวันตกควรมุ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Educational tourism) โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ ภูมิภาคตะวันตก มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพำนักระยะยาวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย (Long-stay) มุ่งองค์ความรู้ บุคลากร สถานที่ ครุมวย การจัดเวทีประลอง และ สิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกซ้อม ฝึกสอนสำหรับผู้สนใจเรียนรู้มวยไทยเชิงลึก และ เป็นพื้นที่ที่ไม่ได้อยู่ในเขตท่องเที่ยวหลักของประเทศ อีกทั้งกระแสความนิยมมวยไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น รัฐบาลให้การสนับสนุน จึงเป็นโอกาสอันดีของภูมิภาคตะวันตกที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในลักษณะของผลิตภัณฑ์เพิ่ม รวมกับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในพื้นที่

3.2.การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด (TargetMarket)มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเป็นหลักทั้งกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเพื่อการต่อสู้ป้องกันตัว กลุ่มที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยเพื่อสุขภาพและ การออกกำลังกาย และ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเรียนรู้มวยไทยเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในประเทศตน

3.3.การกำหนดตำแหน่งตลาด (Positioning)ภูมิภาคตะวันตก ควรกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันโดยใช้ ความหลากหลายของหลักสูตรการเรียนรู้อมวยไทย ร่วมกับเกณฑ์ ลักษณะที่ตั้งและพื้นที่ โดย ภูมิภาคตะวันตกมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาและหุบเขา คือมีภูเขาสูงสลับกับหุบเขาแคบเป็นแนวภูเขาที่สลับซับซ้อน เป็นแหล่งกำเนิดของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ อุทยานธรรมชาติ สวนพฤกษศาสตร์ น้ำตก แม่น้ำและมีบริเวณส่วนหนึ่งอยู่ติดกับทะเล ลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลายนี้สามารถนำมาเชื่อมโยงสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้

การวางตำแหน่งทางการตลาดในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเขตภูมิภาคตะวันตก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย ที่เน้นความหลากหลายของหลักสูตรการเรียนการสอน จากครูมวยที่ได้มีมาตรฐาน และมีประสบการณ์ทางด้านมวยไทย เน้นให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกิดความเข้าใจศิลปะมวยไทยอย่างแท้จริง ร่วมกับองค์ความรู้ทางด้านวิทยาการกีฬา จุดขายของการท่องเที่ยว (Selling Point) เน้นความหลากหลายของหลักสูตรการเรียน การผสมผสานระหว่างพัฒนาทักษะความรู้เกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้มวยไทยกับองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ร่วมกับความบันเทิง สนุก สร้างความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ให้เด่นชัดด้วยการ นำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นวิทยาลัยมวยไทยแห่งเดียวของประเทศ และใช้คำเชิญชวน ที่น่าสนใจ “ที่นี่เป็นแห่งเดียวในโลกที่ท่านสามารถสัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้เมืองไทย จากวิทยาลัย เฉพาะทาง ที่ครบครันทั้งองค์ความรู้ สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และ บุคลากรที่หลากหลาย

4.กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในการสร้างความแตกต่างของแต่ละค่ายมวยสามารถดำเนินการผ่านการวางแผนกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy) ด้วยการใช้ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย

1.ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว การเลือกสร้างความแตกต่างจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (1) หลักสูตรและโปรแกรมการฝึกมวยไทยหรือผู้ฝึกสอนมวยไทย (2) การให้ครูมวยไทยและครอบครัวมวยไทย (3) สินค้าและอุปกรณ์การฝึกซ้อมและแข่งขันมวยไทย (4) สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ระลึกหรือ сувениร์เกี่ยวกับมวยไทย เช่นรูปปั้นท่ามวยท่าต่างๆ พวงกุญแจ กางเกงนักมวย เสื้อคลุม และอุปกรณ์เสริมที่จะมอบให้กับผู้เรียน

2 ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเลือกสร้างความแตกต่างจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (1) เทรนเนอร์นักมวยไทย (2) หัวหน้าค่ายมวยไทย (3) ครูมวยไทย

3. ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเลือกสร้างความแตกต่างจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (1) ที่ตั้งสนามมวย (2) ที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย

3) สपोर्ट คอมเพล็กซ์มวยไทย (4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ

4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว สามารถดำเนินการโดยใช้วิธีการต่างๆ ดังนี้ (1) การใช้โซเชียลมีเดียในการเจาะกลุ่มตลาด เช่น ไลน์ อินเทอร์เน็ต อินสตราแกรม เฟสบุ๊ก (2) จัดทำยูทูบปรายการที่สำคัญๆ เผยแพร่ต่างประเทศ (3) ทำแพคเกจ (Package) ควบแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทย คู่กับมวยไทย เช่น นวดไทย รำไทย อาหารไทย ในท่องเที่ยววิถีชีวิตไทย (4) มีหลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง และเด็กนักเรียนมาเพื่อเก็บประสบการณ์ โดยมีผู้ฝึกสอน (5) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นตัวแทนนำเสนอการเรียนมวยไทย (6) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ

5 ด้านกายภาพและและช่องทางนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) สร้างบรรยากาศที่ดีในการจัดการเรียนการสอน อาทิ อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและเพียงพอ มีเนื้อที่เหมาะสม สะอาด และเป็นสัดส่วนดูแลความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า และความปลอดภัยของอาคาร

6. ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว สามารถสร้างความแตกต่างโดยใช้ปัจจัยทางด้านราคา อาทิ กำหนดราคาเป็นแพคเกจ (Package) รวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทยและชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมการกำหนดราคาในการเรียนสำหรับชาวต่างชาติแต่ละหลักสูตรนั้นขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละภูมิภาคเป็นต้น

7 ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว สามารถสร้างความแตกต่างด้วยกระบวนการให้บริการตั้งแต่ กระบวนการเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย การจัดบริการต่างๆ และการส่งออกกลับประเทศของชาวต่างชาติอย่างประทับใจ

2.อภิปรายผลการวิจัย

สภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย

การใช้ชีวิตและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุขกับการเรียนมวยไทยนั้นอาจเป็นเพราะว่าค่ายมวยไทยส่วนใหญ่ที่รับสอนชาวต่างชาติรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (ทศพล สิทธิวิจิตร, 2558) และค่ายมวยมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ รองรับดังที่ แจน อาร์รอน (Aron, Jahn, 2014) ที่ศึกษาค่ายมวยไทยที่ดีที่สุดสำหรับชาวต่างประเทศมี 13 ลักษณะ คือ 1) มีความสะอาด 2) มีความปลอดภัย 3) อุปกรณ์มีคุณภาพ 4) ช่องว่างของการจัดวางอุปกรณ์ฝึกซ้อมมีความเหมาะสม 5) ผู้ฝึกสอนชั้นดี 6) อัตราส่วนที่ดีระหว่างนักเรียนกับครูฝึกสอน 7) สัดส่วนคนไทยต่อชาวต่างประเทศในการฝึก 8) คนที่ร่วมฝึกมีคุณภาพดี 9) เครือข่ายดี 10) วินัยดี 11) ราคาเหมาะสม 12) สนับสนุนคุณภาพ 13) สิ่งแวดล้อมรอบค่ายดี

คุณลักษณะข้างต้นที่อุปสงค์สัมพันธ์กับอุปทาน จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทยและค่ายมวยไทยดังที่ สุชาติ อิทธิวรรณพงษ์ (2551) วิจัยพบว่าชาวต่างชาติมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทยและวัฒนธรรมไทย มีทัศนคติที่ดีต่อค่ายมวยไทย ผู้ฝึกสอน เห็นว่าการเรียนมวยไทยให้ประโยชน์ทำให้มีความรู้ความเข้าใจ ผู้ฝึกสอนมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอด ค่ายมวยมีสถานที่และอุปกรณ์การเรียนที่ดี ส่วนทัศนคติหลังเรียนพบว่ามีทัศนคติที่ดีอยากกลับมาประเทศไทยอีก และจะชักชวนเพื่อนๆ หรือคนรู้จักมาเรียนมวยไทยส่วนด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าชมมวย เห็นว่ามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตนเองได้และทำให้สุขภาพดี ผู้เรียนเห็นประโยชน์และสนใจมวยไทยดังที่ สัญญา รัตนไพรวงศ์ (2549) ที่วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกีฬามวยไทยอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจชมกีฬามวยไทยเพราะเห็นว่ามวยไทยเป็นศิลปะป้องกันตัวและเป็นการต่อสู้ที่น่าสนใจ สามารถเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกายได้ดี และสามารถพัฒนาสู่กีฬานานาชาติได้สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์จากการวิจัยนี้พบว่า นักมวยไทยส่วนใหญ่มีสภาพชีวิตที่ดี มีแรงจูงใจในการฝึกเพราะอยากให้ร่างกายแข็งแรง เรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายไปในลักษณะแข็งแรงขึ้น มีน้ำหนักตัวลดลงมีสุขภาพดีขึ้น มีความสุขมากขึ้น ส่วนใหญ่มีเป้าหมายการฝึกมวยเพื่อสุขภาพทำให้ร่างกายแข็งแรง

ดังนั้นในเอกสารและการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นจึงมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ ที่พบว่าผู้เรียนมีความสุขกับการเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยการเรียนมวยไทยทำให้มีสุขภาพแข็งแรง น้ำหนักลดลงร่างกายดีขึ้นส่วนการที่กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาเรื่องภาษาและการสื่อสารนั้น อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ไม่ใช่ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ดังผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรปถึงร้อยละ 39.83 รองลงมาจากทวีปเอเชียร้อยละ 21.63 ทวีปอเมริกาเหนือร้อยละ 13.92 ออสเตรเลียร้อยละ 12.42 อเมริกาใต้ 9.42 และแอฟริการ้อยละ 2.78 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก จึงมีผลการวิจัยในลักษณะที่พบว่ามีปัญหาเรื่องการใช้ภาษาและการสื่อสาร

ความคาดหวังและสภาพความจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังแตกต่างจากความเป็นจริงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีค่าเฉลี่ยความสำเร็จจริงสูงกว่าความคาดหวังนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าค่ายมวยมีประสบการณ์จากการทำธุรกิจด้านนี้ โดยยึดความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

สอดคล้องกับ เตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ปัจจัยด้าน บุคลากร ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดร่วมกันทำนายความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวย โดยสมการพหุคูณถดถอยร่วมกันอธิบายคุณภาพของการให้บริการของค่ายมวย ดังนี้ 1) อิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรคุณภาพ การให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการพบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการร้อยละ 50.5 พบตัวแปรอิสระด้านบุคลากรมีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรคุณภาพ การให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านราคามีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรคุณภาพ การให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางด้านตลาดกับตัวแปรคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรและด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การให้บริการด้านความน่าเชื่อถือร้อยละ 48.5 อิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับตัวแปรคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคามีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการคิดเป็นร้อยละ 43.5 เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติพบว่า ตัวแปรด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการสนองความต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านราคามีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจร้อยละ 50.2 พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อิทธิพลระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่ร้อยละ 43.2 และพบว่าตัวแปรด้านบุคลากรด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมพบว่า ตัวแปรด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคามีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 44.1 โดยตัวแปรด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคามีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สมหวังกับการเรียนรู้มวยไทย สอดคล้องกับ สตีเฟนฮอง(Hong,Stephen, 2016) ที่กล่าวว่า มีลักษณะ 10 ประการที่จะประสบความสำเร็จในด้านมวยไทย ได้แก่ 1) เรียนพื้นฐานแน่น 2) สมบูรณ์แบบด้วยเทคนิค 3) ทำซ้ำ ๆ 4) คิด

ตลอดเวลา 5) จัดทำเงื่อนไขสำคัญ 6) ผึกซ้อม 7) หาประสบการณ์บนเวที 8) พัฒนาให้จิตใจเข้มแข็ง 9) นับถือครู 10) ปิดจุดอ่อนไม่ให้คู่ต่อสู้เห็นด้านการฝึกมวยไทยทำให้ร่างกายแข็งแรง สอดคล้องกับผลการวิจัยของกรรณิการ์ คชาชื่น และคณะ (2552) ที่พบว่า ประโยชน์ที่นักทอ้งเที่ยวคาดว่าจะได้รับจากการเรียนมวยไทยคือความแข็งแรงของร่างกาย และนอกจากนี้ยังพัฒนาปัญญาและความกล้าหาญได้ สอดคล้องกับข้อมูลจากผลการวิจัยผลของเฮนรี่ (Henry, Michael Shane, 2013, Abstract) ที่วิจัยทดลองการพัฒนามวยไทยผ่านการเรียนรู้จากการสอบมกคลขาวของมวยไทย โดยเน้นการศึกษาเชิงมานุษยวิทยา ไม่นับมวยไทยที่มีความรุนแรง พบว่ามวยไทยมกคลขาวสามารถพัฒนาปัญญาและความกล้าหาญได้

เมื่อนักทอ้งเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยตามเป้าหมายและตามขั้นตอนส่วนใหญ่ย่อมสมหวังจากการเรียน โดยเฉพาะบางคนมาเรียนเพียงแค่พื้นฐาน บางคนมาเรียนเน้นเทคนิค บางคนต้องการประสบการณ์บนเวทีมวย ซึ่งแต่ละคนจะมีเป้าหมายแตกต่างกันไป เมื่อค่ายมวยทราบความต้องการของนักทอ้งเที่ยวก็อาจจัดหลักสูตรและการเรียนการสอนให้ตรงความต้องการ ซึ่งมีหลักสูตรที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการดังกล่าวโดยเฉพาะในเรื่องของการเรียนมวยไทยเพื่อสุขภาพและการเรียนรู้เชิงศิลปะและวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ที่ส่วนใหญ่ต้องการมาเรียนมวยไทยเพื่อให้มีสุขภาพดีมีร่างกายแข็งแรง

จากผลการวิจัยพบว่า การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกและจากหัวหน้าค่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทยของนักทอ้งเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นเพราะการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกันเกิดบรรยากาศความอบอุ่นใจ มีความผูกพันซึ่งกันและกันตลอดจนมีความไว้วางใจและเชื่อถือในค่ายมวย สามารถรับประสบการณ์ที่ดีที่สุดที่ค่ายมวยได้ถ่ายทอดให้จนบรรลุเป้าหมายจากการเรียน การที่นักทอ้งเที่ยวมาเรียนรู้และมาชมมวยไทย ซึ่งเป็นการหาประสบการณ์ที่เพิ่มความแตกต่าง ที่สัมผัสกับกระบวนการผลิตและบริโภค โดยค่ายมวยหรือสนามมวยได้จัดส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักทอ้งเที่ยว ในทางเดียวกันนักทอ้งเที่ยวก็เกิดการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่เกิดจากเรียนรู้ด้วยตนเองกับค่ายมวยอย่างลึกซึ้ง รู้และรักษาคุณค่าของมวยไทยร่วมกัน ในอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง โดยค่ายมวยและสนามมวยต้องส่งมอบประสบการณ์อันทรงคุณค่าตามความต้องการของนักทอ้งเที่ยวจะทำให้เกิดการประทับใจ ทำให้เกิดการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมและเกิดความร่วมมือและความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ อีกทั้งผลจากการเข้ามาของนักทอ้งเที่ยวกลุ่มนี้ยังก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน ค่ายมวย และประเทศชาติอีกด้วย สอดคล้องกับ ชาญชัย ยมดิษฐ์ (2547, บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการสอนและพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสามารถเรียนได้ดีเมื่อผู้สอนกับผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กันสูง ซึ่งสอดคล้องกับเตชิตา ไชยอ่อน (2557, บทคัดย่อ) ที่ได้วิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการต่อมวยไทย ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าชาวต่างชาติมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทยในภาพรวมอยู่ในระดับสูงที่สุด โดยจำแนกเป็นรายด้านได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ การให้ความมั่นใจและความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย พบว่าความคาดหวังกับความสำเร็จจริงของลูกค้าชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย มีความสัมพันธ์กันที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาดูความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและ

ความสำเร็จจริงพบว่า ค่าเฉลี่ยของความสำเร็จจริงสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีในด้านการเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่ายมวย การดูแลเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่ายมวย การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ ความปลอดภัยของค่ายมวย ค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรมและความมั่นใจในความสำเร็จจากการเรียนมวยไทย

ข้อค้นพบข้างต้นอาจมีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ดังผลการวิจัยของ สุชาติ อิทธิวรรณพงษ์ (2551, บทคัดย่อ) ที่พบว่า ชาวต่างชาติมีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อมวยไทย สามารถนำไปใช้ป้องกันตัวได้ดี และเรียนที่ได้ผลต้องมาเรียนที่ประเทศไทย และเมื่อมาเรียนจริงจึงมีความพอใจต่อการสอนมวยไทยทุกๆด้าน ทั้งผู้สอน อุปกรณ์และสถานที่ โดยเฉพาะต้องมีเทคนิคการสอนที่สนุกสนาน ดังที่รายาศิต เต็งกุสุลย์มานและคณะ (2554, บทคัดย่อ) ที่วิจัยพบว่า กฎของการทำธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จนี้ต้องมีบุคลากรที่มีความสง่างาม การเรียนการสอนต้องมีความสนุกสนานและเป็นที่ประทับใจ ต้องมีแผนคลับ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว และต้องมีใจรักในกีฬามวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีความมุ่งมั่น และมานะพยายามที่จะผลักดันธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ การที่ค่ายมวยมีบุคลากรมวยไทยที่มีคุณภาพไม่ว่าจะเป็นการบริหารค่ายมวย ครูฝึกเทรนเนอร์ ที่มีความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าผู้เรียนชาวต่างชาติ ทำให้ชาวต่างชาติมีความศรัทธาเชื่อมั่นในค่ายมวย ทำให้มีความมั่นใจว่าจะเรียนให้สำเร็จตามเป้าหมายได้ ซึ่งถ้าค่ายมวยได้ส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่าให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างสามารถแชร์ประสบการณ์ร่วมข้ามวัฒนธรรมร่วมกันทั้งค่ายมวยหรือชุมชนที่อยู่แวดล้อมค่ายมวย จะทำให้ได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมต่างๆ ที่จัดให้ด้วยบริการที่ประทับใจ พบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ทำให้อยากมาเรียน และอาจชักชวนคนอื่นๆ ที่รู้จักมาใช้ประสบการณ์การเรียนมวยไทยเพิ่มมากขึ้น เพราะเกิดการยอมรับทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ทำให้เกิดการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมขึ้น จนส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของชุมชนค่ายมวย และประเทศชาติเติบโตขึ้นเป็นการสร้างรายได้ ทำให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของชาติทำให้มีการพัฒนาขึ้นอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค่ายมวยไทย

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบความสำเร็จของธุรกิจมวยไทยพบว่ามี6ประการ ได้แก่

- 1) การสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด(ค่าไอเกน=12.0)
- 2)การมีบุคลากรมวยไทยที่มีศักยภาพสูง(ค่าไอเกน=8.215)
- 3)การมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ(ค่าไอเกน=6.149)
- 4)สถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ(ค่าไอเกน=4.125)
- 5)ความสะอาดและความปลอดภัย(ค่าไอเกน=2.204) และ
- 6)การประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา(ค่าไอเกน=1.683)

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับอนุวัฒน์ ถีออยู่ (2554) ได้วิจัยพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทยพบว่ามี 9 มาตรฐาน คือ

1. มาตรฐานด้านการบริหารค่ายมวย
2. มาตรฐานด้านการฝึกซ้อมและอุปกรณ์การฝึกซ้อม
3. มาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกีฬาในการพัฒนาสมรรถนะนักมวย
4. มาตรฐานด้านการอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะมวยไทย
5. มาตรฐานด้านการจัดการสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่พัก และความปลอดภัยให้นักมวย
6. มาตรฐานด้านการส่งเสริมความรู้และการพัฒนาตนเองให้กับนักมวยและบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในค่ายมวย
7. มาตรฐานด้านการจัดการในการแข่งขันของนักมวย
8. มาตรฐานด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และแนวทางพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542
9. มาตรฐานด้านเกียรติประวัติค่ายมวยไทย รวมทั้ง 9 ด้าน มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ระดับมากที่สุด

ความสอดคล้องกับคุณภาพค่ายมวยไทยกับปัจจัยองค์ประกอบความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยพบว่า มีความสอดคล้องกันในด้านมาตรฐานสถานที่ อุปกรณ์การฝึกซ้อม ความสะอาดปลอดภัย การนำวิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยีกีฬามาใช้พัฒนาสมรรถนะนักมวย ส่วนด้านเครือข่ายและการตลาด ด้านบุคลากร หลักสูตรและการเรียนการสอนไม่ปรากฏในเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยคุณภาพ เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการฝึกเพื่อความเป็นเลิศแบบค่ายมวยไทยในประเทศไทย แต่เน้นผลตอบแทนด้านธุรกิจและการตลาดเป็นสำคัญ จึงทำให้แตกต่างกันในผลการวิจัยดังกล่าวอย่างไรก็ดีผลการวิจัยข้างต้นยังสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพในมาตรฐานที่1โครงสร้างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพมาตรฐานที่2การบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่ายมาตรฐานที่3การวางแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพมาตรฐานที่4การบริหารลูกค้าของค่ายมวยไทยอาชีพ และมาตรฐานที่ 6 การบริหารและการพัฒนานักมวยและบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยฝ่ายกีฬามวยไทยอาชีพและกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย, มปป., หน้า 1-46)

นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่พบในงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยบางส่วนของสำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547, บทสรุปย่อสำหรับผู้บริหาร) ที่พบว่า แนวทางพัฒนากีฬามวยสู่ความเป็นเลิศควรมี 1) พัฒนาความสามารถตัวนักกีฬา 2) พัฒนาบุคลากร 3) สถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การจัดการแข่งขันกีฬา 5) การมีส่วนร่วมและปลูกกระแสนิยมทางการกีฬา 6) การนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ และ 7) องค์กรที่รับผิดชอบ

โดยส่วนที่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบครั้งนี้ได้แก่ การพัฒนาบุคลากร สถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกและการนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ ซึ่งสอดคล้องกับ เถลิงชัยวัชรภรณ์ และคณะ(2552) ที่วิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของกีฬามวยสากลสมัครเล่นที่เป็นความหวังของประเทศไทย ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการ ระบบการค้นหาคัดเลือกนักกีฬา และ

วิทยาศาสตร์การกีฬา ซึ่งส่วนมากเมื่อวิเคราะห์แล้วเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคลากร การบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ และการใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา

ด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาด

ด้านการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจและการตลาดมีน้ำหนักองค์ประกอบมาเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับ อัมมามนตร์ คุณรัตนารักษ์ และคณะ (2557) ซึ่งได้วิจัยโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อความภักดีในบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความภักดีในบริการ โดยส่งผ่านความคาดหวังการรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในบริการสูงกว่าอิทธิพลทางตรงในกลุ่มเรียนทำอาหารไทย นวดแผนไทยและมวยไทย แต่ในภาพรวมมีอิทธิพลทางตรงสูงกว่าอิทธิพลทางอ้อมในกลุ่มนวดไทยและกลุ่มรวม ส่วนปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความภักดีในบริการ โดยส่งผ่านความคาดหวัง การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจในบริการสูงกว่าอิทธิพลทางตรงในกลุ่มเรียนอาหารไทย นวดแผนไทย และมวยไทย ดังนั้นควรจัดการให้เกิดความคาดหวังการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจในบริการก่อน จึงจะทำให้เกิดความภักดีต่อบริการในภายหลังสอดคล้องกับรายาศิตเต็งกุลสุลัยมาน (2554) ที่พบว่า การดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามัน มีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มแข็งพอประมาณ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมากทั้งในแง่ของเวทีมวย ค่ายมวย เส้นทางก็นำเที่ยว แพคเกจทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย รู้คุณค่า และพอใจในบริการจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนมวยไทยซึ่งถือว่าเป็นสินค้าส่งออกหลักของชาติในปัจจุบันดังที่นิตยสารScopus รีวิว(Scopus Preview,2014)ที่กล่าวไว้ว่าสินค้ามวยไทยเป็นสินค้าออกหลักด้านวัฒนธรรมของชาติ

นอกจากนี้ยังมีผลการวิจัยของ กรรณิการ์ คชาชื่น และคณะ (2552) พบว่า ชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษา เดินทางมาเรียนคนเดียว มีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อน ส่วนใหญ่รู้จักมวยไทยทางโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต โดยได้รับแรงบันดาลใจจากเพื่อน ประโยชน์ที่ได้รับคือความแข็งแรงของร่างกาย และมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

ด้านการมีบุคลากรมวยไทยที่มีคุณภาพ

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า บุคลากรมวยไทย เช่น หัวหน้าค่าย ครูฝึก และผู้ช่วยครูฝึกที่ดีมีคุณภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญลำดับที่ 2 นั้น อาจเป็นเพราะว่าบุคลากรคือผู้ที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของค่ายมวยไทยโดยตรง สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ค่ายมวยไทย(สุวัตร สิทธิหล่อ,2555) ซึ่งสรุปได้9องค์ประกอบที่นำไปสู่การสนับสนุนการท่องเที่ยวดังนี้

1. เนื้อหาสาระหลักสูตรการเรียนการสอนมวยไทย
2. องค์กรทางด้านมวยไทย
3. บุคลากรมวยไทย
4. สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

5. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
6. ความร่วมมือระหว่างองค์กรระหว่างประเทศ
7. วิทยาศาสตร์การกีฬา
8. ธุรกิจกีฬามวยไทย
9. นโยบายรัฐบาล

ด้านบุคลากรจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จสำหรับธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ดังผลการวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ คงแยม (2557) พบว่า ครูมวยไทยส่วนใหญ่เคยเป็นนักมวยมาก่อน มีการพัฒนาฝีมือการชกและประสบการณ์การชกในช่วงชีวิตที่เป็นนักมวย เมื่อเลิกชกด้วยใจรักจึงรับลูกศิษย์หรือตั้งค่ายมวยเป็นของตนเอง ครูมวยไทยในอดีตเป็นผู้ทรงไว้ซึ่งคุณธรรม สอนศิษย์เป็นคนดี มีแม่ไม้มวยไทยเป็นที่ประจักษ์จึงเป็นที่เคารพนับถือ แม้ปัจจุบันบริบทมวยไทยเปลี่ยนไปทำให้ครูมวยไทยส่วนหนึ่งเปลี่ยนสภาพเป็นเพียงผู้ฝึกสอนมวย กระบวนการถ่ายทอดความรู้อาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ประกอบด้วย การมีองค์ความรู้หรือแม่ไม้มวยไทยที่เป็นอัตลักษณ์ เคล็ดในการถ่ายทอดที่เป็นแบบของตนเองและการครองตนเป็นแบบอย่างตามหลักคุณธรรม จริยธรรม และเป็นนักมวยที่ดี ดังนั้นเมื่อบุคลากรด้านมวยมีคุณภาพการให้บริการจึงมีคุณภาพ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ เตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่วิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยได้ร้อยละ 44.1 และ แจน อาร์รอน (Aron, Jahnm, 2014) ได้ทำการศึกษาลักษณะค่ายมวยที่ดีที่สุด 13 ลักษณะและหนึ่งในนั้นคือการมีผู้ช่วยผู้ฝึกสอนและผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ

ดังนั้น ผลการวิจัยข้างต้นที่พบว่าบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จธุรกิจค่ายมวยสำหรับชาวต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับครูฝึก ผู้ช่วยครูฝึก พนักงานต่างๆในค่ายมวย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้อย่างยิ่งที่พบว่าเรื่องบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญสอดคล้องกับผลการวิจัยที่กล่าวมาเป็นส่วนใหญ่

ด้านหลักสูตรการเรียนการสอนมวยไทยที่มีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับสุวัตร สิทธิหล่อ (2555) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบที่นำไปสู่มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แก่ การมีหลักสูตรการสอนมวยไทยที่มีคุณภาพ ซึ่งหลักสูตรจะเป็นเนื้อหาองค์ความรู้และมวลประสบการณ์ที่จัดไว้ให้แก่ผู้เรียน ดังที่ ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2553) ได้จัดสร้างหลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยสำหรับการกีฬาแห่งประเทศไทยได้ฝึกอบรมครูมวยไทยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ แบ่งออกได้ 3 ระดับ คือ หลักสูตรขั้นต้น C-License หลักสูตรชั้นกลาง B-License และหลักสูตรขั้นสูง A-License โดยหลักสูตรดังกล่าวจำแนกมวยไทยออกได้ 3 ส่วน ตามสมรรถนะครูมวยไทย ในขณะที่ รุ่งอรุณ สุทธิพงศ์และต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล (2557) ได้จัดทำหลักสูตรพิเศษครูมวยไทยระดับสูงสำหรับยอดมวยไทยซึ่งได้พัฒนายอดมวยที่เป็นอดีตแชมป์และรองแชมป์ของเวทีมาตรฐาน ซึ่งในโครงสร้างหลักสูตรมี 9 รายวิชา ส่วนต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล (2554) ได้พัฒนาหลักสูตรขั้นพื้นฐานสำหรับนักเรียนชั้นพื้นฐาน (มัธยมศึกษาปีที่ 1 – 3) ใช้ตอบสนองต่อนักเรียนระดับขั้นพื้นฐานทั่วประเทศ พร้อมกันนี้ สถาบันอนุรักษ์มวยไทยแห่งชาติ กรม

พลศึกษา(ม.ป.ป.)ได้จัดสร้างหลักสูตรสมรรถนะมวยไทย 9 ชั้น ไว้ตอบสนองต่อการฝึกฝนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศอีกด้วยหลักสูตรมวยไทยได้มีการวิจัยและสร้างไว้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ หลักสูตรขั้นต้น หลักสูตรชั้นกลาง และหลักสูตรขั้นสูงบางส่วนก็แยกเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรระยะกลาง และระยะยาว

ดังนั้น จากเอกสารการวิจัยที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นจะพบว่าหลักสูตรและการเรียนการสอนเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนมวยไทยให้สำเร็จเพราะฉะนั้นหลักสูตรและการเรียนการสอนจึงมีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศดังผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้

ด้านอาคาร สถานที่และอุปกรณ์

จากผลการวิจัยที่พบว่าอาคารสถานที่และอุปกรณ์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของปัจจัยสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศนั้นอาจเป็นเพราะว่าอาคารสถานที่และอุปกรณ์การฝึกเป็นปัจจัยสำคัญอันเป็นองค์ประกอบที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ดังที่สุวัฒน์ สิทธิหล่อ (2555) ที่ระบุว่าสถานที่อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันครบวงจรได้มาตรฐานรองรับผู้เรียนได้ตามจำนวนเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัย ตรงกับสุขาภิบาล อภิธรรมพงษ์ (2551) ที่วิจัยภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทยพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พักอุปกรณ์การฝึกซ้อมก็มีผลต่อการจูงใจให้ชาวต่างชาติให้มาเรียนมวยไทย นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยของ เตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่ศึกษาพบว่าลูกค้ามวยไทยชาวต่างชาติมีระดับความคาดหวังต่ออุปกรณ์กีฬามวยไทยที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานมีความคาดหวังต่ออาคารสถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมีระดับความคาดหวังต่ออุปกรณ์ฝึกที่มีบรรยากาศความเป็นไทย มีความคาดหวังต่ออุปกรณ์การฝึกที่ได้มาตรฐานพร้อมใช้งานมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยของค่ายมวยมีแสงสว่างพอเพียงกับการใช้บริการและมีความได้สะดวกเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านสินค้าและบริการแล้วพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ร่วมกันทำนายความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย

สอดคล้องกับ วินัย พูลศรี (2555) วิจัยพบว่าการจัดการมรดกภูมิปัญญาของชาติสู่ธุรกิจสาขานั้น เรื่องค่ายมวยต้นแบบที่มีรูปแบบเอกลักษณ์ใหม่ มีโรงยิมเนเซียม สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น หอพักนักกีฬา เวทีมาตรฐาน ประวัติค่ายมวย ประวัตินักมวย ห้องเรียนรู้และที่พักมาตรฐานซึ่งสอดคล้องกับสำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ที่วิจัยแนวทางพัฒนากีฬามวยสากลสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพและพบว่าด้านสถานที่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญ ควรมีการจัดสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเล่นกีฬาให้มีจำนวนมากเพียงพอกับความต้องการรวมทั้งเปิดกว้างและอำนวยความสะดวกในการเล่นกีฬาและแข่งขันกีฬาให้มากที่สุด ในขณะที่ ภราดร กุเกียรติ์นันท์(2555)ได้วิจัยพบว่าการออกแบบอาคารสถานที่ภายในศูนย์ส่งเสริมศิลปะการต่อสู้เพื่อสตรีมวยไทยไชยาได้จัดให้มีพื้นที่เหมาะสมกับศิลปะการรับการรุกรตามเทคนิคมวยไชยาอย่างดี และนอกจากนี้ฝ่ายกีฬาอาชีพและกีฬามวยสำนักงานคณะกรรมการกีฬาแห่งประเทศไทยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(ม.ป.ป.)ได้กำหนดไว้ในคู่มือบริหารค่ายมวยไทยอาชีพไว้ในโครงสร้างเพิ่มฐานค่ายมวยไทยอาชีพลักษณะค่ายมวยไทยอาชีพ ควรมีอาคาร สถานที่และอุปกรณ์ที่สำคัญและจำเป็นพื้นฐานต่อการดำเนินเป็นงานค่ายมวย

จากเอกสารและผลการวิจัยที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า อาคาร สถานที่และอุปกรณ์ซึ่งเป็นปัจจัยองค์ประกอบหลักของปัจจัยสำเร็จของการทางธุรกิจค่ายมวยสำหรับชาวต่างประเทศสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้

ด้านความสะอาดและปลอดภัยของค่ายมวย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าความสะอาดและปลอดภัยเป็นองค์ประกอบในปัจจัยสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกศินี ประทุมมณี (2552) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพการจัดที่นั่ง จำนวนที่นั่งเพียงพอและความสะอาดของห้องน้ำเป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวเมื่อเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย สอดคล้องกับ แจน อาร์รอน(Aaron,Jahn, 2014) ที่พบว่า คุณลักษณะของค่ายมวยไทยที่ดีสำหรับชาวต่างประเทศคือความ สะดวก สะอาดและปลอดภัยมาเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยความสำเร็จของการทำธุรกิจค่ายมวยสำหรับชาวต่างประเทศครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อนุวัฒน์ ถี้อยู่(2554) ที่จัดทำเกณฑ์มาตรฐาน คุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทยพบว่า มี 9 มาตรฐาน ได้แก่

- 1) มาตรฐานการบริหารค่ายมวยไทย 2) มาตรฐานด้านการฝึกซ้อมและอุปกรณ์การฝึกซ้อม
- 3) มาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาและเทคโนโลยีในการกีฬา 4) มาตรฐานด้านการอนุรักษ์และการเผยแพร่ศิลปะมวยไทย 5) มาตรฐานด้านการจัดสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก ที่พักและความปลอดภัยให้แก่ นักมวย 6) มาตรฐานด้านส่งเสริมความรู้และการพัฒนาตัวเองให้กับนักมวยและบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในค่ายมวย 7) มาตรฐานด้านการจัดการในการแข่งขันของนักมวย
- 8) มาตรฐานด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบและแนวทางพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ.2542
- 9) มาตรฐานด้านเกียรติประวัติค่ายมวยไทย

จากเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามาตรฐานข้อที่ 5 ความสะอาดและความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญของการทำค่ายมวยสำหรับชาวต่างประเทศโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมภายในค่ายที่มีสุขลักษณะที่ดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยไม่สกปรก มีความปลอดภัยทั้งการดำรงชีวิตอยู่ในค่ายมวยและรอบๆค่ายมวยสอดคล้องกับข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าความสะอาดและปลอดภัยเป็นองค์ประกอบในปัจจัยสำเร็จของธุรกิจ

ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬากับความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่าวิทยาศาสตร์การกีฬาเป็นองค์ประกอบสำคัญของการดำเนินธุรกิจค่ายมวยไทยนั้นอาจเป็นเพราะว่าชาวต่างประเทศมีความคุ้นเคยกับการใช้หลักวิทยาศาสตร์การกีฬาในการออกกำลังกาย การฝึกซ้อม และในการแข่งขันเพื่อความ เป็นเลิศทางการกีฬาปัจจุบันวิทยาศาสตร์การกีฬาถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการกีฬาและการออกกำลังกายสอดคล้องกับ สุวัตร สิทธิหล่อ (2556) ได้ข้อสรุปจากการสัมมนาค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวว่าวิทยาศาสตร์การกีฬาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาค่ายมวยไทยเพราะเป็นการนำเครื่องมืออุปกรณ์การกีฬามาช่วยพัฒนาค่ายมวยไทย เช่นการวิเคราะห์ทักษะการเคลื่อนไหวของมวยไทยการสร้างเสริมสมรรถภาพทางกายของนักมวยไทย การฝึกจิตและสมาธิการป้องกันการและปฐมพยาบาลการบาดเจ็บการนวดและบำบัดฟื้นฟูสภาพด้วยความเย็นและร้อนการกินอาหารและอาหารเสริมของนักมวยไทยซึ่งสอดคล้องกับ อนุวัฒน์

ถ้อย (2554) ได้วิจัยมาตรฐานค่ายมวยไทย 9 ประการและพบว่ามาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกีฬาในการพัฒนาสมรรถนะนักกีฬามวยไทยเป็นมาตรฐานสำคัญ 1 ใน 9 มาตรฐานของค่ายมวยไทย

การนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ในการพัฒนาค่ายมวยไทยสำหรับชาวต่างชาติจึงสามารถทำนายความสำเร็จของการบริหารจัดการค่ายมวยไทยได้ โดยเฉพาะด้านสุขภาพดังที่ ประสารศิษฐ์ศรีศักดิ์ (2556) ได้ศึกษาองค์ความรู้และเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์การกีฬามาประยุกต์ใช้กับมวยไทยเพื่อพัฒนาสมรรถภาพร่างกายของกำลังพลในกองทัพบกสายงานสัสดีพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสมรรถภาพร่างกายดีขึ้นและมีความเหมาะสมตามองค์ประกอบในการฝึกมวยหลังจากทดลองใช้โปรแกรมฝึกมวยไทย 2 สัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างมีสมรรถภาพร่างกายด้านน้ำหนักตัว น้ำหนักมวลกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อแขนขาและข้อเท้า กล้ามเนื้อขาและข้อเท้าดีขึ้นและมีสมรรถภาพร่างกายดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยดังกล่าวจึงยืนยันได้ว่า การนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ในการฝึกมวยไทยสามารถทำให้เกิดสมรรถภาพร่างกายดีขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ อาทิ เณิมชัยวัชรารักษ์และคณะ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกีฬามวยสากลสมัครเล่นที่เป็นความหวังของประเทศไทย และสำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2547) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากีฬามวยสากลนำไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพที่ค้นพบและสอดคล้องว่าผลการนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาประยุกต์ใช้โดยผสมผสานความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้าไปในหลักสูตรการเรียนการสอนพลศึกษา ทำให้มีความเข้าใจและมองเห็นปัจจัยของการนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ทุกระดับตั้งแต่ระดับกีฬาขั้นพื้นฐานกีฬาเพื่อมวลชนและกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ จึงถือเป็นปัจจัยความสำเร็จของกีฬามวยในการนำวิทยาศาสตร์การกีฬามาประยุกต์ใช้

จากเอกสารและผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาในองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค่ายมวยไทยสำหรับชาวต่างชาติ เพราะทำให้ผู้ฝึกมีสมรรถภาพร่างกายที่แข็งแรงมีสุขภาพดีป้องกันและรักษาอาการบาดเจ็บจากการฝึกซ้อมหรือแข่งขันและถูกนำมาใช้ในการฝึกซ้อมมวยทุกระดับตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน ขั้นกีฬาเพื่อมวลชนและขั้นความเป็นเลิศและเป็นมาตรฐานสำคัญด้านหนึ่งของเกณฑ์มาตรฐานสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้

อภิปรายผลการวิจัยจากผู้ชมมวยไทย

ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยทางโซเชียลมีเดียเฟสบุ๊กไลน์ และอินสตาแกรม ระดับ $s=106$, รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ ($\bar{X}=3.65, 1.16$) และจากโทรทัศน์ เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้ามากข้อมูลข่าวสารส่งถึงได้อย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น จากไลน์ เว็บไซต์ อินสตาแกรม อีเมล สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติ อิทธิวรรณพงษ์ (2551) ที่วิจัยพบว่า ค่ายมวยไทยมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในการจูงใจชาวต่างชาติโดยใช้สื่อต่าง ๆ แบบผสมผสานกัน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์แผ่นพับ การสื่อสารโดยใช้ชาวต่างชาติดูแลตอบคำถามและติดต่อประสานงานระหว่างค่ายมวยชาวต่างชาติ ส่วนค่ายแก้วสัมฤทธิ์ และค่าย ป. ประมุข ใช้สื่อหลากหลายน้อยกว่า เช่น ไม่มีการใช้สิ่งพิมพ์แผ่นพับ ไม่ใช้สื่อทีวี แต่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยการทำเว็บและใช้อีเมลซึ่งเป็นสื่อยุคใหม่ใน

การติดต่อสื่อสาร ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการตลาด 360 องศา โดย ฟาโยสซี (Fayossy, 2559) เสนอกลยุทธ์ไว้ 8 ประการ คือ 1. เว็บไซต์ 2. สร้างสรรค์คอนเทนต์ 3. โซเชียลมีเดีย 4. การตลาดที่เข้าถึงรากหญ้า 5. อีเว้นท์และการไวรัล 6. กลยุทธ์ (Co-Branding) 7. ประชาสัมพันธ์ 8. เครือข่ายและมิตรภาพ

ผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นจึงแสดงว่าสื่อโซเชียลมีเดียยังเป็นสิ่งที่ชาวต่างประเทศใช้เป็นช่องทางในการติดต่อเพื่อชมมวยไทยเป็นส่วนใหญ่ สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ค้นพบในครั้งนี้ เหตุผลในการตัดสินใจชมมวยไทยพบว่า มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวระดับมาก รองลงมามวยไทยเป็นกีฬาที่ดีต่อการออกกำลังกายและทำให้ร่างกายแข็งแรง และมวยไทยเป็นกีฬาที่สร้างความบันเทิง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สัญญา รัตนไพวงศ์ (2559) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าชมมวยไทยเพราะเห็นว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ที่น่าสนใจ เป็นการต่อสู้ที่ใช้อวัยวะเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกาย และ สุชาติ อิทธิธรรมพงษ์ (2551, 71) พบว่า ชาวต่างชาติรู้จักมวยไทยเป็นอย่างดี และมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทยโดยเห็นว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ป้องกันตัวได้ เสน่ห์อีกประการหนึ่งของมวยไทย คือ การออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก ร่างกายแข็งแรง ดังที่ หาดใหญ่ โซเซียล (2559) พบว่า ชมมวยช่วยลดน้ำหนักได้ โดยสุภาพสตรีหลายคนหันมาให้ความสนใจออกกำลังกายกันมากขึ้น เพื่อหวังจะได้มีหุ่นพิตแอนด์เฟิร์ม โดยเฉพาะมวยไทยไม่ใช่แต่ผู้ชายเท่านั้น สมัยนี้ผู้หญิงก็หันมาเล่นมวยไทยโดยเน้นการออกกำลังกายที่ดูแข็งแรง ชมมวยลดน้ำหนัก กล้ามเนื้อกระชับ เสน่ห์ของมวยไทยอยู่ที่ความสนุกสนานในระหว่างการแข่งขัน เนื่องจากแต่ละคนจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ รอบข้างอยู่ตลอดเวลา ทำให้รู้สึกไม่เบื่อเหมือนกับการออกกำลังกายบนเครื่องวิ่งคนเมือง เพราะเมื่อเริ่มชมมวยในโรงยิมแล้วคุณจะอยู่ในสภาพเหงื่อไทม์กาย และอยู่ในการชมมวยลดน้ำหนัก สอดคล้องกับ กรรณิการ์ คชาชื่น และคณะ (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นประโยชน์ที่คาดหวังว่าจะได้รับการเรียนมวยไทย คือ ความแข็งแรงของร่างกายเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่าผู้ชมมวยไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมวยไทยด้านการให้ความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายเป็นส่วนใหญ่ รองลงไปเห็นคุณค่าด้านศิลปะการต่อสู้ที่น่าสนใจและส่วนใหญ่เข้าถึงมวยไทยโดยใช้โซเชียลมีเดีย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตลาด

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคลากร มีอัตรายาคัยดี มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รองไปคือด้านกายภาพมีสถานที่สะอาดและมีเพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศินี ประทุมมณี (2552) พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ให้ความสำคัญ ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านอัตรายาคัย ไม่ตรี บุคลิกภาพที่ดี และมีความกระตือรือร้นให้บริการ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ เตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของค่ายมวยไทย ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา

และเมื่อพิจารณาความแตกต่างสำหรับงานวิจัยเพื่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่ายมวยที่ประกอบอาชีพ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบเมื่อธุรกิจควรมีการส่งเสริมค่ายมวยที่เน้นการแข่งขันมาส่งเสริมการทำค่ายมวยเพื่อการท่องเที่ยวเพราะมีต้นทุนอยู่แล้วจะทำให้รายได้เพิ่มมากขึ้นและมีความมั่นคงมากขึ้น ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการจัดค่ายมวย

เพื่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยอาจให้หัวหน้าค่ายต้องผ่านการอบรมการจัดค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวก่อนทำค่าย และควรมีการแก้ไขระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยให้มีระยะเวลานานขึ้นตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดเนื่องจากธุรกิจค่ายมวยไทยนิยมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเน้นรายได้สูง ชาวต่างประเทศนิยมมาเรียนในประเทศไทยจำนวนมากทำให้ชาวต่างชาติมาเปิดธุรกิจด้านนี้ โดยใช้ชื่อตัวแทนที่เป็นคนไทย รับนักท่องเที่ยวนำมาเรียนจากต่างประเทศ มาเรียนด้วยค่ายใช้จ่ายที่สูง โดยจ้างคนไทยเป็นผู้ฝึกสอน โดยได้เพียงค่าแรงที่ไม่มาก ทำให้ต่างชาติที่มีเงินทุนนำรายได้ออกนอกประเทศ ซึ่งควรมีการควบคุมอาชีพค่ายมวยเพื่อให้การท่องเที่ยวสงวนไว้ให้เฉพาะคนไทยในประเทศไทยเท่านั้นเมื่อธุรกิจขยายตัวค่ายมวยพึงต้องปรับตัวโดยการสอนนักท่องเที่ยวนำมาเรียนมวยไทยตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการกลุ่มนี้ เพื่อความมั่นคงของค่ายมวยเองและตอบสนองต่อเศรษฐกิจของชาติโดยรวมต่อไป

ดังผลการวิจัยข้างต้นจึงสอดคล้องกับข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรที่มีอรรถาศัยดี มีบริการที่ดี มีผลต่อการตลาดมวยไทยอย่างยิ่ง เพราะการที่มีบุคลากรที่มีคุณภาพช่วยให้การบริการบรรลุเป้าหมาย ดังผลการวิจัยดังกล่าว

กลยุทธ์สร้างมวยไทยเป็นสินค้าและบริการ ผลการวิจัยสรุปได้ 1 ประเด็น กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทย และแบ่งออกได้ตามส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ดังอภิปรายตามประเด็นต่างๆได้ดังนี้

1. ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์(Product)

มวยไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพในสายตาชาวต่างประเทศดังงานวิจัยของสัญญารัตน์ไพวงศ์ (2549) ที่ศึกษาพบว่า ชาวต่างชาติเห็นว่ามวยไทยเป็นศิลปะป้องกันตัวและเป็นศิลปะการต่อสู้ที่น่าสนใจ สามารถเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกายได้ดี และกีฬามวยไทยสามารถพัฒนาสู่ระดับนานาชาติได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นเรื่องการบริการด้านมวยไทยที่น่าสนใจของ เกศินี ประทุมมณี (2552) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการมีผลต่อการมาชมมวยไทยของชาวต่างประเทศในด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบาร์ใช้บริการ รายการแสดงน่าสนใจ และมีจำนวนคู่ชกหลายคู่ต่อรายการด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ ระดับราคาเครื่องดื่มเท่ากับร้านค้าทั่วไป และราคาตั๋วต่ำกว่าสนามอื่นด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการเดินทางมาสนามมวยไม่ยุ่งยาก จำนวนของช่องจำหน่ายตั๋วสะดวก และสามารถซื้อตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ตด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ มีการลดราคา มีการแจกแผ่นพับหรือใบปลิวและได้รับการแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีอรรถาศัยไมตรี พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ความสะอาดของห้องน้ำ และจำนวนที่นั่งเพียงพอด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ขั้นตอนการเข้าร่วมไม่ยุ่งยากความรวดเร็วในการจัดหาที่นั่ง และความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋วมวยไทยจึงเป็นสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติและมีสินค้าต่างๆที่ชาวต่างชาตินิยม

สอดคล้องกับสัญญา รัตน์ไพวงศ์ (2549) ที่พบว่า ชาวต่างชาติเห็นว่ามวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวและเป็นศิลปะการต่อสู้ที่น่าสนใจสามารถเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกายได้ดี สามารถพัฒนาสู่ระดับนานาชาติได้ เพราะเป็นการต่อสู้ที่ใช้อวัยวะซึ่งเป็นการออกกำลังกายที่สวยงามสินค้ามวยไทยจึงมีความหลากหลาย แตกต่างและมีเอกลักษณ์ตามที่นักท่องเที่ยวนำมาชมมวยไทยให้ความสนใจและ

มีความคาดหวังต่อมวยไทยแตกต่างกันไป เช่น กรณีมวยไชยา จะมีสินค้าและบริการที่มีลักษณะเด่น อันเป็นจุดขายอยู่ที่เสน่ห์คือการใช้ป้องกันตัว ดังเช่น Admin (2555) ระบุว่าเสน่ห์ของมวยไชยาคือ ลูกไม้ที่ใช้เป็นแนวทางการป้องกันตัวที่กลายเป็นการต่อสู้ที่เรียกว่ามีทั้งรุกและรับในเวลาเดียวกัน หนึ่งในค่ายมวยไชยาคือบ้านช่างไทยของ “ครูเล็ก” ฤทธาการ สุดประเสริฐ ที่เป็นการศึกษามวยไชยาแบบดั้งเดิม

นอกจากสินค้ามวยไทยจะมีจุดเด่นที่ศิลปะการป้องกันตัวแล้ว จุดเด่นของมวยไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะคือ ท่าต่างๆ และศิลปะการไหว้ครู ดังที่ พุทธิพงษ์บุษวรรษ(2559)กล่าวว่าจุดเด่นมวยไทยอยู่ที่การไหว้ครูสอดคล้องกับคนสักยันต์(2558)กล่าวว่า มวยไทยมีความแข็งแกร่งทั่วโลก ยอมรับว่ามวยไทยเน้นความแข็งแกร่งของกล้ามเนื้อ ท่าทางของมวยไทยออกง่ายแต่หนัก มวยไทยฝึกหนักจริง ด้วยลูกขยันน้ำอดน้ำทนเป็นอาชีพที่ใญ่ของคนไทย มีลูกศอกของมวยไทยที่พิสดารที่สุดในโลกและไม่มีมวยอะไรเลยในโลกที่ศอกได้ทุกมุมแบบมวยไทย ไม่มีมวยอะไรในโลกรู้จักการกอดคอตีเข้าแล้วจะแก้อย่างไร

ดังนั้นมวยไทยจึงเป็นสินค้าที่มีอัตลักษณ์จุดเด่นเป็นของตนเองที่ดึงดูดใจชาวต่างชาติเป็นอย่างยิ่ง ดังผลการวิจัยของ เตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่พบว่าชาวต่างชาติมีความคาดหวังต่อปัจจัยการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง และในด้านสินค้าและบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับสูง คือ มีโปรแกรมหลากหลายการฝึกให้เลือก เช่น มวยไทยอาชีพ มวยโบราณ มวยไทยเพื่อสุขภาพและมวยไทยเพื่อป้องกันตัวอยู่ในระดับสูงสุด รองลงมามีความคาดหวังต่ออุปกรณ์กีฬามวยไทยที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน โปรแกรมการชกบนเวทีจริงให้กับนักมวยหลังฝึก สถานที่ฝึกมีความทันสมัย สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เช่น ห้องพัก สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส ตามลำดับ

สินค้าและบริการข้างต้นมีรูปแบบใหม่ๆเพิ่มขึ้น เช่น มีมวยไทยในโรงแรม (เดลินิวส์, 2559) ที่ให้ข้อมูลว่า นายสุชาติ เกตุนาม ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมแอมบาสเดอร์ ทำมวยไทยในสปอร์ตคลับของโรงแรมเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สำหรับเป็นช่องทางหนึ่งให้ลูกค้าที่สนใจเลือกสอดคล้องกับเปรม บุษราคัมวงศ์ (อ้างถึงในยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2559) ที่กล่าวว่า ตอนนี้ไม่มีใครที่มียุทธศาสตร์อยู่ในโรงแรมแต่ของเรามีทั้งมวย ฟิตเนสและสนามเทนนิสซึ่งมีครบจริงๆ และเป็นเสน่ห์ที่ศิลปะอื่นไม่อาจเทียบได้ ดังที่ สเตฟาเนียปิเซลลี (2559) กล่าวว่า “ฉันเป็นแฟนตัวยงของมวยไทย และไม่ชอบดูการต่อสู้อื่นๆโดยปราศจากการใช้ศอก ซึ่งมันทำให้มวยไทยแตกต่างจากศิลปะการต่อสู้อื่นๆอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสิ่งที่ทำให้รักมวยไทยจริงๆ คือ มวยไทยเต็มไปด้วยประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชาวไทย ได้ฟังเรื่องราวต่างๆมากมายที่ครอบครัวได้เล่าว่า มวยไทยเป็นการสู้รบโบราณของคนไทยในอดีตที่ต้องการปกป้องสยามจากชนชาติอื่นๆ ได้ยืนต้านทานเหล่านี้ตั้งแต่ยังเป็นเด็กและนั่นทำให้มวยไทยเป็นสิ่งที่ฉันมีในความคิดของฉัน”

นอกจากสินค้ามวยไทยมีรูปแบบต่างๆ และมีเสน่ห์ดึงดูดชาวต่างชาติในลักษณะต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วยังมีสินค้าอีกชนิดหนึ่งคือ มวยไทยสำหรับผู้หญิง ดารา นายแบบ ฯลฯ ก็เป็นสินค้าและบริการที่มวยไทยทำให้ผู้หญิงสวยขึ้น การันตีความสวยด้วยดารา นายแบบนักวิ่ง มีจำนวนผู้หญิงซึ่งเข้าไปฝึกกัน อย่างเช่น ค่ายเจริญทองยิม นักเรียน 500 คนเป็นผู้หญิงประมาณร้อยละ 70 เช่น วิจิตร สัตตบงกช (2559)อาชีพแอร์โฮสเตสเป็นนักเรียนที่เรียนมวยไทย กล่าวว่า “ตอนแรกมีเพื่อนแอร์แนะนำให้มาเรียนมวยไทยก็คิดว่าอะไรโหดๆ มีแต่ผู้ชายเรียนหรือเปล่าสกรปรกใหม่ แต่พอมา

ที่นีโอเคเลย์ ตอนนี้มีผู้หญิงเรียนเยอะมากมีทุกวงการ บางวันผู้หญิงเรียน 20 คน ผู้ชาย 2-3 คน มีคนเรียนตั้งแต่เด็กชั้นประถมไปจนถึงพยาบาลเกษียณมีอายุมากถึง 71 ปี”สินค้ามวยไทยอีกชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมก็คือ มวยไทยฟิตเนส ดังที่ ตระกูล แก้วอ่อน (2554) กล่าวว่า “คอร์สมวยไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้คนไทยได้รู้จักกับเทรนด์การออกกำลังกายใหม่ แพลก สนุกสนานและไม่จำเจ ได้นำเทคนิคที่ได้เรียนรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันคอร์สมวยไทยของทรูฟิตเนส เปิดบริการตั้งแต่ต้นเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีอยู่สาขาเดียวที่ห้างสรรพสินค้าเซ็น ชั้น 9-10 สอนตัวต่อตัว ราคาอยู่ที่ชั่วโมงละ 1,250 บาท”

นอกจากนี้ยังมีค่ายมวยไทยของดาราย่าง แมทธิวดีน เปิดค่าย คงสิทธาราม ที่มีจุดเด่นจุดขายแตกต่างไปจากค่ายทั่วไปโดยเน้นที่ความสะอาดโปร่งสบาย ทั้งภาพมวยไทยในอดีตที่เน้นการแข่งขันมาเน้นการฝึกมวยไทยเพื่อการออกกำลังกายของหนุ่มสาวโดยเฉพาะ(ผู้จัดการออนไลน์,2559) สอดคล้องกับผลวิจัยของ วาเนสซ่า ลิม (Lim, Vanessa, 2016, Abstract) ได้ศึกษาสิทธิความเป็นผู้หญิงในยิมมวยไทยพบว่ายิมมวยไทยมีการจัดการที่ตอบสนองต่อสิทธิของผู้หญิงอย่างเหมาะสมมากซึ่งมีความแตกต่างกันในบริบทและความต้องการที่ต่างกันนอกจากนี้สินค้าและบริการของมวยไทยยังจัดทำในรูปแบบของการบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับมวยไทยที่โด่งดังไปทั่วโลกได้แก่ องค์บาก ต้มยำกุ้ง นักรบโยธยา นายขนมต้ม บิดตัวฟูบล็อกเชอร์ ซาดิพัทธ์ พันท้ายนรสิงห์ ฯลฯ โดยเฉพาะเรื่ององค์บากทำชื่อเสียงให้มวยไทยขยายไปทั่วโลกจนปัจจุบันได้มีการนำเอาภาพยนตร์เรื่ององค์บากมาเป็นการแสดงไลฟ์โชว์ มวยไทยบันเทิงจึงเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่น่าสนใจ

เสน่ห์อีกประการหนึ่งของมวยไทยคือ การออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก ร่างกายแข็งแรง ดังที่ หาดใหญ่ โชเชี่ยล (2559) พบว่าชมมวยลดน้ำหนัก โดยสุภาพสตรีหลายคนหันมาให้ความสนใจออกกำลังกายกันมากขึ้น เพื่อหวังจะได้มีหุ่นฟิตแอนด์เฟิร์ม โดยเฉพาะมวยไทยไม่ใช่แต่ผู้ชายเท่านั้นสมัยนี้ผู้หญิงก็หันมาสนใจและชมมวยไทยโดยเน้นการออกกำลังกายที่ดูแข็งแรง การชมมวยลดน้ำหนัก กล้ามเนื้อกระชับ เสน่ห์ของมวยไทยอยู่ที่ความสนุกสนานในระหว่างการออกกำลังกายเนื่องจากแต่ละคนจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆรอบข้างอยู่ตลอดเวลา ทำให้รู้สึกไม่เบื่อเหมือนกับการออกกำลังกายบนเครื่อง เพราะเมื่อเริ่มชมมวยในโรงยิมคุณจะสามารถอยู่ในสภาพเหงื่อโทรมกายและอยู่ในการชมมวยลดน้ำหนักสอดคล้องกับ กรรณิการ์ คชาชื่นและคณะ (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นประโยชน์ที่คาดหวังว่าจะได้รับการเรียนมวยไทยคือ ความแข็งแรงของร่างกายและมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ เกศนีประทุมมณี (2552) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบริการมีผลต่อการชมมวยไทย คือ มีบาร์ให้บริการ รายการน่าสนใจและมีจำนวนคู่ชกหลายคู่

นอกจากนี้ความเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชาติก็ยังเป็นเสน่ห์ที่ทำให้ชาวต่างชาติสนใจ ดังที่ ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2559) ที่กล่าวว่า “มวยไทยสอนการเคารพนับถือ นอบน้อมให้เกียรติครูอาจารย์ และทุกสิ่งทุกอย่างที่เราได้เรียนมา ยังสอนเรื่องการใช้สมาธิ ความคิด สมองในการต่อสู้ สร้างมิตรภาพ ความผูกพันเช่น การกอด นั่งลงไปกราบเท้าคนไทยที่เป็นครู ซึ่งมีคุณค่ามาก และบ่งบอกถึงวัฒนธรรมของคนไทยคือ เจอใครก็ไหว้ สวัสดี” ส่วนสินค้าและอุปกรณ์มวยก็ยังเป็นสินค้าที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ดังที่คุณเปรม บุษราคัมวงศ์ (อ้างในยุวดี นิรัตน์

ตระกูล, 2559)กล่าวว่า“แฟร์เท็กซ์ไม่ได้ทำแค่ค่ายมวยแต่เรายังทำอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยทุกชนิด เช่น กางเกงมวย นวม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบหลักของการฝึกมวยไทย”โดยมีค่ายมวยและบริษัทผลิตอุปกรณ์มวยจำนวนมากที่ผลิตอุปกรณ์ฝึกซ้อมมวยส่งให้ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เช่น แฟร์เท็กซ์, ทวินส์, วินดี้, ท็อปดี, เอปี้ที, ไทยสมัย ฯลฯ ซึ่งสินค้าเหล่านี้เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศทำรายได้จำนวนมากมาสู่ประเทศชาติ

สินค้าและบริการมวยไทยมีหลายอย่างเช่น นักมวย ผู้ตัดสินมวย ครูมวยผู้ฝึกสอนมวย หลักสูตรมวยไทยประเภทต่างๆรวมถึงมวยไทยประเภทต่างๆ เพื่อการออกกำลังกาย มวยไทยบันเทิง มวยไทยป้องกันตัว มวยไทยเพื่อการอนุรักษ์ การประยุกต์มวยไทยในการต่อสู้ต่างๆ รวมไปถึงการจัดทำอุปกรณ์ฝึกทักษะและสำหรับแข่งขันมวย ตลอดจนสินค้าซูวีเนียร์ชนิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดมวย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับกลยุทธ์การตลาดด้านมวยไทย

2. ด้านบุคลากร (People)

บุคลากรมวยไทยมีความสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นหัวหน้าค่าย ผู้ฝึกสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอน พนักงานส่วนต่างๆ ในการให้บริการ ดังที่วินัย พูลศรี (2555) ได้วิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพสู่เส้นทางธุรกิจ พบว่าด้านที่ 1 คือ การพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องครบวงจร มีรูปแบบการบริหารจัดการ แผนพัฒนาอบรมบุคลากรทุกระดับ การจัดตั้งสถาบันผลิตบุคลากรด้านมวยไทย บุคลากรจึงมีความสำคัญต่อความคาดหวังของชาวต่างชาติในการมาเรียนมวยไทยโดยสอดคล้องกับ เตชิตา ไชยอ่อน(2557) วิจัยพบว่าชาวต่างชาติคาดหวังต่อค่ายมวยมาเป็นลำดับแรก ทั้งที่สภาพความเป็นจริงบุคลากรมวยไทย มีจำนวนน้อยและยังต้องได้รับการพัฒนา สอดคล้องกับ วินัย พูลศรี(2555, 57) วิจัยพบว่าบุคลากรมวยไทยอาชีพในประเทศไทยได้แก่ผู้ฝึกสอนผู้ตัดสิน ผู้บริหารค่าย และบุคลากรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่นักวิทยาศาสตร์การกีฬาเจ้าหน้าที่ให้บริการยังมีน้อยขาดความเป็นมืออาชีพ ผู้ฝึกสอนที่มีฝีมือดีก็ยังมีจำนวนน้อย

บุคลากรด้านมวยไทยมีความสำคัญดังที่ สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย(2559) ได้จัดทำบทวนแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานการพัฒนากีฬามวยไทยอาชีพ 5 ด้าน หนึ่งใน 5 ด้านได้แก่การพัฒนาด้านบุคลากร องค์กรและการจัดการแข่งขันกีฬามวยทุกระดับ โดยเฉพาะครูมวยไทย โดยพงษ์ศักดิ์ คงแยม (2557) ได้ศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ของครูมวยไทย ผลการวิจัยพบว่าครูมวยที่มีชื่อเสียงมีประวัติ และวิถีชีวิตแตกต่างกันส่วนใหญ่เคยเป็นนักมวยมาก่อน มีการพัฒนาฝีมือการชกในช่วงชีวิตที่เป็นนักมวย เมื่อเลิกชกด้วยใจรักจึงรับลูกศิษย์หรือตั้งค่ายเป็นของตนเอง ครูมวยไทยในอดีตเป็นผู้ทรงไว้ซึ่งคุณธรรม สอนศิษย์ให้เป็นคนดี มีแม่ไม้มวยเป็นที่ประจักษ์เป็นที่เคารพนับถือ ปัจจุบันบริบทมวยไทย เปลี่ยนไปจากครูมวยเป็นผู้ฝึกสอนมวยเปลี่ยนหลักการเดิมเป็นตามความต้องการของเจ้าของธุรกิจ การส่งเสริมสนับสนุนให้เป็นกลไกสืบสานและพัฒนามวยไทยยังไม่ทั่วถึงโดยมีกระบวนการถ่ายทอดความรู้อาศัยหลัก 3 ประการ คือ องค์ความรู้ เคล็ดลับในการถ่ายทอดที่เป็นแบบของตนเอง และการครองตนเป็นแบบอย่างคุณธรรมจริยธรรมที่ดี

รูปแบบการถ่ายทอดของครูมวยไทยภาคกลางที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย เป็นรูปแบบวิธีการและรูปแบบกระบวนการในการถ่ายทอดมวยไทยแบบองค์รวมมีเป้าประสงค์การถ่ายทอด 4

ประการ คือ สร้างความเป็นไทย สร้างสุขภาพ สร้างอาชีพ และสร้างภูมิปัญญาครบวงจรในการพัฒนา เอาขั้นตอนการถ่ายทอด คือ ความรักในมวยไทย กระตุ้นและจูงใจ การสร้างความมั่นใจ การถ่ายทอด การปรับใช้ การซ่อมในสถานที่จริงการปรับใช้ในสถานการณ์จริง การตรวจสอบทบทวน การถอดบทเรียนและการสร้างความรู้ใหม่ ดำเนินการควบคู่กับการมีครูมวยมืออาชีพ ครูมวยนักบุญ ครูมวยนักพัฒนา และครูมวยตัวแบบ ผู้เรียนศรัทธา เชื่อฟังครู เรียนมวยอย่างมีเป้าหมาย เรียนใจก่อนเรียนมวย เรียนตามสมรรถนะ และคนไทยทุกคนต้องมีโอกาสในการเรียนมวยไทยและดำเนินการถ่ายทอดได้ใน 5 แนวทางได้แก่ เรียนในสถานศึกษา ศูนย์ศิลปะมวยไทย สอบผ่านค่ายมวย เรียนผ่านลานกีฬา มวยและศูนย์การเรียนรู้มวยไทยได้ สอดคล้องกับ สุวัตร สิทธิหล่อ (2556)เปิดงานสัมมนาสนับสนุนกีฬามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยมีเรื่องสำคัญคือ ให้บุคลากรมวยไทยได้รับการพัฒนาเป็นมาตรฐานเดียวกัน พัฒนาไปตามภารกิจของแต่ละองค์กร แบ่งระดับครูมวยไทยตามความรู้ความสามารถอย่างชัดเจน

การพัฒนาสมรรถนะครูมวยไทยดังกล่าวมีผลการวิจัยจัดแบ่งสมรรถนะครูมวยไทยออกเป็น 3 ระดับ คือ A-License, B-License และ C-License (ชาญชัย ยมดิษฐ์, 2553) นอกจากนี้ พงษ์ศักดิ์ คงแย้ม (2557) ได้ศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ของครูมวยไทย” สอดคล้องกับเกศินี ประทุมมณี (2552) ที่ศึกษาส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันมวยไทยด้านบุคลากร พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีอัธยาศัยไมตรี พนักงานมีบุคลิกภาพดี และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการบุคลากรจึงมีความสำคัญด้านการเป็นปัจจัยส่วนผลการตลาดด้านหนึ่ง เพราะครูมวยไทยก็เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ส่งผลสำเร็จต่อเป้าหมายการฝึกมวยไทยของชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้

3 . ตี๋ ำ น ก ำ ย ภ ำ พ แ ล ะ ก ำ ร นำ ำ เ ส น อ (Physical Evidence/Environment and presentation)

ส่วนประสมการตลาดด้านนี้ของมวยไทยมีให้เห็นอย่างเช่น แจน อาร์รอน (Aaron, Jahnm, 2014) ได้สรุปลักษณะของค่ายมวยที่สอนชาวต่างชาติ ว่าแต่ละค่ายมีลักษณะเด่น รวมได้ 13 ประการ ได้แก่ ความสะอาด ความปลอดภัย อุปกรณ์ดีและมีการดูแลรักษาดี ช่องว่างในการวางอุปกรณ์การฝึกกับการใช้พื้นที่ฝึก มีครูฝึกสอนชั้นดี มีสัดส่วนผู้ฝึกสอนกับผู้เรียนพอเหมาะ (3:1) สัดส่วนครูฝึกคนไทยกับชาวต่างชาติ ผู้ช่วยครูฝึกมีคุณภาพ และมีสิ่งแวดล้อมดีนอกจากนี้สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนของมวยไทยที่ชาวต่างชาติให้การยอมรับคือการไหว้ครู โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ได้จัดงานไหว้ครูมวยไทยโลกครั้งที่ 11, มีนาคม 2558 โดยให้งานไหว้ครูมวยไทยโลกเป็นหนึ่งในสินค้าการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้คนไทยชาวต่างชาติได้เข้าใจ และเห็นความสำคัญของพิธีไหว้ครู เพื่อสร้างความประทับใจและเป็นพิธีวันศักดิ์สิทธิ์ทุกปี พร้อมเชิญชวนบุคคลใกล้ชิดเดินทางมาร่วมงานด้วย ดังนั้นการรำรำไหว้ครูจึงเป็นลักษณะเด่นของมวยไทยสามารถที่จะรวมชาวต่างชาติร่วมงานประเพณีไหว้ครูได้เป็นประจำทุกปี ซึ่งลักษณะดังกล่าวได้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมเติบโตขึ้น ส่งผลต่อรายได้เข้าประเทศชาติ ทำให้เศรษฐกิจเติบโตขึ้น โดยเฉพาะงานไหว้ครูมวยไทยโลก ครั้งที่ 11 ที่นำโดย บัวขาวบงกชเมฆ และสามารถ พยัคฆ์อรุณ เป็นผู้นำไหว้ครู ครอบครูมวยไทย ให้ถูกต้องตามหลักระเบียบประเพณีสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิม อุ่นทอง (2547) กล่าวว่าระเบียบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยมีทั้งการยกครู หรือการ

มอบตัวเป็นศิษย์ การร่ายรำไหว้ครู การแต่งกายของนักมวย เครื่องรางของขลัง วงดนตรี และดนตรีที่บรรเลงประกอบ และกระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยมีวิวัฒนาการมาหลายร้อยปี จะแตกต่างกันบ้างในเรื่องการยกครู คือ สมัยก่อนต้องทำทุกการร่ายรำไหว้ครูก่อนการชกของนักมวยสมัยก่อนจะมีความพิถีพิถันมาก

การแสดงมวยไทยเป็นการเสนอให้ชาวต่างชาติเข้าใจมวยไทยมากขึ้น เช่น วันที่ 8 กันยายน 2558 สำนักงานการค้าและเศรษฐกิจไทย และสถานทูตไทย ร่วมกับกองวัฒนธรรมเทศบาลนครไทเป และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดงานแสดงมวยไทย Muaythai : The Legend” ที่ FamilyTheater ศาลาว่าการเมืองไทเป ได้นำมวยแสดงผู้ชนะเลิศ มวยไทยอาชีพ มาสาธิตแสดงนาฏมวยไทย มีการเปิดคลินิกมวย เชิญออกกำลังกายด้วยการฝึกท่ามวยไทย ตัวแทนค่ายมวยไทยและประชาชนได้หันให้ความสนใจเป็นอย่างมาก การแสดงมวยไทย Muaythai : The Legend” นี้ซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมความเข้าใจถูกต้องในศิลปะมวยไทย ทั้งยังส่งเสริมภาพลักษณ์และความนิยมในวัฒนธรรมไทยในไต้หวันที่บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) การนำมวยไทยไปแสดงเผยแพร่ให้ชาวต่างชาติได้รู้จักจึงเป็นการทำงานที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่มวยไทยสำหรับชาวต่างชาติ

การนำเสนอกายภาพและภาพลักษณ์จุดเด่นของมวยไทยจากที่กล่าวมาจึงเป็นบริการด้านมวยไทยที่สำคัญต่อการสร้างกลยุทธ์ผลิตสินค้ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวต่งผลการวิจัยที่พบในครั้งนี้

4.สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

สถานที่และช่องทางจำหน่ายเป็นประเด็นสำคัญเนื่องจากมวยไทยต้องมีช่องทางในการเข้าสู่ลูกค้าชาวต่างชาติ โดยผลการวิจัยของ เตชิตาไชยอ่อน (2557, 98) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการสอดคล้องกับกรณีศึกษา ชวชื่นและคณะ (2552) ที่ศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาโรงเรียนสอนมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ สุวัตร สิทธิหล่อ(2556) สรุปการสัมมนาค่ายมวยเพื่อสนับสนุนกีฬามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ที่ระบุว่า สถานที่ อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนมวยไทย ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยอย่างครบวงจรได้มาตรฐานรองรับผู้เรียนได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เดินทางสะดวก อยู่ในทำเลเหมาะสม และช่องทางการจำหน่ายหรือทำเลการวางสินค้าต้องเหมาะสม ดังผลการวิจัยของเกศินี ประทุมมณี (2552) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การเดินทางมาสนามมวยไม่มีความซับซ้อน จำนวนของช่องทางการจัดจำหน่ายตัวและสามารถซื้อตัวผ่านอินเทอร์เน็ต

การมีทำเลสะดวกสามารถเข้าถึงได้ง่ายทำให้ลูกค้าต่างชาติเข้ารับบริการได้ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีจุดเด่นเรื่องของการท่องเที่ยวทำให้เป็นข้อดีทำให้ลูกค้าเดินทางมาง่ายสะดวกเพราะมาเที่ยวด้วยมาเรียนมวยไทยด้วย ดังที่ รยาชาติ เต็งกุสุลย์มานและคณะ (2554,บทสรุปของผู้บริหาร) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องมวยไทย “นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” พบว่าพื้นที่อันดามันสามารถจัดและบริการมวยไทยในพื้นที่โดยใช้รูปแบบของกลุ่มจังหวัดอันดามันเรียกว่า

ZEASPA ประกอบด้วยปัจจัย 7 ด้าน ได้แก่ การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) การจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (Environment) การจัดการด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) การจัดการด้านบุคลากร (personal) และการจัดการด้านกิจกรรม (Activity) ผู้วิจัยได้นำกฎของธุรกิจ 5 เอฟ มาจัดการได้แก่ F1 นักมวยต้องดี(Fine) F2 ต้องมีความสนุกสนาน (Fun) F3ต้องมีแฟนคลับ (Fans) F4 ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) F5 ต้องมีความมุ่งมั่นมานะพยายาม ใจรักมวยไทย (Force) ต้องจัดกิจกรรมมวยไทยให้สอดคล้องอย่างต่อเนื่องและเชื่อมโยงอย่างเหมาะสมกับพื้นที่ กิจกรรม ดิน ฟ้า อากาศ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและใช้เวลาในกลุ่มจังหวัดอันดามันมากที่สุดเท่าที่จะมากได้

สอดคล้องกับ สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์ (2551) ศึกษาพบว่าภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติ และกลยุทธ์การสื่อสารเป็นจุดเด่นของการตลาดของค่ายมวยไทย ด้านสถานที่พบว่าค่ายแพร่เท็กซ์มีความสะอาดเป็นลำดับหนึ่ง ซึ่งมีสองสาขา คือ บางพลีและพัทยา โดยส่วนใหญ่จะมาเรียนที่บางพลีเพราะเป็นสาขาแรกและอยู่ในกรุงเทพฯ การเดินทางสะดวกสบายสามารถเดินทางจากสนามบินสุวรรณภูมิมาที่ค่ายเพียง 15 นาที และสามารถไปชมมวยที่สนามมวยลุมพินีและสนามมวยราชดำเนินได้สะดวก ส่วนที่พักก็นมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีห้องพักให้เลือกกว่าต้องการแบบไหน มีฟิตเนต สระว่ายน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย เช่นเดียวกับค่ายแก้วสัมฤทธิ์ที่อยู่ไม่ไกลจากเมืองอากาศดี ไม่แออัด ส่วนค่าย ป. ประมุข การคมนาคมไม่ค่อยสะดวก เพราะอยู่ต่างจังหวัด และห่างจากตัวเมือง 10 กิโลเมตร ที่พักราคาไม่แพงพอ

สถานที่และความสะดวกในการเดินทางและความสะดวกต่อการเดินทางไปยังที่ต่างๆจึงเป็นปัจจัยสำคัญด้านหนึ่งในการมาเรียนมวยไทยของชาวต่างนอกจากนี้ยังมีเรื่องของปัจจัยในการอำนวยความสะดวกในสถานที่อีกด้วยเช่น ฟิตเนต สระว่ายน้ำ ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ซื้อสิ่งอุปโภคบริโภคต่างๆรวมไปถึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้ๆกับค่ายมวยก็เป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้ช่องทางเข้าถึงค่ายและอยู่อาศัยในค่ายสะดวกมากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้

5.ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ปัจจัยสำคัญของการนำสินค้าไปถึงลูกค้า ทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อโดยเฉพาะนักมวยไทย ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อมวยไทยถูกนำเข้ามาเผยแพร่ทางโทรทัศน์ ซึ่งทำให้กระบวนการทำเป็นสินค้าที่มีความชัดเจนและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กล่าวคือเมื่อมวยไทยเป็นสินค้าประเภทสื่อ กลุ่มโทรทัศน์ผลิตออกมาขายให้กับกลุ่มทุนสินค้าเพื่อสร้างผลกำไรสะสมมูลค่าส่วนเกิน ให้สื่อโทรทัศน์ผ่านค่าโฆษณา เมื่อคนส่วนใหญ่ได้ชมมวยทางโทรทัศน์ทำให้สินค้าขายได้ รวมทั้งสินค้าที่ผ่านโดยมีสื่อโทรทัศน์ที่ผ่านการกระตุ้นจูงใจให้คนอยากชมอยากซื้อ ปัจจุบันโทรทัศน์แทบทุกช่องต่างจัดมวยและถ่ายทอดไปทั่วประเทศและทั่วโลกจนทำให้มวยไทยยิ่งขายได้มากยิ่งขึ้นดังที่ทราบดี พิธีกร (2553) ได้วิจัยรายการมวยไทยช่อง 7 สี เพื่อศึกษากระบวนการวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า โดยทำการวิเคราะห์บทบาททางสื่อโทรทัศน์ให้ส่งเสริมมวยไทยให้เป็นสินค้า ผลการวิจัยพบว่ามวยไทยในฐานะที่เป็นศิลปวัฒนธรรมแห่งการต่อสู้ของไทยถูกทำให้มีฐานะเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง จากการตั้งราคาเปลี่ยนจากการชกเพื่อศิลปะมวยไทยและเพื่อหารายได้เป็นสินค้าประเภทหนึ่งที่กลุ่มทุนสื่อโทรทัศน์ออกมาขายเพื่อให้เป็นสินค้าที่เพิ่มกำไรสะสม มูลค่าส่วนเกิน ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงเป็นช่อง

ทางการจัดจำหน่ายที่ดี โดยกรรณิกา คชาชื่นและคณะ(2552) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนมวยไทยในโรงเรียนสอนมวยไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับเกศินี ประทุมมณี (2552) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่งเสริมด้านการตลาดมวยไทยมีการลดราคา การแจกแผ่นพับหรือใบปลิว และได้รับคำแนะนำจากพนักงานของสถานที่พักที่มามีเลือกใช้

สอดคล้องกับ เตชิตา ไชยอ่อน (2557, 92)พบว่า ลูกค้าชาวต่างชาติที่เรียนมวยไทยมีความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับสูงจำนวน 4 ข้อ โดยระดับความคาดหวังต่อการบอกต่อจากผู้คนที่เข้ามาใช้บริการค่ายมวยสูงสุด รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์มวยไทยอย่างต่อเนื่อง การลดราคาบริการในช่วงโลว์ซีซั่น และการฝึกมวยไทยรวมอยู่ในแพ็คเกจการท่องเที่ยวอยู่แล้ว และการมีบริการนวดหลังการฝึกมวยไทย สอดคล้องกับสุชาติ อิทธิวรรณพงษ์ (2551) ที่พบว่ากลยุทธ์การตลาดของค่ายมวยไทยในการสื่อสารกับชาวต่างชาติมีอย่างหลากหลาย เช่น การทำ Road Show ได้แก่การให้นักมวยไปชกโชว์ในต่างประเทศ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การทำเว็บไซต์โดยค่ายมวยจะใช้สื่อหลากหลายที่สุด คือค่ายแฟร์แท็กซ์ สอดคล้องกับแบรนด์บุฟเฟต์ (Brand Buffet, 2015)ที่ใช้ช่องทางจัดทำโรงแรมมวยไทย Muaythai hotel โดยนำแนวคิดที่ให้ผู้เรียนฝึกแม่ไม้มวยไทย เมื่อฝึกมวยไทยทุกท่า ข้อมูลการชก เตะ ต่อย เข้า ศอก ของนักท่องเที่ยวและจะถูกเก็บเข้ามาเป็นข้อมูลผลงาน หากฝึกซ้อมแล้วลดถึง 3,000 แคลอรีต่อวัน คนนั้นจะได้รับห้องพักรับ 1 คืน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้มีเวลาฝึกมวยไทย ทั้งนี้เป็นอีกหนึ่งแคมเปญที่ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวชาวไทยให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

นักท่องเที่ยวที่มาเรียนและชมมวยไทยจากการวิจัยครั้งนี้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยทางโซเชียลมีเดียเฟสบุ๊คไลน์ และอินสตาแกรม เป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ และจากโทรทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ อิทธิวรรณพงษ์ (2551) ที่วิจัยพบว่า ค่ายมวยไทยมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร การตลาดในการจูงใจชาวต่างชาติโดยใช้สื่อต่างๆ แบบผสมผสานกัน การโฆษณาประชาสัมพันธ์สิ่งพิมพ์แผ่นพับ การสื่อสารโดยใช้ชาวต่างชาติดูแลตอบคำถามและติดต่อประสานงานระหว่างค่ายมวยชาวต่างชาติ ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการตลาด 360 องศา โดย ฟาโยสซี (Fayossy,2559)เสนอกกลยุทธ์ไว้ 8 ประการ คือ 1. เว็บไซต์ 2. สร้างสรรค์คอนเทนต์ 3. โซเชียลมีเดีย 4. การตลาดที่เข้าถึงรากหญ้า 5. อีเว้นท์ และการไรด์โชว์ 6. กลยุทธ์ (Co-Branding) 7. ประชาสัมพันธ์ 8. เครือข่ายและมิตรภาพ

จากเอกสารการวิจัยที่กล่าวมาข้างแสดงให้เห็นว่าช่องทางโซเชียลมีเดียมีผลต่อการให้ชาวต่างประเทศมาเรียนและมาชมมวยไทยมากที่สุด เพราะว่สื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาไปเร็วมากทำให้โลกเข้าถึงกันได้ง่าย การส่งเสริมการขายจึงเป็นส่วนประกอบของกลยุทธ์การผลิตสินค้าและบริการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้

6. ราคา (Price)

ราคาที่เหมาะสมในตัวสินค้ากับคุณค่าที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าได้รับสอดคล้องกับเกศินี ประทุมมณี(2552) จากการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสมเหตุสมผลเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับ ระดับราคา

เครื่องดื่มเท่ากับร้านทั่วไป และราคาตัวต่ำกว่าสนามอื่นราคาของค่ายมวยแต่ละค่ายไม่เท่ากัน สอดคล้องกับการวิจัยนี้ที่พบว่าองค์ประกอบด้านราคามีความแตกต่างกันถ้าทางภาคใต้ก็จะมีราคาสูง เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญมีเศรษฐกิจที่มีค่าครองชีพสูงที่ดินมีราคาแพงทางภาคตะวันออก พัทธยาภิกรุงเทพมหานครมีราคาสูงไม่ต่างกันมาก แต่ภาคเหนือราคาไม่สูงจนเกินไปโดยเฉพาะที่ เชียงใหม่ยังมีบรรยากาศดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทยที่ไม่เน้นธุรกิจจนเกินไป สอดคล้องกับเตชิตา ไชยอ่อน (2557) ที่ได้ศึกษาความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวย ไทย พบว่า ด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับสูงสุดต่อค่าบริการมีความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ รองลงมา คือระดับความคาดหวังต่อราคาของโปรแกรมการฝึกมีความเหมาะสม และการแสดงราคาค่าบริการ อย่างชัดเจน

ดังนั้นราคาจึงเป็นความคาดหวังอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวังในการมาเรียนมวยไทย ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคุณภาพในการให้บริการที่เป็นความคาดหวังจากสินค้าและบริการที่จัด ให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าราคาเป็น องค์ประกอบหนึ่งของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

7. กระบวนการ (Process)

กระบวนการต่างๆในการจัดการด้านสินค้าและบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจก็เป็น ส่วนหนึ่งของกลยุทธ์นี้สอดคล้องกับเกศศินี ประทุมมณี (2552) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันมวยไทย ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่าผู้เข้าชมกีฬามวยไทยให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ แรกคือ ขั้นตอนการเข้าชมไม่ยุ่งยากซับซ้อน ความรวดเร็วในกระบวนการจัดหาที่นั่ง และความ รวดเร็วในการในกระบวนการจำหน่ายตั๋ว สอดคล้องกับบุษนาถ โพธิ์นัม (2555) ที่พบว่ากระบวนการ ด้านการท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจเพราะเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลประสบการณ์ท่องเที่ยวของผู้อื่น มี บุคคลที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าชมของนักท่องเที่ยว เวทีมวยแฟร์แท็กซี่(พัทยา) มีแรงจูงใจด้าน จุดประสงค์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับจำนวนครั้งที่เคยเข้ามาชมมวย บุคคลที่เป็นแรงจูงใจใน การเข้าชมมวย มีผลต่อผลรวมของส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ด้านจุดประสงค์ที่เดินทางมา การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย จำนวนครั้งที่เคยเข้าชม และบุคคล

กระบวนการในการจัดการเข้าค่ายมวยและชมมวยที่เป็นระบบโดยเริ่มจากต้นน้ำ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การต้อนรับ การเอาใจใส่ดูแล การเน้นคุณภาพของการเรียนรู้ ตลาดควรสร้าง ความประทับใจเป็นการสร้างภาพลักษณ์มวยไทยให้เด่นในสายตาชาวต่างประเทศ ดังที่สุชาติ อิทธิ วรรณพงศ์ (2551) วิจัยพบว่าภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงของมวยไทยและนักมวยไทยชาวต่างชาติมา เรียนมวยไทย โดยมีความเชื่อว่าถ้าจะเรียนมวยไทยที่แท้จริงต้องมาเรียนที่ค่ายมวยไทยในประเทศไทย และเทรนเนอร์คนไทยมีความสำคัญและถ่ายทอดความรู้เรื่องมวยไทยได้มากกว่าเทรนเนอร์ ชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติมีทัศนคติที่ดีต่อค่ายมวยไทย โดยเห็นว่าการเรียนมวยไทยที่ค่ายมวยให้ ประโยชน์ทำให้มีความรู้ ความเข้าใจ ผู้ฝึกสอนต้องมีความสามารถในการถ่ายทอด หากครูผู้สอนใช้ ภาษาอังกฤษก็จะทำให้ง่ายขึ้น เห็นว่าค่ายมวยมีสถานที่และอุปกรณ์การเรียนที่ดี ส่วนทัศนคติหลังฝึก พบว่าชาวต่างชาติอยากกลับมาประเทศไทยอีก จะชวนเพื่อนๆ หรือคนรู้จักมาเรียนมวยไทย บางคน อยากมาชมมวยไทยบนเวทีจริงๆ กลยุทธ์ในการชักจูงใจชาวต่างชาติ โดยค่ายมวยใช้สื่อต่างๆแบบ

ผสมผสานเช่น ค่ายมวยแฟร์แท็กซีให้นักมวยไปชกยังต่างประเทศ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การมีส่วนร่วมของค่ายในการส่งนักมวยไทยเข้าร่วมในเรลลิตี้มวยไทย การเผยแพร่สัญลักษณ์และสินค้าของค่ายแฟร์แท็กซีในอุปกรณ์กีฬาต่างๆ

ส่วนค่ายแก้วสัมฤทธิ์และค่ายป. ประมุข ใช้สื่อหลากหลายน้อยกว่า เช่นไม่มีการใช้สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ไม่ใช้สื่อทีวี แต่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยการทำเว็บและใช้อีเมลในการติดต่อสื่อสาร โดยทุกค่ายมีชาวต่างชาติทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานการติดต่อและตอบคำถาม โดยทั้ง 3 ค่ายมีนักมวยที่มีชื่อเสียงเป็นตัวชูชื่อเสียงของค่ายได้แก่ ค่ายแฟร์แท็กซีมีแก้ว แฟร์แท็กซ์ ค่ายแก้วสัมฤทธิ์มีวันมาริโอ และอนุวัฒน์ ค่าย ป.ประมุข มีบัวขาวค่ายแฟร์แท็กซ์และค่ายแก้วสัมฤทธิ์มีการใช้เครือข่ายต่างประเทศ เพราะสาขาอยู่ในต่างประเทศ ทั้ง 2 ค่าย มีความสะดวกโดยเฉพาะค่ายแฟร์แท็กซีที่พักสะดวก มีห้องฟิตเนต สระว่ายน้ำ ค่ายแก้วสัมฤทธิ์ไม่ไกลจากกรุงเทพ ฯ อากาศดีไม่แออัด ส่วนค่ายป. ประมุขการคมนาคมไม่ค่อยสะดวก เพราะอยู่ต่างจังหวัด

กระบวนการเป็นปัจจัยที่สำคัญด้านหนึ่งจากการวิจัยนี้เพราะการจัดกระบวนการดีมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมีวิธีการปฏิบัติที่ดีซึ่งแต่ละค่ายมีความสามารถและความถนัดแตกต่างกันไปแต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือการใช้สื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียเป็นองค์ประกอบหลักส่วนด้านอื่นๆก็ต่างกันในการเข้ามาก็ต้องเน้นคุณภาพของการให้บริการให้มีความประทับใจในสินค้าและบริการที่จัดให้เนื่องจากคุณภาพของกระบวนการจัดการที่ดีอย่างมีอาชีพซึ่งจากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าบางค่ายเน้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สร้างแบรนด์ร่วมกับสินค้าอื่น ใช้นักมวยเด่นๆชูค่าย ดังนั้นกระบวนการผลิตสินค้าและบริการด้านกระบวนการจึงเป็นปัจจัยสำคัญของกลยุทธ์ดังผลการวิจัยที่ค้นพบ

สรุปการวิจัยครั้งนี้มีข้อค้นพบที่สำคัญคือ ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นในการสร้างอุปสงค์นโยบาย ยุทธศาสตร์ แนวทาง แผนงานโครงการต่างๆของภาครัฐด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องสัมพันธ์กับอุปทานที่แท้จริง โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ทำหน้าที่หาตลาด ต้องมีการบริหารความเสี่ยงในภาวะที่เศรษฐกิจโลกและยุโรปซบเซามีความจำเป็นต้องหาตลาดใหม่จากจีน อินเดีย ประเทศแถบอาเซียนและตะวันออกกลาง โดยกระตุ้นการทำอุปสงค์สำหรับคนไทยสร้างเป็นกีฬามวลชนให้มาเรียนและฝึกมวยไทยมากขึ้นโดยการนำโครงการและแนวทางที่พบจากการวิจัยนี้ไปพิจารณาดำเนินการต้องบูรณาการนโยบายมวยไทยและการท่องเที่ยวให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ หรือใช้โซ่ห่วงคุณค่าตั้งแต่การนำเข้ามาจนส่งออกไปด้วยความประทับใจ ใช้เครือข่ายและการตลาดจัดผลิตสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยมีข้อมูลพื้นฐานตามงานวิจัยนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่เรียนรู้เพื่อให้มีสุขภาพดี มีร่างกายที่แข็งแรง ใช้ประโยชน์ในการป้องกันตนเอง และเพื่อไปต่อยอดทางธุรกิจ ในประเทศของตนเอง จำเป็นที่หน่วยงานการท่องเที่ยวต้องเข้ามาสนับสนุนให้ค่ายมวยไทยเปิดสอนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยจัดอบรมการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและหาแหล่งทุนให้สำหรับค่ายมวยด้วย ในขณะเดียวกันก็ใช้ผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่า องค์ประกอบสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมี 6

องค์ประกอบคือ 1) การมีเครือข่ายธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ 2) มีบุคลากรที่ดีมีคุณภาพ 3) การมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ 4) การมีสถานที่และอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพ 5) ความสะอาดและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 6) การนำเอาหลักสูตรวิทยาศาสตร์การกีฬานำมาประยุกต์ใช้ในการฝึก สำหรับผู้ชมมวยไทยควรเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านมวยไทย โดยจัดทำเป็นคู่มือผู้ชมมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจศิลปะมวยไทยและการเข้าถึงการแข่งขันมวยไทยที่แท้จริง มีสถานที่สำหรับการชมมวยกันเป็นครอบครัว เช่นสถานที่สำหรับบุตรหลานได้พักผ่อนหรือเล่นในสนามมวยอย่างปลอดภัย สำหรับแพ็คเกจทัวร์ควรประสานกับไกด์ทัวร์ผนวกกับการชมมวยลงไปเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มากขึ้นโดยใช้มวยไทยโปรโมทการท่องเที่ยววิถีไทยอีกทางหนึ่ง ส่วนกลยุทธ์อีกทั้ง 7 ด้าน โดยทุกด้านวิเคราะห์ตามหลักการประกอบอุตสาหกรรมและบริการแนะนำโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดกิจกรรมในแต่ละด้านจำนวน 52 กิจกรรม นั้นเป็นรายละเอียดที่ได้จากการวิจัยได้แสดงไว้ชัดเจนทั้งในด้านอุปทาน (Supply) และอุปสงค์ (Demand) ของแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน ชัดเจนแล้ว ทั้งฝ่ายนโยบาย ระดับชาติ ระดับท้องถิ่น ทุกภาคส่วนควรพิจารณาร่วมมือกันนำไปใช้สร้างกลยุทธ์ demand และ supply ให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตลาดด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในส่วนนี้ได้เป็นพื้นที่ใหม่ที่สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจประเทศชาติได้อย่างยั่งยืนต่อไป

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการศึกษาพบว่าศิลปะการต่อสู้มวยไทยสามารถนำมาพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ มวยไทย สามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านรูปแบบกิจกรรมต่างๆ เจตนาที่สำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์คือการทำให้สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องมีความสร้างสรรค์เพื่อที่จะสามารถพัฒนาทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมที่ไม่อาจจับต้องได้ซึ่งเป็นหนึ่งในลักษณะพิเศษของที่หมาย อันได้แก่ความสามารถพิเศษของคนพื้นเมืองให้กลายเป็นประสบการณ์ที่สร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยวกิจกรรมการสร้างเสริมประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของยูเนสโกปี 2554 (หน้า 3) ซึ่งกล่าวถึงการนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้กับภาคการท่องเที่ยวและบริการผ่านทางแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ว่าควรเป็นการนำไปปัจจัย 4 ประการคือ “ทุน” มาบวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” และผสมเข้ากับ “สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” และ “ทักษะเฉพาะตัว” มาสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยมีขั้นตอนกระบวนการที่ผลักดันแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการสำรวจสังคมและตัวตนครอบคลุมเรื่องฐานทรัพยากร (Natural/Cultural Assets)เอกลักษณ์อัตลักษณ์ (Identity) ภูมิปัญญา (Wisdom) เพื่อค้นหาความโดดเด่นความแตกต่างความเฉพาะตัวลักษณะพิเศษ (Differentiation for Value) แล้วจึงเติมความคิดสร้างสรรค์ (Value Creation) หรือตีความใหม่เพื่อให้เข้ากับตลาด (Redefine for Marketing) สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่ได้

กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า (DASTA, 2554) การท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้นๆเกิดความยั่งยืนโดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชนนอกจากนั้นชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังสามารถนำไปเป็นเครื่องมืออนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นสอดคล้องกับผลการศึกษาของสังจา ไกรศรีรัตน์ (2555, หน้า 78) ซึ่งได้เสนอในผลการวิจัยพบว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) บนฐานวัฒนธรรมเป็นการนำวัฒนธรรมบางอย่างที่เลือนหาย หรือบางประเภทมีความคงอยู่แบบหัตถ์ มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการสร้างคุณค่าใหม่ให้กับวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้วัฒนธรรมที่เลือนหายเช่น การละเล่น อาหาร ตลาดงานกิจกรรมอื่นได้รับการฟื้นฟู สืบสาน

ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ในบทบาทของการเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว สามารถใช้ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มีประเด็นให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องขบคิดต่อ เนื่องจาก การมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ในมุมมองของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2554 หน้า 43) เห็นว่า สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวไม่สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวได้มากนัก เพราะการท่องเที่ยววันนี้ต้องมียุคประกอบอีกหลายส่วน ที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้ เช่น ต้องมีการเดินทางที่พักอาศัย มีร้านอาหาร หรืออีกนัยหนึ่งต้องมีบริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมารองรับหมายความว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะมวยไทย จำเป็นต้องมีการจัดการหรือประสานด้านซัพพลาย (Supply) ที่ดี ไม่ควรเร่งโหมตลาดจนเกินไปในขณะที่กำลังรองรับตามไม่ทัน ผลคือนักท่องเที่ยวจะเกิดความไม่สมหวัง และทำให้สูญเสียตลาดไปในระยะยาว

แนวทางการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก

จากผลการศึกษาคณะผู้วิจัยเห็นควรหยิบยกประเด็นสำคัญมาขยายความในส่วนที่เป็นรายละเอียด และอภิปรายผลเพิ่มเติม ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และ เครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ในภาพรวมถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เฉพาะ (Niche market) หรือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) ซึ่งเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา จุดขายของการท่องเที่ยวคือการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยจากต้นตำรับ แบบดั้งเดิม ณ แหล่งกำเนิด ในมุมมองของนักวิชาการ กาญจนา แก้วเทพ (2557 หน้า 30) เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวนี้ ไม่ใช่สิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ คือ การเดินทางเพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น ไปเรียนรู้ภาษาใหม่ ศึกษาประวัติศาสตร์ ศิลปะ การละคร การทำอาหาร ซึ่งเป็นรูปแบบที่ต่อยอดมาจากการท่องเที่ยวแบบแกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) ในประวัติศาสตร์การท่องเที่ยว ตั้งแต่ยุคศตวรรษ ที่ 16-17 ที่มีอิตาลีเป็นแหล่งกำเนิดและเป็นต้นฉบับให้ประเทศเพื่อนบ้าน คือ ฝรั่งเศส เยอรมนี ยุโรปเหนือและอังกฤษ นำไปขยายผล การท่องเที่ยวแบบแกรนด์ทัวร์ (Grand Tour) คือการเดินทางไปต่างประเทศของกลุ่มบุตรของบุคคลชั้นสูงพร้อมกับอาจารย์ผู้สอนประจำตัว เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเมืองหลวงต่างๆ ของยุโรปตะวันตก การเมืองวัฒนธรรม

และสังคมยุโรปตะวันตก การท่องเที่ยวแบบแกรนทัวร์ ในสมัยนั้นยังก่อให้เกิดอาชีพใหม่ที่เรียกว่า “Travelling Tutor” ซึ่งหมายถึงอาจารย์ที่ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสถานที่ที่จะไป การจัดหาที่พัก การจัดหาหนังสือตำราประกอบ การทำหน้าที่เป็นผู้บรรยายในระหว่างการเดินทาง มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติที่สามารถใช้เป็นสื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสวิถีไทยตามนโยบายการจัดการท่องเที่ยววิถีไทย ได้หลากหลายและลึกซึ้ง ในความหลากหลายได้แก่ เป็นสื่อนำไปพาไปสู่การเรียนรู้ตั้งแต่เนื้อหาเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอน วิธีการต่อสู้ ศิลปะแม่ไม้ มวยไทย เครื่องแต่งกาย เครื่องรางของขลัง ประวัติความเป็นมา เรื่องเล่า ตำนาน วิบุรุษมวยไทย วัฒนธรรมการเคารพครูอาจารย์ ความกตัญญูผ่านทางพิธีกรรมการไหว้ครู ไปจนถึง บริบทสภาพแวดล้อมวัฒนธรรมถิ่นที่พัก อาหาร ภาษา วิถีชีวิตของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของค่ายมวยซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีการดำรงชีวิตในบรรยากาศชีวิตจริง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ครูมวย เจ้าของค่ายมวย และเจ้าบ้านในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม ได้มีปฏิสัมพันธ์ในระหว่างกิจกรรมการเรียนรู้อย่างใกล้ชิดจากการมีประสบการณ์จริง อันจะนำไปสู่ความเข้าใจลึกซึ้งไปถึงแก่น อัตลักษณ์ วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของสถานที่ (Sense of place (Hall,2003 ; Haukeland,J.V.et al 2001) วิธีการเรียนรู้แบบนี้มีประสิทธิภาพในการก่อให้เกิด ความเข้าใจ ความรัก ความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว ค่ายมวย และชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ศิลปะการต่อสู้มวยไทยจึงเป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ในการเรียนรู้วิถีไทยที่เป็นลักษณะนามธรรม อาทิ น้ำใจ การดูแลเอาใจใส่ การต้อนรับ ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาพบกับสภาพที่เป็นจริง ได้สัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้มวยไทย จากแหล่งเรียนรู้ที่เป็นประเทศต้นกำเนิด จากนักมวยอาชีพ จากเจ้าของวัฒนธรรม จากคุณลักษณะการให้บริการต่าง ๆ มีรับรู้สภาพที่เป็นจริงค่าสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนมาเรียนในทุกสายประเด็น ซึ่งข้อค้นพบนี้นับเป็นจุดเด่นที่จะสร้างความพึงพอใจและความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของธุรกิจค่ายมวยไทย ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ข้อค้นพบนี้อธิบายด้วยแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดได้ว่า คุณค่าบริการ (Value added) ที่เกิดจากกระบวนการผลิต กระบวนการให้บริการ การยึดหลักคุณภาพโดยรวม (Total quality) ที่ส่งมอบให้กับลูกค้ามีมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) และสามารถสร้างความพึงพอใจได้อย่างมาก ดังนั้นการจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย จึงเป็นกลไกสร้างความสัมพันธ์ลึกซึ้งให้เกิดขึ้นระหว่างกัน อันจะนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ที่ดี และการสื่อสารบอกต่อถึงวัฒนธรรมที่ดีในอนาคต หากพิจารณาถึง จากเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้น จึงนำไปสู่การให้ความเห็นว่า “กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นกลไกที่สำคัญประการหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ลึกซึ้งให้เกิดขึ้นระหว่างเจ้าบ้าน ค่ายมวย ครูมวย ชุมชน กับ นักท่องเที่ยว จะนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ที่ดี และการสื่อสารบอกต่อถึงวัฒนธรรมที่ดีในอนาคต

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้เป็นสารสนเทศให้รัฐบาลได้นำไปใช้กำหนดนโยบาย การใช้มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการนำเสนอกลยุทธ์ย่อยทั้ง 7 ด้าน คือ ประเด็นกลยุทธ์ ด้าน

สินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical evidence) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และโครงการที่พบจากการวิจัยนี้นำไปจัดทำกลยุทธ์โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ประสานงานสำหรับการดำเนินงานด้านอุปทาน (Supply) และกำหนดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการท่องเที่ยวพณิชย์ เป็นผู้จัดทำอุปสงค์ (Demand) ให้มาพบกัน

2. ข้อค้นพบจากการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จของค่ายมวยไทยที่สอนชาวต่างประเทศนำไปเป็นสารสนเทศให้สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นำไปใช้จัดทำแผนยุทธศาสตร์มวยไทยแห่งชาติ (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อพัฒนากีฬามวยไทยให้มีคุณภาพและเป็นสารสนเทศให้กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดนโยบายการส่งเสริมมวยไทยให้สอดคล้องกับทิศทางและเป้าหมายของตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและกีฬา มาตรฐานสูงขึ้น

3. ใช้เป็นข้อมูลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้สำหรับการตลาดด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้สัมพันธ์กับองค์กร หน่วยงานที่จัดทำอุปทานที่ดำเนินการให้มีขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ

4. เป็นข้อมูลให้สถาบัน ภาครัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่จัดการศึกษา ผลและพัฒนาบุคลากรด้านมวยไทยและการท่องเที่ยวนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปพัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนให้มีคุณภาพและประสิทธิผล เช่น สถาบันการพลศึกษา โรงเรียนกีฬา มหาวิทยาลัย และวิทยาลัยต่างๆ

5. ค่ายมวย สนามมวย โรงเรียนมวยไทย ยิมมวย ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการกิจการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. จัดเป็นสารสนเทศให้บริษัทนำเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว

7. เป็นข้อมูลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนได้นำไปใช้จัดส่งเสริมกิจกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ทำรายได้ให้กับท้องถิ่นและชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ในการวิจัยครั้งนี้มีปัญหา อุปสรรคในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากเก็บในช่วงเดือนมิถุนายน ถึง เดือนสิงหาคม 2558 ที่ไม่ใช่เทศกาลท่องเที่ยว จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวจำนวนไม่มากนัก แตกต่างจากช่วงเทศกาลท่องเที่ยวช่วงเดือน ตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทำให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเรียนมวยไทยเลยแม้แต่ค่ายเดียว ดังนั้นถ้าหากต้องการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ควรเก็บข้อมูลในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว

2. ในการตอบแบบสอบถามผู้วิจัยทำแบบสอบถามไว้ 2 ภาษา คือภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มาจากประเทศยุโรปใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนไม่ได้ ดังนั้นควรหาผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาไว้หลายภาษาเพื่ออธิบายการตอบแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาแถบประเทศตะวันออกกลาง ภาษาทวีปอเมริกา ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี และภาษาอื่นๆ

3. ในส่วนวิธีการวิจัยควรเน้นความลุ่มลึกด้านคุณภาพให้มากขึ้นโดยเฉพาะเชิงลึกในส่วนของการสัมภาษณ์ในด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งในแต่ละภาคเนื่องจากแต่ละภาคมีพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กฤษณ์วีชรปการ. (2504). **ศิลปะมวยไทย**.ม.ป.ท.
- กองกลยุทธ์การตลาด, (2558) การส่งเสริมท่องเที่ยวไทยปี 2559, นิตยสาร TAT review , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Vol.1 No.4 Oct –Dec 2015
- กรมการท่องเที่ยว (2558) แผนปฏิบัติการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศ พ.ศ. 2558 – 2560.กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา: กรุงเทพมหานคร
- กรมส่งเสริมการลงทุน. (2559). **นโยบายท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก www.thaifta.com เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2559
- กงเมฆ สุวรรณศรี. (2551). **วิถีชีวิตของอดีตแชมป์มวยไทยอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากเวทีมวยราชดำเนินและเวทีมวยลุมพินี**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- กรรณิการ์ คชาชื่น และคณะ. (2552). **แนวทางการพัฒนาโรงเรียนสอนมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2539). **การพึ่งตนเอง : ศักยภาพในการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ : สภาแคทอริกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา.
- กาญจนา แก้วเทพ (2557) **เรื่องสื่อสาร-การท่องเที่ยว**,ภาพพิมพ์. กรุงเทพมหานคร
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **โครงการศึกษาการส่งเสริมสินค้าท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ**.กรุงเทพฯ :การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2558). **ข่าวกิจกรรมกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา:การแสดงมวยไทย Muaythai : The Legend**.สืบค้นจาก<http://www.mfa.go.th>
- กาหลง เย็นจิตต์. (2548). **การพัฒนารูปแบบการดำเนินการศูนย์กีฬาตำบลของการกีฬาแห่งประเทศไทย**.ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา สำนักหอสมุด.
- เกศินี ประทุมมณี. (2552). **ปัจจัยส่วนผสมตลาดบริการมีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่**.ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- क्रमัต ไชยรัตน์ (2550). **พายุหุยมวยไทยไชยา 1**. ม.ป.ท.
- คนสักันต์. (2558). **มวยไทย**. สืบค้นจาก <http://www.khalong.com>เมื่อวันที่ 16 กันยายน,2558
- คึกเดช กันตามระ. (2553).**แม่ไม้มวยไทย ศิลปะป้องกันตัวฉบับสองภาษา**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). **หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรัสเดช อุลิต. (2527). **มวยไทย**. ภาพพิมพ์ : ประสานการพิมพ์.

- จิตชัย จำปาหอม. (2550). **พัฒนาการกีฬามวยไทยไชยา**. ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- เฉลิม ชัยวัชรารณ และคณะ. (2552). **รายงานการวิจัย ปัจจัยสำเร็จที่มีผลต่อความเป็นเลิศของนักกีฬามวยสากล**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิม อุ๋นทอง. (2557). **มวยไทยยุคโลกาภิวัตน์**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยคดีศึกษา. นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ชนทัต มงคลศิลป์. (2550). **มวยลพบุรี**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. นนทบุรี : ไทยเนรมิตกิจ อินเตอร์โพรเกรสซีฟ.
- ชาญชัย ยมดิษฐ์. (2547) **รายงานการวิจัย พฤติกรรมการสอนและพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง**. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ. (2548). **รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมกีฬามวยไทยแบบบูรณาการในโครงการมหกรรมกีฬาภูมิปัญญาไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- _____. (2549). **การสร้างและพัฒนาสื่อต้นแบบแม่ไม้มวยไทยเพื่อสร้างทุนทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- _____. (2552). **มรดกทางภูมิปัญญาของมวยไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- _____. (2553). **ประวัติศาสตร์มวยไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน**. กรุงเทพฯ : สำนักคณะกรรมการกีฬามวยการกีฬาแห่งประเทศไทย.
- _____. (2553). **สมรรถนะक्रमมวยไทย**. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ : การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- _____. (2553). **สารานุกรมสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่มที่ 35**. กรุงเทพฯ : บริษัทรุ่งศิลป์การพิมพ์, 2553
- _____. (2553). **หลักสูตรสมรรถนะक्रमมวยไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ชาญชัย รัตนวงศะวัต. (2550). **ทัศนคติของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในจังหวัดมหาสารคาม ต่อมวยไทย**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ชาญณรงค์ สุหงษา. (2545). **คู่มือการสอนมวยไทยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- _____. (2557). **อนาคตภาพมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาติ**. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- เข้า วาทยธธา. (2250). **มวยโคราช**. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ณอมลย์ ราชภัณฑารักษ์. (2544). **มนุษย์กับสังคม**. กรุงเทพฯ : มหาลัยเกษตรศาสตร์.

- เดลินิวส์. (2559). **ดันเอกลักษณ์มวยไทยเพิ่มมูลค่าท่องเที่ยวเชิงกีฬา**. สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/article/376463> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.
- ตระกูล แก้วอ่อน. 2559. **เทรนด์ใหม่... มวยไทยขึ้นห้าง**. สืบค้นจาก http://gm-website.blogspot.com/2011/01/blog-post_1476.html เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.
- ต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล. (2556). **การพัฒนาหลักสูตรมวยไทยขั้นพื้นฐาน**. ปรินญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- เตชิตา ไชยอ่อน. (2558). **ความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย**. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทรงพล นาคเอี่ยม. (2550). **การเปลี่ยนแปลงของความหลากหลายในเชิงศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทย : กรณีศึกษามวยไทยสายพระยาพิชัยดาบหัก**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำนักหอสมุดกลาง.
- ทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์. (2553). **สื่อมวลชนกับวัฒนธรรม**. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทศพล สิทธิวิจิณ. (2558). **สัมภาษณ์ค่ายมวยที่อดดัดยิม**. 9 มิถุนายน 2558.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2544). **คู่มือการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรม SPSS**. นนทบุรี : นิต้าการพิมพ์.
- ธัมมานันต์ คุณรัตนภรณ์ และคณะ. 2557. **อิทธิพลของส่วนประสมการตลาด และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อความภักดีในบริการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**. วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 2557.
- ธีระพล พบลาก. (2557). **การวิเคราะห์คุณค่าศิลปะมวยไทย**. ปรินญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- นิยพรรณ วรรณศิริ. (2540). **มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นุชนารถ โพธิ์น้อม. (2555). **การศึกษาแนวทางและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษาเปรียบเทียบสนามมวยราชดำเนินกับสนามมวยแฟร์เท็กซ์, เทพประสิทธิ์พญา**. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เนตรชนก นันท์. (2544). **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน**. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- บริษัทอิมพอร์เมชั่นโพรไวเดอร์แอนด์คอลล์เซ็นเตอร์ จำกัด. (2556).รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (final report) โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism). กรุงเทพฯ:ท.ท.ท.
- บริษัท อิมพอร์เมชั่นโพรไวเดอร์ แอนด์ คอลล์เซ็นเตอร์ จำกัด. (2556). รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (final report) โครงการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism). กรุงเทพฯ : ท.ท.ท.
- แบรนด์บัฟเฟต. (2558). **ททท. กระตุ้นท่องเที่ยวไทยสุดร้อนแรง ยิ่งเข้า หมัด คอก มวยไทย ยิ่งได้ ห้องพักโรงแรมฟรี !!** สืบค้นจาก <http://www.brandbuffet.in.th/tag/muaythai> เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558
- ปกรณ ปรียากร(2547). **การวางแผนกลยุทธ์ และแนวทางเชิงประยุกต์** . กรุงเทพฯ. คณะรัฐประศาสนศาสตร์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประทีปกันภัยเพ็ญ. (2549). **ยุทธศาสตร์การใช้ศิลปะมวยไทยเพื่อพัฒนาพฤติกรรมผู้ต้องขังชายเรือนจำ จังหวัดกาญจนบุรี**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาราชบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ประสารศิษฐ์ ศรีศักดิ์. (2553). **ผลการออกกำลังกายด้วยการฝึกมวยไทยและคีตมวยไทยต่อการพัฒนาสมรรถภาพร่างกายของกำลังพลในกองทัพบกสายงานสัสดีจังหวัดบุรีรัมย์**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ปิยลักษณ์ อุบิสากร. (2549). **การศึกษาชื้อท่ามวยไทยตามแนวอรรถศาสตร์ชาติพันธุ์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผู้จัดการออนไลน์.(2559). **“แมทธิว” เปิดค่ายมวยไทย “ลีเดีย” โชว์แข่ง**.สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/Sport/ViewNews.aspx?NewsID=9560000149747> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.
- ฝ่ายกีฬาอาชีพและกีฬามวย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ม.ป.ป.. **คู่มือการบริหารค่ายมวยไทยอาชีพ**. ม.ป.พ.
- พงษ์ศักดิ์ คงแย้ม. (2557). **กระบวนการถ่ายทอดความรู้ของครูมวยไทย**.ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พุดพิงษ์บุษวรรษ. (2559). **มวยไทย**. สืบค้นจาก <http://www.polyboon.com> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.
- โพธิ์สวัสดิ์แสงสว่าง. (2522). **พัฒนากีฬามวยไทย**.ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิตภาควิชาพลศึกษา. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พาลัน, ว่าที่ร้อยตรี.(2554)**การศึกษาศิลปะมวยไทยของนักศึกษาวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต** .สารนิพนธ์ สาขาพัฒนาชุมชน ภาควิชาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- ภราดร กู้เกียรติพันธ์. (2555). **โครงการออกแบบตกแต่งภายในศูนย์ส่งเสริมศิลปะการต่อสู้เพื่อสตรีจากการศึกษาศิลปะมวยไทย**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบภายใน. นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครปฐม.
- ภุริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย**, วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย ปีที่ 33, ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2556.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2554). การท่องเที่ยวไทย จากนโยบายสู่รากหญ้า. เชียงใหม่ ล็อกอินดีไซน์เวิร์ค.
- ยุทธชัย สุโกสิ. (2550). **ความคิดเห็นของครูผู้สอนและผู้บริหารสถานศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนมวยไทยศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดเลย**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. 2559. **มวยไทย KEEP FIGHTING**. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-oct-5> เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2559.
- _____. (2556). **มวยไทย Keep fighting**. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว ฉบับที่ 4 ปี 2556. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรุงเทพมหานคร.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2554). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ Etat.[Tourism journal], ฉบับที่ 1, ปี พ.ศ. 2554, หน้า 3.
- รวย ตั้งมูทาทัทกุล. (2550). **สภาพการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถาน ปัญหาการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4**. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- รัฐทิทยา หิรัณยหาด. (2544). **แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว; กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี**. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รายาติต เต็งกุสุลย์มาน และคณะ. (2554). **โครงการมวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- รุ่งอรุณ สุทธิพงษ์. (2557). **การพัฒนาหลักสูตรพิเศษครูมวยไทยระดับสูงสำหรับยอดนักมวยไทย**. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้. (2553). **การศึกษาไม้ตายมวยไทยของยอดมวยไทย**. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วรวิณฑ์ สุวัฒน์ เขมรัฐ. (2550). **การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามัน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วิจิตรา สัตตบงกช. 2559. มวยไทยเทรนด์ดี. สืบค้นจาก <http://positioningmag.com/14746> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.
- วินัย พูลศรี. 2555. มวยไทย : การจัดการมรดกภูมิปัญญาของชาติไทยสู่รูปแบบธุรกิจสากล. ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วีรพล วิเศษศิลป์. (2557). การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วีระ กังฉปศิริพันธ์. (2557). รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์ศิลปะมวยไทยแห่งชาติ. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วุฒิชัย วัฒนาคมประทีป. (2550). ศึกษาการดำเนินชีวิตนักมวยไทยอาชีพระดับแชมป์เปี้ยนและรองแชมป์เปี้ยนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังจากเลิกชกมวย. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ศรีศักรวิไลโกดม. (2544). เศรษฐกิจพอเพียงกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม มิติทางวัฒนธรรมในยุคเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ศิริภ รัตนสุบรรณ. (2557). กลยุทธ์การจัดการแข่งขันมวยไทยอาชีพสู่สากล : กรณีศึกษาวันทรงชัย. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวรปีที่ 7 เล่มที่ 1 เดือนตุลาคม 2554 – เดือนมีนาคม 2555
- สงศรี วงษ์เวช. (2545). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลุ่มน้ำปิง. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สเตฟาเนียปิเซลลี. 2559. มารูจักนางแบบลูกครึ่งไทย “สเตฟาเนียปิเซลลี” โปรโมเตอร์มวยที่สวย เอ็กซ์ เซ็กซี่ ที่สุด. สืบค้นจาก <http://www.pantown.com/board.phpMid> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559
- สถาบันอนุรักษ์มวยไทยแห่งชาติ กรมพลศึกษา. ม.ป.ป.. มวยไทย. สืบค้นจาก <http://www.dpe.go.th> เมื่อวันที่ วันที่ 5 พฤษภาคม 2559
- สมานชัย ลิพรหมมา. (2557). การพัฒนารูปแบบการสอนมวยไทยเพื่อการอนุรักษ์. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์. (2555). แนวทางการนำวัฒนธรรม 8 ชาติพันธุ์มาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว. ราชบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

- สัญญา รัตนไพวงศ์. (2549). **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการชมกีฬามวยไทย**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพลศึกษา. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยไทย. (2553). **แผนยุทธศาสตร์กองทุนกีฬามวยไทย 2554-2557**. ฝ่ายกีฬาอาชีพและกีฬามวย : กรุงเทพมหานคร
- _____. (2559). **เอกสารสรุปการประชุม การทบทวนแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานการพัฒนากีฬามวยไทยประจำปีบัญชี พ.ศ. 2559**. ณ ห้องประชุมชั้น 24 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ ระหว่างวันที่ 22 – 23 มกราคม พ.ศ. 2559.
- _____. **ม.ป.ป..คู่มือการบริหารค่ายมวยไทยอาชีพ**. กรุงเทพฯ : การกีฬาแห่งประเทศไทย, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงศึกษาธิการ. (2540). **ศิลปะมวยไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว.
- สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2547). **การศึกษาแนวทางการพัฒนากีฬามวยสากลไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพ**. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์. (2551). **ภาพลักษณ์ของมวยไทยในสายตาชาวต่างชาติและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทย**.ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ สารสนเทศ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุนทร (กิมเส็ง) ทวีสิทธิ์. (2504). **ศิลปะมวยไทย**. ม.ป.ท.
- สุธน เพ็ชรนิล.(2548). **ระดับมวยไทยของนักศึกษาชาย หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพการศึกษาระดับสูงวิชาเอกพลศึกษา วิทยาลัยพลศึกษาในเขตภาคใต้ ปีการศึกษา 2547**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาพลศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุรวัดน์ ปัตตานี.(2550). **แนวทางการพัฒนามวยไทยอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามการรับรู้ของนักมวยและผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย**.ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษา. ราชบุรี : วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สุวัตร สิทธิหล่อ. (2555). **เปิดงานสัมมนาค่ายมวยไทย. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 28 สิงหาคม 2555**. ณ ห้องภานุมาศ ชั้น 10 โรงแรมรอยัลริเวอร์ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก <http://www.mots.go.th>.
- _____. 2556. **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจับมือกระทรวงการต่างประเทศจัดระเบียบค่ายมวยไทยในต่างประเทศ**. ข่าวสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 31 พฤษภาคม 2556.
- หาดใหญ่ โขชัยล. 2559. **ชมมวยสดน้ำหนัก กล้ามเนื้อกระชับเสน่ห์ของมวยไทยอยู่ที่ความสนุกสนาน**. สืบค้นจาก<http://www.hatyaisocial.com/index.php?topic=16674.0> เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.

อนุวัฒน์ ถ้อยอยู่. (2554). การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทย.ปริญญา
ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาพลศึกษา. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อรุณ จิรวัดน์กุล. (2551). ชีวสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. ขอนแก่น: คลังน่านวิทยา.

Aaron John. (2014). **13 Characteristius of Best Muay Thai Camps in Muay Thai Gym**
Tips Thailand Blog.สืบค้นจาก <http://www.muaythai Scholar>เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน
2558

Admin. (2012).มวยไชยา เสน่ห์อยู่กับการป้องกันตัว.สืบค้นจาก<http://www.positongmag.com>.
เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2558

A world connect (2559). Interview : ททท.ชูแผนส่งเสริมสินค้าและธุรกิจท่องเที่ยว เปิดกว้าง ต่อ
ยอด ยั่งยืน. Online magazine สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2559 from
<http://aworldconnect.com/index.php/interview/89-tttrongwilaiwan>

C. Michael Hall. (2003). Innovation and Tourism Policy in Australia and New Zealand:
Never the Twain Shall Meet? Journal: Journal of Policy Research in Tourism,
Leisure and Events, Volume 1, Issue 1, March 2003

DASTA.(2554). การท่องเที่ยวสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ, June 28, 2011,จาก
http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create.

Fayossy. (2019). **8 เคล็ดลับ กลยุทธ์การตลาดแบบ 360 องศา.**สืบค้นจาก
[http://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/how-to360-marketing-](http://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/how-to360-marketing-strategy/)
[strategy/](http://www.marketingoops.com/exclusive/how-to/how-to360-marketing-strategy/) เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2559.

Greg Richards. (2011). Creativity and Tourism the state of the Art. Annals of Tourism
Research Volume 38, Issue 4, Pages 1219-1704 (October 2011).

Haukeland, J.V. et al. (2001) . Nomadic Tourism and Fleeting Place Encounters:
Exploring Different Aspects of Sightseeing, Scandinavian. Journal of Hospitality
and Tourism Volume 1, Issue 2, 2001.

Henry, Michael Shane. 2013. **Delevopment of Muay Thai Enthusiat:**
Aninterpretation of A.N. Whitehead's Theory of Learning. A Thesis
Submitted to the College of Graduate Studied and Research Master Degree
of Education Univesity of Saskatchewan.

Hong, Stephen. 2016. **10 Keys to Success in Muay Thai Essential Tips That will**
Make you a Better NakMuay Thai. Retrieved from MuaythaiPRO.com

John, Field. (2003). **Social Capital.** Rout ledge : New Fetter Lane, London.สืบค้นจาก
<http://www.thenpoor.ws/thaiboxing/maamai.html>. เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2558

- Lim, Vanessa. 2016. **Fight Like a girl :ManagingFeminity in Mury Thai.**A Study Muay Thai Gym in Singapore. The Sociology Projict School of Social and Science, The University of Edinburgh, 2015 – 2016.
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In: Wurzburger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) Creative Tourism: A global conversation. Santa Fe: Sunstone Press, p. 78-90.
- Pattakos, A. and Pratt, S. (eds) Creative Tourism: A global conversation. Santa Fe: Sunstone Press, p. 78-90
- Scopus Preview. 2014. **MuayThai : Inventing Tradition for a national Symbol.** Volume 29,Issue 3, November 2014,Pages 509-553.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แบบสอบถามมี 5 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยไทย

ตอนที่ 3 สภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทย

ตอนที่ 4 สภาพความเป็นจริงที่พบเมื่อมาเรียนมวยไทย

ตอนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำหรับความกรุณาให้ข้อมูลครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อวัตถุประสงค์การวิจัยเท่านั้น

วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยม (□) ที่ตรงกับความจริงของท่านหรือระบุข้อมูลลงในช่องว่าง (.....)

ข้อที่	ข้อมูลทั่วไป	IOC		
		1	0	-1
1	เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง			
2	อายุ ปี			
3	สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. แต่งงาน ☐ 3. หม้าย/ หย่า			
4	ระดับการศึกษา			
5	สาขาที่สำเร็จการศึกษา			
6	อาชีพ			
7	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน \$ (USD)			
8	เดินทางมาจากประเทศ			
9	จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทย ☐ 1. หาประสบการณ์ ☐ 2. ทำธุรกิจ ☐ 3. เพื่อประกอบอาชีพ ☐ 4. ออกกำลังกาย ☐ 5. เรียนวิชาป้องกันตัว ☐ 6. อื่น ๆ (ระบุ)			
10	เดินทางมาเรียนมวยไทยอย่างไร ☐ 1. มากับไกด์ทัวร์ ☐ 2. มาด้วยตนเอง ☐ 3. มากับเครือข่ายมวยไทย ☐ 4. มากับเพื่อน ☐ 5. อื่น ๆ (ระบุ)			
11	ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยทั้งหมด ระหว่างการเรียนมวยไทย \$ (USD)			

ข้อที่	สภาพชีวิตความเป็นอยู่	IOC		
		1	0	-1
5	ความเครียดและความวิตกกังวล ☐ 1. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ☐ 2. ความห่างไกลครอบครัว ☐ 3. สุขภาพ ☐ 4. เพื่อนชาวต่างชาติ ☐ 5. เพื่อนคนไทย ☐ 6. ความอิสระ ความเป็นส่วนตัว ☐ 7. สารสนเทศในการติดต่อกับครอบครัว ☐ 8. ความสะอาด ☐ 9. การเงิน ☐ 10. การบริการในประเทศไทย ☐ 11. อื่น ๆ (ระบุ)			
2.2การใช้ชีวิตในค่ายมวยไทย				
1	ค่ายมวยไทยมีสิ่งเหล่านี้ให้บริการพอเพียง ☐ 1. หลักสูตรการฝึกมวยไทยที่หลากหลายตามกลุ่มผู้เรียน ☐ 2. ครูมวยและผู้ช่วยฝึกสอน ☐ 3. อุปกรณ์ฝึกซ้อม ☐ 4. อุปกรณ์ออกกำลังกาย ☐ 5. สระว่ายน้ำ ☐ 6. โปรแกรมเพิ่มพูนประสบการณ์หลังฝึก ☐ 7. โปรแกรมสุขภาพ ☐ 8. เทคโนโลยีสารสนเทศ ☐ 9. แบบประเมินความก้าวหน้าในการฝึก ☐ 10. กฎระเบียบในการอยู่ร่วมกันในค่าย ☐ 11. วินัยในการฝึกซ้อม ☐ 12. ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในค่ายมวย ☐ 13. ยาและเวชภัณฑ์รักษาพยาบาลเบื้องต้น ☐ 14. แผนการป้องกันภัยพื้นฐาน ☐ 15. ร้านค้าจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ☐ 16. สถานที่พักผ่อนหลังฝึกซ้อม ☐ 17. การจัดให้มีการแข่งขัน ☐ 18. การพาไปชมมวยไทย ☐ 19. การพาไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกค่าย ☐ 20. อื่น ๆ (ระบุ)			

ข้อที่	สภาพชีวิตความเป็นอยู่	IOC		
		1	0	-1
2	ความเครียดและความวิตกกังวลกับการใช้ชีวิตในค่ายมวยไทย ☐ 1. การให้บริการด้านต่าง ๆ ในค่ายมวย ☐ 2. ขาดการเอาใจใส่ดูแลอย่างมีคุณภาพเท่าเทียมกันของค่ายมวย ☐ 3. ความไม่ปลอดภัยของอุปกรณ์และช่องว่างระหว่างการใช้ ☐ 4. สัมพันธ์ต่อนักเรียนชาวต่างชาติกับครูฝึก ☐ 5. มิตรภาพความสัมพันธ์ระหว่างคนในค่าย ☐ 6. คุณภาพของครูฝึกมวยไทย ☐ 7. พฤติกรรมของหัวหน้าค่ายมวย ☐ 8. คุณภาพของหลักสูตรและการเรียนการสอน ☐ 9. การสื่อสารด้านภาษา ☐ 10. เทคโนโลยีสารสนเทศ ☐ 11. ความสกปรกของค่ายและอุปกรณ์ฝึกซ้อม ☐ 12. ความไม่ปลอดภัยระหว่างการฝึก ☐ 13. ความเคร่งครัดเรื่องวินัยและกฎระเบียบค่ายมวย ☐ 14. ความไม่ยุติธรรมของครูฝึก ☐ 15. อื่น ๆ (ระบุ)			
3	ความประทับใจที่ท่านพบในการใช้ชีวิต ในการเดินทางมาฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทยครั้งนี้ ☐ 1. การบริการของค่ายมวย ☐ 2. การเอาใจใส่ดูแลจากค่ายมวย ☐ 3. ความเชื่อมั่นและศรัทธา ☐ 4. ครูฝึกและบุคลากรผู้สอนมวย ☐ 5. หลักสูตรและกิจกรรมการสอน ☐ 6. กิจกรรมเสริมหลังการฝึก ☐ 7. สิ่งแวดล้อมในค่ายมวย ☐ 8. คุณภาพการบริหารงานของค่ายมวย ☐ 9. โปรแกรมพหุวัฒนธรรมไทยและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ☐ 10. แพคเกจค่าบริการมีความเหมาะสม ☐ 11. อธิบายคนไทย ☐ 12. เอกลักษณ์ของไทย ☐ 13. สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ☐ 14. อื่น ๆ (ระบุ)			

ข้อที่	สภาพชีวิตความเป็นอยู่	IOC		
		1	0	-1
4	ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้ชีวิตในการเรียนมวยไทยในค่ายมวย 1. 2. 3. 4. 5.			
2.3 ค่าใช้จ่ายในช่วงเรียนมวยไทย				
1	ค่าคอร์สเรียนมวยไทย \$ (USD)			
2	ค่าที่พัก \$ (USD)			
3	ค่าอาหาร \$ (USD)			
4	ค่าบริการอื่น ๆ ในค่าย \$ (USD)			
5	ค่าท่องเที่ยวนอกค่าย \$ (USD)			
6	ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ \$ (USD)			
7	ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ \$ (USD)			

ตอนที่ ๓ สภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทย

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคาดหวังของท่าน

ความคาดหวัง				
5 = มากที่สุด	4 = มาก	3 = ปานกลาง	2 = น้อย	1 = น้อยที่สุด

ข้อความ	ความคาดหวัง					IOC		
	5	4	3	2	1	1	0	-1
1. การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย								
2. การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย								
3. การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ								
4. การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย								
5. ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน								
6. การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย								
7. การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย								
8. การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน								
9. การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ								
10. สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม								
11. ความสะอาดของค่ายมวย								
12. ความปลอดภัยของค่ายมวย								
13. ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม								
14. การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย								
15. ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย								

ตอนที่ ๔ สภาพความเป็นจริงที่พบเมื่อมาเรียนมวยไทย

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความจริงของท่าน

ความเป็นจริง				
5 = มากที่สุด	4 = มาก	3 = ปานกลาง	2 = น้อย	1 = น้อยที่สุด

ข้อความ	ความเป็นจริง					IOC		
	5	4	3	2	1	1	0	-1
1. ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย								
2. ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย								
3. ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ								
4. ได้รับการเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย								
5. การให้ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียนจากค่ายมวย								
6. การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย								
7. การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย								
8. การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน								
9. การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ								
10. สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม								
11. ความสะอาดของค่ายมวย								
12. ความปลอดภัยของค่ายมวย								
13. ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม								
14. การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย								
15. ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย								
16. ความสำเร็จจากการฝึกมวยครั้งนี้ตามเป้าหมาย								
17. ความสามารถเพิ่มขึ้น								
18. ความสุขที่มาเรียนมวยครั้งนี้								
19. ไม่เครียดและไม่วิตกกังวลในการเรียนครั้งนี้								
20. การเรียนครั้งนี้ทำทลายความสามารถ								

ตอนที่ ๕ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน

ระดับปัจจัยความสำเร็จ				
5 = มากที่สุด	4 = มาก	3 = ปานกลาง	2 = น้อย	1 = น้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับปัจจัย ความสำเร็จ					IOC		
	5	4	3	2	1	1	0	-1
อาคารสถานที่และอุปกรณ์								
1. สถานที่มีเนื้อที่เหมาะสม								
2. สถานที่มีช่องว่างสำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์								
3. สถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก								
4. สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม								
5. อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน								
6. อุปกรณ์มีความทันสมัย								
7. อุปกรณ์มีความพอเพียง								
ความสะอาด								
8. ความสะอาดของอาคารสถานที่								
9. ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม								
10. ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า								
ความปลอดภัย								
11. ความปลอดภัยของอาคาร								
12. ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม								
13. ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ								
บุคลากร								
14. ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย								
15. คุณภาพของครูฝึก								
16. คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก								
17. สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ								
18. การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน								
19. การสร้างความเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน								
20. ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน								
21. การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน								
22. การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน								
23. การแก้ไขปัญหาอย่างมีอาชีพของผู้สอน								
24. มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย								

ข้อความ	ระดับปัจจัย ความสำเร็จ					IOC		
	5	4	3	2	1	1	0	-1
25. บุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี								
26. การส่งเสริมความมีวินัยในการฝึก								
27. การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรม								
28. การส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตามกฎหมายและ พรบ.กีฬามวยไทย								
29. ส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับค่ายมวย								
30. ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน								
หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน								
31. มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน								
32. มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย								
33. มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ								
34. มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน								
35. มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก								
กิจกรรมพัฒนาตนเองของผู้เรียน								
36. มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง								
37. มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน								
38. มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน								
39. มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยไทย								
40. มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย								
การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา								
41. มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ								
42. มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน								
43. มีบุคลากรและเครื่องมืออุปกรณ์กีฬา								
44. มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน								
การมีเครือข่ายและการสนับสนุน								
45. มีความสัมพันธ์กับเครือข่ายภายนอกสนับสนุนค่ายมวย								
46. มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย								
47. เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ								
48. เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว								
49. เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน								
50. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน								

ข้อความ	ระดับปัจจัย ความสำเร็จ					IOC		
	5	4	3	2	1	1	0	-1
การทำธุรกิจและการตลาด								
51. การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย								
52. การสร้างแฟนคลับ								
53. จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย								
54. จัดจำหน่ายอาหาร								
55. จัดที่พักไว้บริการ								
56. จัดจำหน่ายซูวีเนียและของที่ระลึก								
57. การสร้างกระแสมความนิยมของค่ายและนักมวย								
58. จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม								
59. การจัดช่องทางการตลาด								
60. ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ								
61. คุณภาพของการให้บริการ								
62. มีการจ่ายค่าใช้จ่ายในราคาที่เป็นธรรม								
63. การส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมแข่งขัน								

Thanks you.



No.

Questionnaire for Research

Title Research: Muaythai Tourism Strategy on Using Muaythai to Promote Thailand Tourism
Respondents' view on foreign tourists who learns Muaythai in Thailand

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

Direction of answering the questionnaire; คำชี้แจง

This surveying questionnaire is used for the foreign tourist who has been Learning Muaythai in Thailand. The purpose of this study : to create Muaythai Tourism Strategy on Using Muaythai to Promote Thailand Tourism. The questionnaires compose into 5 parts as follows;

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แบบสอบถามมี 5 ตอนได้แก่

Part1 Personal Data (ข้อมูลทั่วไป)

Part2 living conditions for coming to study Muaythai (สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยไทย)

Part3 Expectation for coming to studying Muaythai (สภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทย)

Part4 Real factors when has studied Muaythai (สภาพความเป็นจริงที่พบเมื่อมาเรียนมวยไทย)

Part5 Factors influencing the successes of Muaythai Camps Business on Teaching Muaythai for the foreigners (ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ)

I would like to extend my appreciation for all your help in filling out this form and your information will be kept in secret and use for educational purposes only.

(ผู้วิจัยขอขอบคุณสำหรับความกรุณาให้ข้อมูลครั้งนี้ ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อวัตถุประสงค์การวิจัยเท่านั้น)

College of Muaythai Study and Thai Traditional Medicine

Muban Chom Bueng Rajabhat University

วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

Part 1: Personal Information(ข้อมูลทั่วไป)

Direction: please mark (✓) in front of the answer relevant to you or please specify in the blank space (.....)

Items	Personal Information(ข้อมูลทั่วไป)	For researcher	
1	Sex ☐ 1. Male(ชาย) ☐ 2. female (หญิง)	1	
2	Age (อายุ)Years	2	
3	Marital Status (สถานภาพ) ☐ 1. single (โสด) ☐ 2. married (แต่งงาน) ☐ 3. Widower /divorce(หม้าย/หย่า)	3	
4	Level of Education (ระดับการศึกษา)	4	
5	Field of Studied (สาขาที่สำเร็จการศึกษา)	5	
6	Occupation (อาชีพ)	6	
7	Average monthly income (รายได้เฉลี่ยต่อเดือน)\$ (USD)	7	
8	Country of residence (เดินทางมาจากประเทศ).....	8	
9	Objective for coming to study Muaythai(จุดมุ่งหมายในการเดินทางมาเรียนมวยไทย) ☐ 1. Experience (หาประสบการณ์) ☐ 2. Business (ทำธุรกิจ) ☐ 3. Occupation(อาชีพ) ☐ 4. Fitness(ออกกำลังกาย) ☐ 5. Self- defense (เรียนวิชาป้องกันตัว) ☐ 6. Other, please specify (อื่น ๆ ระบุ)	9	
10	How did you come to study Muaythai?(เดินทางมาเรียนมวยไทยอย่างไร) ☐ 1. Tour guide Agency (มากับไกด์ทัวร์) ☐ 2. Self-trip (by yourself)(มาด้วยตนเอง) ☐ 3. Muaythai Connection (มากับเครือข่ายมวยไทย) ☐ 4. Friends (มากับเพื่อน) ☐ 5. Other, please specify (อื่น ๆ ระบุ)	10	
11	Total expenses while studying Muaythai.....\$ (USD) (ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยทั้งหมด ระหว่างการเรียนมวยไทย)	11	

Part2: Living conditions for coming to study Muaythai(สภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการมาเรียนมวยไทย)

Direction: please mark (✓) in front of the answer relevant to you or please specify in the blank space (.....)

Items	Living Conditions (สภาพชีวิตความเป็นอยู่)	For researcher	
1	2.1 Daily Living (ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว) Accommodation in Thailand (สถานที่พักในประเทศไทย) ☐ 1. House for rent (บ้านเช่า) ☐ 2. Dormitory (หอพัก) ☐ 3. Apartments (อพาร์ทเมนต์) ☐ 4. Muaythai Camps (ค่ายมวย) ☐ 5. Hotel (โรงแรม) ☐ 6. Other, please specify (อื่น ๆ ระบุ)	12	
2	Meals(สถานที่รับประทานอาหาร) ☐ 1. Restaurant (ร้านอาหารทั่วไป) ☐ 2. Cooking employment (จ้างทำเฉพาะ) ☐ 3. Canteen in the camp ☐ 4. Cooking by yourself (ทำรับประทานเอง) (ร้านอาหารในค่ายมวย) ☐ 5. Other, please specify(อื่น ๆ ระบุ)	13	
3	Living condition activities during free time(การใช้ชีวิตช่วงไม่เรียนมวยไทย) (Multiple answers) ☐ 1. rest (พักผ่อนที่ที่พัก) ☐ 2.Go Shopping(ไปห้างสรรพสินค้า) ☐ 3. Travel (ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ) ☐ 4. Exercise for healthy (ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ) ☐ 5. Recreation and Entertainment (นันทนาการและบันเทิง) ☐ 6. Internet (เล่นอินเทอร์เน็ต) ☐ 7. Others (Please specify) (อื่น ๆ ระบุ)	14	
		15	
		16	
		17	
		18	
		19	
		20	

Items	Living Conditions (สภาพชีวิตความเป็นอยู่)	For researcher	
4	Problems (ปัญหาที่พบบ่อย) (Multiple answers) ☐ 1. Transportation (การคมนาคม) ☐ 2. Lack of time(ไม่มีเวลาว่าง) ☐ 3. Accommodation (ที่พักอาศัย) ☐ 4. Safety (ความปลอดภัย) ☐ 5. Languages and communication(ภาษาและการสื่อสาร) ☐ 6. Clean Accommodation(ความสะอาดที่พักอาศัย) ☐ 7. Technologies (เทคโนโลยี) ☐ 8. Facilities (สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ) ☐ 9. Entertainment (ความบันเทิง) ☐ 10. Healthy (สุขภาพ) ☐ 11. Being far away from home(ความห่างไกลครอบครัว) ☐ 12. Foods (อาหาร) ☐ 13. Others (Please specify)(อื่น ๆ ระบุ)	21	
		22	
		23	
		24	
		25	
		26	
		27	
		28	
		29	
		30	
		31	
		32	
		33	
5	Stress and anxiety(ความเครียดและความวิตกกังวล) (Multiple answers) ☐ 1. Safety (ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน) ☐ 2. Being far away from home(ความห่างไกลครอบครัว) ☐ 3. Health(สุขภาพ) ☐ 4. Foreigner friends (เพื่อนชาวต่างชาติ) ☐ 5. Thai Friends (เพื่อนคนไทย) ☐ 6. Free time , personnel issues (ความอิสระ ความเป็นส่วนตัว) ☐ 7. Social media to contact a family (สารสนเทศในการติดต่อกับครอบครัว) ☐ 8. Cleanliness (ความสะอาด) ☐ 9. Finances (การเงิน) ☐ 10. Thai Services(การบริการในประเทศไทย) ☐ 11. Others (please specify) อื่น ๆ (ระบุ)	34	
		35	
		36	
		37	
		38	
		39	
		40	
		41	
		42	
		43	
		44	

Item s	Living Conditions (สภาพชีวิตความเป็นอยู่)	For researcher
1	2.2 What do get from living conditions in Muaythai Camp (ได้รับบริการอะไรในค่ายมวยไทยบ้าง) Muay Thai camps have these services sufficiently.(ค่ายมวยไทยมีสิ่งเหล่านี้ไว้บริการอย่างเพียงพอ) (Multiple answers) ☐ 1. GoodMuaythai courses (หลักสูตรการฝึกมวยไทยที่หลากหลายตามกลุ่มผู้เรียน) ☐ 2.KruMuaythai and Assistant KruMuay(ครูมวยและผู้ช่วยฝึกสอน) ☐ 3. Equipment for training (อุปกรณ์ฝึกซ้อม) ☐ 4. Equipment for exercise (อุปกรณ์ออกกำลังกาย) ☐ 5. Swimming pool (สระว่ายน้ำ) ☐ 6. Extra Muaythai Experience programafter training (โปรแกรมเพิ่มพูนประสบการณ์หลังฝึก) ☐ 7. Healthcare program (โปรแกรมสุขภาพ) ☐ 8. Information technology(เทคโนโลยีสารสนเทศ) ☐ 9. Formative AssessmentPractice(แบบประเมินความก้าวหน้าในการฝึก) ☐ 10. Camp Regulations(กฎระเบียบในการอยู่ร่วมกันในค่าย) ☐ 11. Training discipline(วินัยในการฝึกซ้อม) ☐ 12. Clean and tiny camp (ความสะอาดของสภาพแวดล้อมในค่ายมวย) ☐ 13. Basic medicine and first aid (ยาและเวชภัณฑ์รักษาพยาบาลเบื้องต้น) ☐ 14. Basic safety plan(แผนการป้องกันภัยพื้นฐาน) ☐ 15. Equipment shop(ร้านค้าจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก) ☐ 16. Great place to relax after training (สถานที่พักผ่อนหลังฝึกซ้อม) ☐ 17. Organizing fights (การจัดให้มีการแข่งขัน) ☐ 18. Going to see fights (การพาไปชมมวยไทย) ☐ 19. Study trip (การพาไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกค่าย) ☐ 20. Others (please specify) (อื่น ๆ ระบุ)	45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64

Items	Living Conditions (สภาพชีวิตความเป็นอยู่)	For researcher	
2	Stress and anxiety for living condition in Muaythai Camp.(ความเครียดและวิตกกังวลในค่ายมวยไทย) (Multiple answers) ☐ 1. Services in the Camp (การให้บริการด้านต่าง ๆ ในค่ายมวย) ☐ 2. Be careless (ขาดการเอาใจใส่ดูแลอย่างมีคุณภาพเท่าเทียมกันของค่ายมวย) ☐ 3. Unsafe; equipment, training (ความไม่ปลอดภัยของอุปกรณ์และช่องว่างระหว่างการใช้) ☐ 4. Reasonable number of foreigners student with trainer(สัดส่วนต่อนักเรียนชาวต่างชาติกับครูฝึก) ☐ 5. Friendship in the camp (มิตรภาพความสัมพันธ์ระหว่างคนในค่าย) ☐ 6. KruMuaythaiabilities(คุณภาพของครูฝึกมวยไทย) ☐ 7. Good behavior (Manager) (พฤติกรรมของหัวหน้าค่ายมวย) ☐ 8. High quality training (คุณภาพของหลักสูตรและการเรียนการสอน) ☐ 9. Communication in the second language (การสื่อสารด้านภาษา) ☐ 10. Information technology (เทคโนโลยีสารสนเทศ) ☐ 11. Cleanliest of camp, equipment for training (ความสกปรกของค่ายและอุปกรณ์ฝึกซ้อม) ☐ 12. Unsafe training (ความไม่ปลอดภัยระหว่างการฝึก) ☐ 13. Strict regulations (ความเคร่งครัดเรื่องวินัยและกฎระเบียบค่ายมวย) ☐ 14. Unfairness (ความไม่ยุติธรรมของครูฝึก) ☐ 15. Others (please specify) (อื่น ๆ ระบุ) 	65	
		66	
		67	
		68	
		69	
		70	
		71	
		72	
		73	
		74	
		75	
		76	
		77	
		78	
		79	
3	Impressionsof living condition in Muaythai Camp.(ความประทับใจ ในการฝึกมวยไทยครั้งนี้) (Multiple answers) ☐ 1. Camp Services (การบริการของค่ายมวย) ☐ 2. Carefulness (การเอาใจใส่ดูแลจากค่ายมวย) ☐ 3. Reliability and credible (ความเชื่อมั่นและศรัทธา) ☐ 4. KruMuaythai and trainer (ครูฝึกและบุคลากรผู้สอนมวย) ☐ 5. Courses and teaching activities (หลักสูตรและกิจกรรมการสอน) ☐ 6. Activities after training (กิจกรรมเสริมหลังการฝึก) ☐ 7. Environment in the camp (สิ่งแวดล้อมในค่ายมวย) ☐ 8. Quality camp management (คุณภาพการบริหารงานของค่ายมวย) ☐ 9. Thai wisdom tourist attraction (โปรแกรมพาทชมภูมิปัญญาไทยและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ) ☐ 10. Reasonable prices (แพคเกจค่าบริการมีความเหมาะสม)	80	
		81	
		82	
		83	
		84	
		85	
		86	
		87	
		88	
		89	

Items	Living Conditions (สภาพชีวิตความเป็นอยู่)	For researcher	
	☐ 11. Friendliness of Thais(อัยยาศัยคนไทย) ☐ 12. Thai identity (เอกลักษณ์ของไทย) ☐ 13. Nearby tourist attraction (สถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย) ☐ 14. Others (please specify)อื่น ๆ (ระบุ)	90	
		91	
		92	
		93	
4	Problem with living conditions and / or barrier to training (ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้ชีวิตในการเรียนมวยไทยในค่ายมวย) 1. 2. 3. 4. 5.	94	
1	2.3 Living expenses while studying Muaythai(ค่าใช้จ่ายในช่วงเรียนมวยไทย) Muaythai course(ค่าคอร์สเรียนมวยไทย) \$ (USD)	95	
2	Housing(ค่าที่พัก)..... \$ (USD)	96	
3	Foods(ค่าอาหาร) \$ (USD)	97	
4	Travel (ค่าท่องเที่ยวนอกค่าย)\$ (USD)	98	
5	Healthcare (ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ) \$ (USD)	99	
6	Others expenses (ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ) \$ (USD)	100	
7	Others expenses in the camp (ค่าบริการอื่น ๆ ในค่าย)\$ (USD)	101	
8	Total average expenses (ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยตลอดการเรียน)\$ (USD)	102	

Part3 :Expectation of studying Muaythai(สภาพความคาดหวังต่อการมาเรียนมวยไทย)

Direction:please mark (✓) in front of the answer relevant to your expectation

Expectation (ความคาดหวัง)				
5 Much more than expected (มากที่สุด)	4 More than expected (มาก)	3 As expected (ปานกลาง)	2 Less than Expected(น้อย)	1 Much less than expected(น้อยที่สุด)

Statement (ข้อความ)	Level of Expectation (ความคาดหวัง)				
	5	4	3	2	1
1. Attentions & Care(manager) (การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย)					
2. Attentions & Care (trainer) (การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย)					
3. Attentions & Care (foreigner friends) (การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ)					
4. Attentions & Care (Thai friends) (การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย)					
5. Self-Confidence for success (ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน)					
6. Facilities(การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย)					
7. Provides quality courses to service in the camp (การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย)					
8. Arranging quality trainer(การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน)					
9. Quality an amount of equipment for training (การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ)					
10. Reasonable number of student with trainer (สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม)					
11. Clean camp (ความสะอาดของค่ายมวย)					
12. Safe camp (ความปลอดภัยของค่ายมวย)					
13. Reasonable expenses in the camp(ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม)					
14. Provides good Atmosphere in the camp (การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย)					
15. Credibility of camp(ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย)					

For researcher	
103	
104	
105	
106	
107	
108	
109	
110	
111	
112	
113	
114	
115	
116	
117	

Part 4: Reality conditions found on studied Muaythai(สภาพความเป็นจริงที่พบเมื่อมาเรียนมวยไทย)

Direction:please mark (✓) in front of the answer relevant to your reality

Reality (ความเป็นจริง)				
5 Much more than expected (มากที่สุด)	4 More than expected (มาก)	3 As expected (ปานกลาง)	2 Less than Expected (น้อย)	1 Much less than expected(น้อยที่สุด)

Statement (ข้อความ)	Level of reality (ระดับความเป็นจริง)				
	5	4	3	2	1
1. Attentions & Care (manager) (การเอาใจใส่ดูแลจากหัวหน้าค่าย)					
2. Attentions & Care (trainer) (การเอาใจใส่ดูแลจากครูฝึกในค่าย)					
3. Attentions & Care (foreigner friends) (การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวต่างประเทศ)					
4. Attentions & Care (Thai friends) (การเอาใจใส่ดูแลจากเพื่อนนักมวยชาวไทย)					
5. Self-Confidence for success (ความมั่นใจในความสำเร็จในการเรียน)					
6. Facilities(การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของค่ายมวย)					
7. Provides quality courses to service in the camp (การจัดหลักสูตรที่มีคุณภาพไว้บริการในค่ายมวย)					
8. Arranging quality trainer(การจัดครูมวยที่มีคุณภาพในการสอน)					
9. Quality an amount of equipment for training (การจัดอุปกรณ์การฝึกซ้อมที่มีคุณภาพและเพียงพอ)					
10. Reasonable number of student with trainer (สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนมีความเหมาะสม)					
11. Clean camp (ความสะอาดของค่ายมวย)					
12. Safe camp (ความปลอดภัยของค่ายมวย)					
13. Reasonable expenses in the camp(ค่ายมวยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม)					
14. Provides good Atmosphere in the camp (การจัดบรรยากาศการเรียนที่เหมาะสมของค่ายมวย)					
15. Credibility of camp(ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย)					

For researcher	
118	
119	
120	
121	
122	
123	
124	
125	
126	
127	
128	
129	
130	
131	
132	

Statement (ข้อความ)	Level of reality (ระดับความเป็นจริง)					For researcher	
	5	4	3	2	1		
16. meeting your goal (ความสำเร็จจากการฝึกมวยครั้งนี้ตามเป้าหมาย)						133	
17. High increased ability (ความสามารถเพิ่มขึ้น)						134	
18. Happiness for study (ความสุขที่มาเรียนมวยครั้งนี้)						135	
19. Non Stress and anxiety (ไม่เครียดและไม่วิตกกังวลในการเรียนครั้งนี้)						136	
20. Talent your ability (การเรียนครั้งนี้ท้าทายความสามารถ)						137	

Part 5: Factors affecting the success of business Muaythai Camp on teaching Muaythai for foreigner

(ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค่ายมวยไทยในการสอนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ)

Direction: please mark (✓) in front of the answer relevant to your feeling

Level of success factors (ระดับปัจจัยความสำเร็จ)				
5 Much more than expected (มากที่สุด)	4 More than expected (มาก)	3 As expected (ปานกลาง)	2 Less than Expected (น้อย)	1 Much less than expected (น้อยที่สุด)

Statement (ข้อความ)	Level of success factors (ระดับปัจจัยความสำเร็จ)					For researcher	
	5	4	3	2	1		
Place and equipment (อาคารสถานที่และอุปกรณ์)							
1. Reasonable place (สถานที่ที่มีเนื้อที่เหมาะสม)						138	
2. Space for using equipment (สถานที่ที่มีพื้นที่สำหรับผู้เรียนในการใช้อุปกรณ์)						139	
3. Good location (สถานที่อยู่ในทำเลที่ตั้งสะดวก)						140	
4. Good place (สถานที่จัดแบ่งเป็นสัดส่วนเหมาะสม)						141	
5. Good equipment (อุปกรณ์มีความเหมาะสมอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน)						142	
6. Modern equipment (อุปกรณ์มีความทันสมัย)						143	
7. Enough equipment (อุปกรณ์มีความพอเพียง)						144	

Statement (ข้อความ)	Level of success factors (ระดับปัจจัยความสำเร็จ)					For researcher	
	5	4	3	2	1		
Clean (ความสะอาด)							
8. Clean and tidy training camps (ความสะอาดของอาคารสถานที่)						145	
9. Clean training equipment (ความสะอาดของอุปกรณ์ฝึกซ้อม)						146	
10. Clean toilet and dressing room (ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า)						147	
Safety (ความปลอดภัย)							
11. Building safety (ความปลอดภัยของอาคาร)						148	
12. Safety equipment (ความปลอดภัยของอุปกรณ์ฝึกซ้อม)						149	
13. Security(ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ)						150	
Personel (บุคลากร)							
14. Good governance 's manager camp (ความเป็นผู้มีภาวะผู้นำของหัวหน้าค่าย)						151	
15. Quality KruMuay(คุณภาพของครูฝึก)						152	
16. Quality KruMuay assistant (คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก)						153	
17. Reasonable number of foreigners student with trainer (สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียนชาวต่างชาติ)						154	
18. Good take care student(การเอาใจใส่ดูแลผู้เรียนจากผู้สอน)						155	
19. Reliability (การสร้างการเชื่อถือศรัทธาต่อผู้เรียน)						156	
20. Good relationship between staff and student (ความผูกพันกันของบุคลากรและผู้เรียน)						157	
21. Encouraging confident to student (การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้เรียน)						158	
22. Good relationship 's KruMuay to student (การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของผู้สอนต่อผู้เรียน)						159	
23. Professional solving the problems 's KruMuay (การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพของผู้สอน)						160	
24. Provide development program for KruMuaythai and staff (มีโปรแกรมการพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย)						161	
25. Staffs haveeffectivenessEnglishcommunication (บุคลากรค่ายมวยใช้ภาษาอังกฤษได้ดี)						162	
26. Encouraging the discipline on practice(การส่งเสริมความมีวินัยในการฝึก)						163	

Statement (ข้อความ)	Level of success factors (ระดับปัจจัยความสำเร็จ)					For researcher	
	5	4	3	2	1		
27. Encouraging students' ethical behavior (การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรม)						164	
28. Encouraging student to follow the law and maurythai 's law (การส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตามกฎหมายและ พรบ.กีฬามวยไทย)						165	
29. Encouraging student to follow the law 's camp (ส่งเสริมให้ผู้เรียนปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับค่ายมวย)						166	
30. Camp has responsible to students (ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน)						167	
Curriculum and Activities (หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน)							
31. Student selection system (มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน)						168	
32. High quality learning program (มีโปรแกรมการเรียนรู้ทันสมัย)						169	
33. Classification system based on student's ability. (มีระบบจำแนกผู้เรียนและสอนตามกลุ่มความสามารถ)						170	
34. Good atmosphere impact on student learning. (มีบรรยากาศการเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียน)						171	
35. Provide Massage program after training (มีโปรแกรมการนวดหลังการฝึก)						172	
Activities self-development(กิจกรรมพัฒนาตนเองของผู้เรียน)							
36. Provide Self-training hour after class (มีชั่วโมงฝึกหลังเรียนด้วยตนเอง)						173	
37. Provide Measuring Student Progress(มีโปรแกรมวัดผลความก้าวหน้าของผู้เรียน)						174	
38. Fitness service (มีบริการอุปกรณ์การฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน)						175	
39. Provide Muaythai media and information technologysystem(มีระบบสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้าน มวยไทย)						176	
40. Support Thai Tradition program (มีโปรแกรมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทย)						177	
Sport science(การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา)							
41. Enough equipment for exercise (มีอุปกรณ์ฝึกการออกกำลังกายเหมาะสมเพียงพอ)						178	
42. Support healthcare equipment (มีอุปกรณ์ดูแลสุขภาพผู้เรียน)						179	
43. First aid staff(มีบุคลากรและเครื่องมือกู้ฟื้นคืนชีพ)						180	
44. Encouraging program health promotion (มีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพระหว่างเรียน)						181	

Statement (ข้อความ)	Level of success factors (ระดับปัจจัยความสำเร็จ)					For researcher	
	5	4	3	2	1		
Support Network (การมีเครือข่ายและการสนับสนุน)							
45. Good relation with external supporting camp (มีความสัมพันธ์กับเครือข่ายภายนอกสนับสนุนค่ายมวย)						182	
46. Good relation with promoter Muay to encourage for compete and showing (มีเครือข่ายกับเวทีมวยเพื่อจัดให้มีการแข่งขันและชมมวย)						183	
47. Professional MuayThai network (เครือข่ายสมาคมมวยไทยอาชีพ)						184	
48. Travel business network (เครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว)						185	
49. Community cooperation network(เครือข่ายร่วมมือกับชุมชน)						186	
50. Government and private individual support (การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน)						187	
Business and Marketing (การทำธุรกิจและการตลาด)							
51. To produce the identity of Muaythaicamp (การสร้างจุดเด่นของค่ายมวย)						188	
52. To produce Fanclub(การสร้างแฟนคลับ)						189	
53. To produce glorious biography of muaythai camp (จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย)						190	
54. Distributionfoods(จัดจำหน่ายอาหาร)						191	
55. Residential service (จัดที่พักไว้บริการ)						192	
56. Distribution souvenir and remembrance(จำหน่ายของที่ระลึก)						193	
57. To produce trends;camp,boxer(การสร้างกระแสความนิยมของค่ายและนักมวย)						194	
58. Distribution equipment and materials for training (จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์การฝึกซ้อม)						195	
59. Marketing channels (การจัดช่องทางการตลาด)						196	
60. Comfortably, payment international system (ความสะดวกของการจัดระบบการจ่ายเงินระหว่างประเทศ)						197	
61. Service quality (คุณภาพของการให้บริการ)						198	
62. Reasonable price (มีการจ่ายค่าใช้จ่ายในราคาที่เป็นธรรม)						199	
63. To encourage the competition (Muaythai fight) (การส่งเสริมให้มีการเข้าร่วมแข่งขัน)						200	

Thanks you.(ขอขอบพระคุณค่ะ)

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ มีดังต่อไปนี้

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. ดร. วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้ | อาจารย์เชี่ยวชาญระดับ 9
โรงเรียนราชปรารักษ์นคราห์ จังหวัดราชบุรี |
| 2. ดร. วรเดช ช้างแก้ว | นักวิทยาศาสตร์ระดับ 8
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี |
| 3. ดร. วิวัฒน์ วรวงษ์ | ประธานเขตพื้นที่มัธยมศึกษาเขต 8 |

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)
การจัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)
การจัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ**

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)มีดังต่อไปนี้

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.ชวณี ทองโรจน์ | ผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 2. ดร. อติษฐ์ ชัยรัตนานนท์ | เลขาธิการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว |
| 3. อาจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย ทัพสุวรรณ | นายกสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย |
| 4. คุณมิ่งขวัญ เมธมาลี | อุปนายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว |
| 5. คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์ | นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย |
| 6. คุณทศพล สิทธิวัจน์ | เจ้าของค่ายมวย MasterToddy s Gym |
| 7. อาจารย์ ดร.แสง วิทย์พิทักษ์ | อาจารย์ประจำหลักสูตร ป. โทสาขาวิชามวยไทยศึกษา |
| 8. อาจารย์ ดร.วฤทธิ์ ทิพย์เที่ยงแท้ | ผู้ทรงคุณวุฒิประจำหลักสูตร ป.โท สาขาวิชามวยไทยศึกษา |
| 9. ผศ.ดร. อนันต์ เมฆสุวรรณค์ | ผู้ช่วยรองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตอ่างทอง |
| 10. อาจารย์ ดร.ชาญณรงค์ สุหงส์ชา | ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายก |
| 11. คุณฐากุล ผ่องสุภา | หัวหน้าค่าย “ศศิประภา” |
| 12. คุณศรีเมือง สิงห์สวนเงิน | หัวหน้าค่ายมวยแก้วสัมฤทธิ์ |
| 13. คุณคมสันต์ สุวรรณรัตน์ | เจ้าของบริษัท Smarttravel และมัคคุเทศก์รางวัลกินรี |
| 14. คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล | ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |
| 15. คุณเปรม บุษราคัมวงษ์ | MarketingDirectorofFairtexSportClub&Hotel |
| 16. คุณธนกร ไชยศรี | ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตบางพลัดและผู้บรรยายรายการแข่งขัน
กีฬามวยไทยช่อง 7 สี |
| 17. อาจารย์ ดร.วีระ กัจฉปศิริรินทร์ | ที่ปรึกษาอธิบดีกรมพลศึกษา |
| 18. อาจารย์รวัย ตั้งมูททาภักทรกุล | ผู้อำนวยการวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย |

ผลการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)
การจัดทำกลยุทธ์ส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

SO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทยที่มีหลายมิติ	O1 ชาวต่างชาติมีค่านิยมสนใจมวยไทย	1. การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในรูปแบบต่างๆ 2. ทำการตลาดเชิงรุกหาวิธีการ นำชาวต่างชาติเข้ามาชมและเรียนมวยไทย 3. จัดกิจกรรมนำนักท่องเที่ยว เข้ามาชมมวยไทย 4. เชิญชาวต่างชาติมาเรียนมวยไทย 5. จัดอีเว้นท์ และสัมมนาในต่างประเทศ 6. จัดทำทัวร์มาชม และมาเรียนมวยไทยที่เมืองไทย 7. จัดรายการมวยไทย ให้มากและยิ่งใหญ่ รับต่างชาติ 8. ทำภาพพจน์ที่เกี่ยวกับมวยไทยออกเผยแพร่ 9. ปรับราคาค่าชมมวย สำหรับชาวต่างชาติ ไม่ให้สูงเกินไป 10. พัฒนาเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยLink กับต่างประเทศ 11. จัดอำนวยความสะดวกในการให้กับชาวต่างชาติและคนไทยเข้าถึงความรู้เกี่ยวกับ 12. ให้มีคณาจารย์ไปอบรมคนวงการมวยเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้คนวงการมวย 13. จัดทัวร์ท่องเที่ยวเกี่ยวกับมวยไทย 14. สร้างเครือข่ายมวยไทยทั้งในและต่างประเทศ 15. วิเคราะห์การตลาดมวยไทยให้ชัดเจน 16. จัดองค์กรเพื่อการใช้มวยไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ 17. สร้างโครงสร้างพื้นฐาน และองค์ประกอบมวยไทยให้มีมาตรฐานรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 18. เชิญชวนคนไทยชมและเรียนมวยไทยจัดพัฒนาแหล่งเรียนรู้และฝึกมวยไทยตามพื้นที่หลักและพื้นที่สำรอง

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

SO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
		19. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ด้านมวยไทยในรูปแบบต่างๆ 20. พัฒนาช่องทางการตลาดด้านมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว 21. พัฒนาผลิตภัณฑ์ ธุรกิจสนับสนุนด้านมวยไทย 22. ตั้งพิพิธภัณฑ์มวยไทยเพื่อการเล่าเรื่อง ประวัติศาสตร์ตำนานมวยไทย
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลายมิติ	O2 มวยไทยมีโอกาสรายได้เข้าประเทศได้ มาก	1. ใช้มวยไทย ส่งเสริม พัฒนาเศรษฐกิจ 2. ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สร้างมวยไทย 3. วิจัยและพัฒนามวยไทย ให้มีมูลค่าทางการตลาด 4. กำหนดนโยบายให้ สถาบัน, องค์กร, หน่วยงานและบุคลากรมวยไทยมุ่งไปสู่ การพัฒนาสมบัติชาติให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5. ส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวด้านมวยไทยมุ่งคุณภาพ และให้ผลทางเศรษฐกิจสูง 6. ปรับปรุงความสมดุลระหว่างอุปสงค์ และอุปทาน สำหรับมวยไทยการท่องเที่ยวที่ช่วยยกระดับ ตำแหน่งทางการตลาดที่สูงขึ้น 7. สร้างคุณภาพห่วงโซ่อุปทาน ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 8. นำมวยไทยสู่อาเซียน และจีน 9. จัดการแข่งขันมวยไทยเชิงกีฬา ระดับนานาชาติ 10. จัดพัฒนารัฐกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนมวยไทย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

SO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	O3 มีแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนามวยไทยระยะ ที่ 2 แผนท่องเที่ยววิถี ไทย สำหรับรองรับ แผนพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ	1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์ มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว 2. ใช้มวยไทย สื่อสารแบรนด์ของประเทศไทยด้วยวิถี 3. ไทยจัด Couterของมวยไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 4. ใช้การมีส่วนร่วมของ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ผลักดันนโยบายมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลายมิติ	O4 ปี 57ททท.ทุ่มเงิน 20 ล้าน โปรโมท บัวขาว	1. สร้าง Super star มวยไทย แล้วโปรโมทให้มากขึ้น ตามกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

SO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลายมิติ	O5 มีบริษัทเอกชน สนับสนุนการท่องเที่ยว	1. กำหนดมาตรการจูงใจ ให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลายมิติ	O9 Sport record รับรอง ว่ามวยไทยเป็น กีฬานานาชาติ	1. ส่งเสริมกิจกรรมมวยไทยระดับนานาชาติให้มากขึ้น
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทย ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลา สวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิง กีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจาก ชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติ ของชาติไทย ที่มีหลายมิติ	O10 ต่างชาติต้องการ เทรนเนอร์มวยไทยไป สอนต่างประเทศ	1. พัฒนาครูมวยไทยเพื่อส่งออกไปสอนต่างประเทศ

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

SO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากความเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T1 วิชาอยู่ซ้อมมวยได้ไม่เกิน 6 เดือน	S1T1 1. สามารถอยู่ฝึกซ้อมมวยได้นานกว่า 6 เดือน
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T2 การประชาสัมพันธ์ นโยบายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวไม่ทั่วถึง	S1T2 2. ประชาสัมพันธ์การส่งเสริมมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุก ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทยเป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T3 เยาวชนไทยไม่สนใจเรียนมวยไทย	S1T3 3. รมรณรงค์เยาวชนไทยเรียนมวยไทย และชมมวยไทย 4. กำหนดให้สถานศึกษาทุกระดับ ส่งเสริมมวยไทย
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทยที่มีหลายมิติ	T4 ตัวสินค้ามวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว ยังเป็นจุดเล็กๆ	S1T4 5. จัดทำแบรนด์มวยไทย เป็นองค์ประกอบสำคัญการท่องเที่ยววิถีไทย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

ST		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T5 มวยไทยกับการท่องเที่ยว ยังไม่บูรณาการเชื่อมโยงกัน	S1T5 6. จัดบูรณาการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว วิถีไทย
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T6 วงการมวยไทย ขาดเอกภาพ	S1T6 7. สร้างเอกภาพในวงการมวยไทย
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทย ที่มีหลาย มิติ	T7 ผู้ปกครองไม่ยอมให้บุตรหลาน เรียนมวยไทย	S1T7 8. สร้างความรู้ ความเข้าใจ แก่สังคมไทยให้มี ความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทย 9. นำสื่อมวลชนพัฒนามวยไทย
S1 มวยไทยเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่มีเสน่ห์ ดึงดูดชาวโลก ซึ่งมีลีลาสวยงามที่สุด มีความโดดเด่นในทั้งเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมมีรากเหง้าจากชาติไทย เป็นสัญลักษณ์และเป็นสมบัติของชาติไทยที่มีหลายมิติ	T8 เศรษฐกิจโลกไม่ดี นักท่องเที่ยวลดลง	S1T8 10. ปรับปรุงธุรกิจมวยไทย รับผลกระทบทางธุรกิจ 11. หาดตลาดมวยไทยในอาเซียน เอเชีย เช่น จีน อินเดีย และรัสเซีย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

WO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O1 ชาวต่างชาติ มีค่านิยมเรียนมวยไทย	W1O1 1. จัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติ พัฒนามาตรฐาน หลักสูตร การจัดการเรียน การสอนและการสอบมาตรฐานมวยไทย 2. พัฒนาครูสอนมวยไทยให้มีมาตรฐานสากล
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O2 โอกาสในการทำรายได้ เข้าประเทศมีมาก	W1O2 1. กำหนดมาตรฐานด้านราคาให้ยุติธรรมกับชนิดของหลักสูตรการเรียนรู้มวย
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O3 แผนยุทธศาสตร์ ท่องเที่ยว วิถีไทย	W1O3 1. ใช้มวยไทยส่งเสริมยุทธศาสตร์ ท่องเที่ยววิถีไทยในรูปแบบต่างๆ 2. เชื่อมโยง ฝายนโยบายกับฝ่ายดำเนินการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O4,O8 ททท.ใช้ บัวขาว บัญชาเมฆ PR มวยไทย ในประเทศ ต่างๆในปี 2557	W1O4 1. สร้าง Super Stars ให้มากขึ้น แล้วไปจัดสัมมนามวยไทยในต่างประเทศ
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O5 มีบริษัทเอกชนส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยว	W1O5 1. ส่งเสริมบริษัทเอกชน สนับสนุนมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และการสอบ	O6 มวยไทยสามารถเชื่อมโยง กับวัฒนธรรมได้	W1O6 1. จัดทำภาพยนตร์มวยไทย เชิงวัฒนธรรมเผยแพร่สู่ชาวโลก 2. ทำสื่อในรูปแบบต่างๆเสนอมวยไทยเชิงวัฒนธรรมออกเผยแพร่

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

WO		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียน การสอน และการสอบ	O9 Sport Record รับรองมวยไทยเป็นกีฬานานาชาติ	W1O9 1. ส่งเสริมให้มีการแข่งขัน มวยไทยนานาชาติให้มากขึ้น 2. ส่งเสริมโครงการมวยไทยไปสู่กีฬาโอลิมปิก
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียน การสอน และการสอบ	O11 มีแผนยุทธศาสตร์พัฒนามวยไทย ระยะที่ 2 (2560-2564)	W1O11 1. บูรณาการแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนามวยไทยสู่การท่องเที่ยววิถีไทย
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียน การสอน และการสอบ	O13 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่งเสริม มวยไทยมากยิ่งขึ้น	W1O13 1. จัดทำกลยุทธ์การส่งเสริม มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W1 ขาดการพัฒนา มาตรฐานด้านหลักสูตร การเรียน การสอน และการสอบ	O15 ต่างประเทศต้องการครูมวยไทยไปสอน	W1O15 1. พัฒนาสมรรถนะครูสอนมวยไทย เพื่อไปสอนยังต่างประเทศ
ปรับปรุง W		
W2 พัฒนาบุคลากรมวยไทย		W2 1. พัฒนาหัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการนักมวย นายสมาน โปรโมเตอร์ กรรมการ นักมวย ครูฝึกนักมวย และผู้สื่อข่าวกีฬามวย เน้นมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว 2. พัฒนามัคคุเทศก์และไกด์ทัวร์ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านมวยไทยขาดการพัฒนา

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

ปรับปรุง W		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W3 สถานที่ อุปกรณ์ และความปลอดภัย ในค่ายฝึกมวยไทย		W3 1. พัฒนาค่ายมวยไทยให้มีมาตรฐาน สำหรับการฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยว 2. ประเมินมาตรฐานค่ายมวย ที่สอนชาวต่างชาติพร้อมจัดอันดับ
W4 การสร้างเครือข่าย ทั้งภาครัฐและเอกชน ด้านการท่องเที่ยว		W4 1. สร้างเครือข่ายภายในประเทศ ระหว่างภาครัฐกับเอกชน รัฐกับรัฐ และเอกชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยและด้านการท่องเที่ยว 2. สร้างเครือข่ายต่างประเทศ ระหว่างภาครัฐกับรัฐ รัฐกับเอกชน และเอกชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยและด้านการท่องเที่ยว 3. สร้างระบบคุณภาพ โซ่ห่วงอุปทาน ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W5 เทคโนโลยีข่าวสารข้อมูล		W5 1. พัฒนาระบบ IT เผยแพร่ข่าวสารข้อมูลด้านมวยไทย สำหรับการท่องเที่ยว 2. พัฒนาระบบสื่อสารออนไลน์ สำหรับการเข้าถึงมวยไทย
W6 การบริหารจัดการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว		W6 1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว
W7 การบริหารจัดการมวยไทยในประเทศไทย		W7 1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการมวยไทยในประเทศไทยทั้งด้านนโยบาย ด้านการดำเนินการ และด้านปฏิบัติการ

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

ปรับปรุง W		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W8 มวยไทยไม่ได้รับความนิยมทุกเพศ ทุกวัย		W8 1. จัดแผนกลยุทธ์สื่อสารมวยไทย ตามกลุ่มเป้าหมาย
W9 มีการพนันเข้ามาเกี่ยวข้อง		W9 1. พาชมมวยไทยในสนามมวยที่ปลอดการพนัน
W10 การถ่ายทอดไม่ถูกต้อง มีผลกระทบ เสียเอกลักษณ์ของชาติ เช่น มวยไทยในบาร์		W10 1. กำหนดมาตรฐานมวยไทยด้านหลักสูตร การควบคุม การเรียนรู้ การสอน และการทดสอบ
W11 การตลาดด้านมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว ยังไม่ขยาย ตัวมากนัก		W11 1. ขยายตลาดกลุ่มเป้าหมาย ด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับมวยไทย
W12 ขาดนโยบายสนับสนุนมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว ที่ชัดเจน		W12 1. จัดทำนโยบายเพื่อส่งเสริมมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวให้ชัดเจน
W13 การตัดสินไม่มีมาตรฐาน		W13 1. กำหนดมาตรฐานวิชาชีพบุคลากรมวยไทย โดยมี องค์กรวิชาชีพควบคุมดูแลการตัดสินของคณะกรรมการตัดสินมวยไทย
W14 สำนักงานคณะกรรมการมวย ยังขาดอำนาจในการ ควบคุมมาตรฐานการปฏิบัติตาม พ.ร.บ กีฬามวย		W14 1. ปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงาน สำนักงาน คณะกรรมการกีฬามวย ให้มีประสิทธิภาพในการควบคุมดูแลกฎหมาย

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

ปรับปรุง W		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W17 ขาดการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจมวยไทย		W17 1. วิเคราะห์ตลาดนักท่องเที่ยวที่สนใจตามกลุ่มเป้าหมาย 2. ทำการตลาดมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุก
W18 ไม่มีเอกภาพในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการมวย		W18 1. กำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับวงการมวยให้ชัดเจน
W19 ศักยภาพของมวยไทย ยังได้ถูกนำมาใช้อย่างเต็มที่		W19 1. พัฒนาศักยภาพของมวยไทย เพื่อใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ 2. เชื่อมโยงภาครัฐกับเอกชน สร้างเครือข่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W20 มวยไทยยังขาดมาตรฐาน		W20 2. พัฒนาเกณฑ์มาตรฐานมวยไทย สำหรับประเทศไทย 1. พัฒนาเกณฑ์มาตรฐานมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

การ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

ปรับปรุง W		กลยุทธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
W21 ขาดความพร้อมสำหรับ การรองรับชาวต่างชาติ		W21 1. การเตรียมความพร้อมเต็มศักยภาพ สำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านมวยไทย
W22 ไม่เคร่งครัดในระเบียบกติกากฎหมายตาม พ.ร.บ กีฬามวย		W22 1. พัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายมวยและ กฎหมายด้านการท่องเที่ยว
W23 ผู้เกี่ยวข้องในวงการมวย ยังไม่เปิดกว้างแนวโน้มใหม่ของโลก		W23 1. พัฒนาวิสัยทัศน์ของบุคคลวงการมวยไทย 2. พัฒนาประสิทธิภาพ ด้านการบริหารจัดการของสำนักงาน คณะกรรมการมวย
W24 ความร่วมมือจากทุกฝ่ายไม่ดีนัก		W24 1. จัดสร้างความสะดวกของสามฝ่ายได้แก่ นักมวย โปรโมเตอร์ และ ประเทศชาติ
W25 เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน		W25 1. บูรณาการการมีส่วนร่วมของบุคคลวงการมวยโดยยึดถึงผลประโยชน์ ของชาติเป็นสำคัญ
W26 กีฬามวยไทยมีการตัดสินผล แบบไม่ยุติธรรมมากที่สุด		W26 1. กำหนดมาตรฐานวิชาชีพในองค์กร สภาวิชาชีพ กรรมการตัดสิน มวยไทย

จากตารางสรุปการ SWOT MATRIX กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งได้กลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในรูปแบบต่างๆ เช่น ติดภาพโปสเตอร์ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
2. ส่งเสริมให้นักมวยไทย ไปสอนและสัมมนาต่างประเทศ
3. เปิดตลาดจีน
4. ทำการตลาดเชิงรุก หาวิธีการให้ต่างชาติ เข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศให้มากขึ้น
5. พัฒนาแนวคิด ของคณวงการมวยไทย ให้เปิดรับเทรนด์โลกมากขึ้น
6. จัดน่านักท่องเที่ยว มาชมมวยดี แม้มวยไทย
7. ขวนต่างชาติมาเรียน คอร์ต ต่างๆพักระยะสั้นและระยะยาว
8. พัฒนา ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ ต่อมวยไทยของคนไทยโดยเฉพาะเยาวชน
9. สอนระบบ International style
10. จักโปรแกรมพาคูมวย และ ดูแลเขา
11. พัฒนาเยาวชน ในโรงเรียน หรือ สถาบันการศึกษา เรียนรู้ วัฒนธรรมมวยไทยพื้นฐาน
12. ให้ดาวค่ายมวยที่มีมาตรฐาน สำหรับรองรับ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ
13. จัด event ในต่างประเทศ แล้วจัดทัวร์เรียนที่เมืองไทย
14. จัดการตัดสินแข่งขัน ให้ยุติธรรม โดยเฉพาะกับชาวต่างชาติ
15. ของอายุการต่อวิชา ให้คนมาเรียนมวยยาวนานขึ้น
16. จัดรายการมวยไทยให้ยิ่งใหญ่
17. ทำภาพพจน์ไทยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ออกไปสู่ภายนอก และภายในประเทศ
18. ปรับราคาคูมวย สำหรับชาวต่างชาติ ไม่ให้สูงเกินไป
19. พัฒนาคูแลก วงการมวยไทย ให้มีวิสัยทัศน์ รองรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
20. มีขั้นตอนการสอนมาตรฐาน
21. พัฒนาครูมวยไทย ให้มีเทคนิคการสอนที่มีประสิทธิภาพ
22. พัฒนาค่ายมวยให้มีมาตรฐาน
23. รัฐบาลกับวงการมวยต้อง เชื่อมโยงกับเพื่อกับท่องเที่ยว
24. พัฒนาเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทย
25. อำนวยความสะดวกให้ชาวต่างชาติ เข้าถึงมวยไทยอย่างมีคุณภาพ
26. อบรม มัคคุเทศก์ เกี่ยวกับมวยไทย
27. ให้มัคคุเทศก์ไปมรบบ คณวงการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว
28. ส่งเสริมให้ คณวงการมวยจัดทำทัวร์ท่องเที่ยวมวยไทย
29. ฝ่ายนโยบาย ต้องเชื่อมโยงกับ ฝ่ายดำเนินการด้านมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว
30. ประชาสัมพันธ์ นโยบายการส่งเสริมมวยไทยให้ชัดเจน
31. เร่งสร้าง Super Star ของมวยไทยให้มากขึ้น
32. สร้างเครือข่ายภายใน และภายนอกประเทศ
33. ใช้การมีส่วนร่วม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มการคูมวยในรูปแบบต่างๆ
34. วิเคราะห์ตลาดมวยไทยให้ชัดเจน

35. พัฒนาสำนักงานคณะกรรมการมวยให้มีศักยภาพ
36. ผลักดันมวยไทยสู่โอลิมปิก
37. จัดองค์กรดำเนินการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
38. ส่งเสริมเผยแพร่วัฒนธรรมไทยด้านมวยไทย
39. สร้างมวยไทยให้มีความพร้อม สำหรับการรองรับ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ
40. จัด Segment การตลาดด้านมวยไทย
41. จัดตั้งสถาบันทำมาตรฐานมวยไทย
42. ทำ Career path สมดุลของคน 3 กลุ่ม ได้แก่ นักมวยอาชีพ, ผู้ประกอบการ และประเทศไทย ได้รับประโยชน์ ร่วมกันอย่างยิ่งยด
43. สร้างเอกภาพใน สหพันธ์องค์กร หน่วยงาน และบุคคลมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว
44. มุ่งไปสู่มวยไทยคือสมบัติของชาติ
45. ชวนคนชมมวยไทย
46. จัดสิ่งอำนวยความสะดวก รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเข้ามา

กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยในค่ายมวยไทยจากการสัมภาษณ์

กลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยในค่ายมวยไทยมีดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงรุกในรูปแบบที่หลากหลาย
2. ทำการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างประเทศตามกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
3. จัดกระบวนการนำนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเรียนและมาชมมวยไทยให้มากขึ้น
4. ใช้ Super Stars ด้านมวยไทยไปจัดสัมมนาและจัด Event ในต่างประเทศให้มากยิ่งขึ้น
5. นำดารารหรือคนมีชื่อเสียงมาเรียนมวยไทย
6. พัฒนาระบบการจัดการทัวร์ที่เน้นมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้มากขึ้น
7. จัดรายการแข่งขันมวยไทยให้ตีมีประสิทธิภาพรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
8. จัดทำภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยออกเผยแพร่ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวและสาธารณชนทั่วไป
9. ปรับราคาค่าชมมวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ให้สูงเกินไป
10. ใช้ นักมวยดังโฆษณาค่าย
11. จัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับมวยไทย
12. ใช้มีคฤเทศ์ไปจัดอบรมคณาจารย์มวยไทยเพื่อให้สามารถทำทัวร์มวยไทยได้
13. พัฒนามัคคุเทศก์หรือไกด์ทัวร์ให้มีความรู้เรื่องมวยไทย
14. สร้างเครือข่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั่วโลก
15. จัดตั้งองค์การเครือข่ายส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ
16. จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

17. เชิญคนไทยชมมวยและเรียนรู้มวยไทย
18. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาชมและมาเรียนมวยไทย
19. ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์มวยและธุรกิจที่สนับสนุนมวยไทย
20. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์มวยไทยเป็นแหล่งศึกษาดำเนิน ประวัติมวยไทยสำหรับชาวต่างชาติและชาวไทย
21. ใช้มวยไทยส่งเสริมผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ
22. พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านมวยไทย
23. วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด
24. กำหนดนโยบายหน่วยงาน สถาบัน องค์กรต่างๆ ผลักดันมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้เข้าประเทศ
25. ปรับสมดุลงานอุปสงค์และอุปทานเรื่องมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
26. สร้างห่วงโซ่อุปทานด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
27. พัฒนาการตลาดมวยไทยสู่ตลาดจีน อินเดีย รัสเซียและอาเซียน
28. ส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยนานาชาติให้มากขึ้น
29. ทำแผนยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
30. ใช้มวยไทยเป็นแบรนด์ของการท่องเที่ยววิถีไทย
31. กำหนดพัฒนาเขตพื้นที่หลักและรองสำหรับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
32. ใช้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนผลักดันนโยบายมวยเพื่อการท่องเที่ยว
33. สร้าง Super stars ของมวยไทยให้มากยิ่งขึ้น
34. กำหนดแนวทางให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
35. ส่งเสริมกิจกรรมมวยไทยในระดับนานาชาติให้มากยิ่งขึ้น
36. พัฒนาสมรรถนะครูมวยไทยให้มีมาตรฐานสำหรับสอนชาวต่างชาติ ทั้งในและต่างประเทศ
37. กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยสามารถอยู่ได้นานกว่า 6 เดือน และต่อวีซ่าในประเทศไทยได้
38. รณรงค์เยาวชนไทยให้รักและเรียนมวยไทยให้มากขึ้น
39. กำหนดให้สถานศึกษา สถาบันการศึกษาทุกแห่งอนุรักษ์ส่งเสริมการเรียนการสอนมวยไทยทั่วประเทศ
40. พัฒนาความเป็นเอกภาพของบุคคล สมาคม สถาบัน องค์กรมวยฯลฯ
41. พัฒนาความรู้ความเข้าใจและทัศนคติของคนไทยต่อมวยไทย
42. เชิญชวนสื่อมวลชนสนใจมวยไทย
43. พัฒนาการตลาดในจีน อินเดีย และอาเซียนให้มากขึ้น
44. จัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติพัฒนามาตรฐานและควบคุมหลักสูตรครู การเรียนการสอน สื่อการสอนและการทดสอบประเภทต่างๆให้มีมาตรฐาน
45. จัดทดสอบระดับความรู้ความสามารถครูมวยไทย
46. ใช้มวยไทยส่งเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยววิถีไทย

47. เชื่อมโยงผู้ที่ทำงานมวยไทยและการท่องเที่ยวให้ประสานสัมพันธ์ทั้งระดับนโยบายและด้านปฏิบัติ

48. ส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชนที่สนใจร่วมดำเนินการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
49. จัดทำภาพยนตร์มวยไทยเชิงวัฒนธรรมออกเผยแพร่
50. จัดทำสื่อมวยไทยในมิติต่างๆเผยแพร่ไปในและต่างประเทศตามกลุ่มเป้าหมาย
51. เปิดกว้างกีฬาที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยให้สามารถแข่งได้มากขึ้น
52. ส่งเสริมโครงการมวยไทยสู่อโอลิมปิก
53. บูรณาการแผนยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยววิถีไทย
54. กำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้

ชัดเจน

55. จัดการมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการมวยไทยและการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

56. สร้าง Career Path ของกลุ่ม 3 กลุ่ม คือ นักมวย โปรโมเตอร์ผู้จัดมวย และประเทศชาติ
57. สร้างเครือข่ายเชื่อมโยง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน
58. พัฒนาความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ความรู้ เรื่องมวยไทย กฎหมาย

มวยและกฎหมายท่องเที่ยว

59. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยให้สามารถดำเนินการควบคุมปัญหาต่างๆได้

60. พัฒนาวิสัยทัศน์ของบุคคลวงการมวยให้รับการเปลี่ยนแปลงของโลกได้
61. พัฒนาหัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการนักมวย นายสนามมวย โปรโมเตอร์ ผู้จัดการมวย กรรมการตัดสินมวย ครูฝึกนักมวย นักมวย และผู้สื่อข่าวมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้มากขึ้น
62. พัฒนามัคคุเทศก์และไกด์ทัวร์เกี่ยวกับความรู้เรื่องมวย
63. พัฒนาทักษะและเทคนิคการสอนมวยให้ครูมวย
64. อบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการกู้ฟื้นคืนชีพ (CPR) ให้ครูมวยและนักมวย
65. อบรมกฎหมายมวยและกฎหมายท่องเที่ยวและคณวงการมวย
66. ประเมินมาตรฐานค่ายมวยเพื่อจัดอันดับมาตรฐาน
67. พัฒนาระบบเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยให้มีประสิทธิภาพตรง

กลุ่มเป้าหมาย

68. พัฒนาระบบการสื่อสารออนไลน์สำหรับการเข้าถึงมวยไทย
69. พัฒนาระบบการบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
70. พัฒนาระบบการบริหารจัดการมวยไทยให้มีประสิทธิภาพ
71. จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารมวยไทยตามกลุ่มเป้าหมาย
72. พาชมมวยไทยในสนามที่ปลอดจากการพนัน
73. จัดทำมาตรฐานมวย
74. กำหนดให้มีสภาวิชาชีพของบุคคลในองค์กรมวยไทยเพื่อควบคุมมาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่
75. จัดเส้นทางนำเที่ยวทัวร์มวยไทยในรูปแบบต่างๆทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย

กลยุทธ์ที่ 1	
การบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
1.1 จัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	การกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา
1.2 พัฒนาระบบบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย
1.3 พัฒนาระบบการสื่อออนไลน์เกี่ยวกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวย/โรงเรียนมวย
1.4 ประชาสัมพันธ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วยสื่อที่หลากหลาย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนามมวย/ค่ายมวย/บริษัททัวร์
1.5 กำหนดนโยบายให้หน่วยงาน สถาบัน องค์กรต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน ผลักดันนโยบายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รัฐบาล กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ
1.6 พัฒนาเพื่อการสร้างสมานฉันท์ของบุคคล องค์กร สมาคมมวย ฯลฯ	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย
1.7 ส่งเสริมกิจกรรมมวยไทยนานาชาติให้มากขึ้น	สมาคมมวยไทยสมัครเล่นนานาชาติ สภามวยโลก สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
1.8 จัดทำกระบวนการนำนักท่องเที่ยวมาเรียนและมาชมมวยไทย	สนามมวยไทย ค่ายมวยไทย สถาบันการศึกษา

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 1	
การบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
1.9 จัดรายการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพ	สนามมวย โปรโมชั่น สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย
1.10 ปรับปรุงราคาค่าชมมวยสำหรับชาวประเทศไม่ให้สูงเกินไป	สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย สนามมวย โปรโมชั่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
1.11 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยและมาเรียนมวย	สนามมวย ค่ายมวย สถาบันการศึกษา กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
1.12 กำหนดให้หน่วยงานรัฐและเอกชน ผลักดันนโยบายมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวไปสู่ผู้ปฏิบัติให้บรรลุผล	การกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมมวย ธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ สถาบันการศึกษา
1.13 ออกกฎหมายให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยสามารถอยู่ให้นานกว่า 6 เดือน	สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สถานทูต กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ ค่ายมวย โรงเรียนมวยไทย
1.14 กำหนดให้สถานศึกษา สถาบันการศึกษาทุกแห่ง อนุรักษ์ส่งเสริมศิลปะมวยไทย โดยมีการจัดการเรียนการสอนทั้งประเทศ	กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันอุดมศึกษา สถาบันการพลศึกษา สถาบันการอาชีวศึกษา ฯลฯ

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 1	
การบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
1.15 เชิญชวนสื่อมวลชนพัฒนามวยไทย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรมแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา สมาคมสื่อมวลชน
1.16 จัดทำแผนยุทธศาสตร์มวยไทย วิถีไทย สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา
1.17 เชื่อมโยงและการท่องเที่ยวให้บูรณาการกัน	สำนักงานคณะกรรมการมวยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
1.18 เปิดให้กีฬาที่เกี่ยวข้องกับการใช้มวยไทยแข่งขันในประเทศไทยได้	สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา สมาคมมวย
1.19 กำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลที่ทำหน้าที่มีการจัดการจัดการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวให้ชัดเจน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สนามมวย นายสนามมวย ค่ายมวย
1.20 ใช้การมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการมวยและการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาแห่งประเทศไทย นายสนามมวย ค่ายมวย สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนมวยไทย
1.21 จัดทำเส้นทางอาชีพ(career path) ของ 3 กลุ่มคือ 1. นักมวย 2. โปรโมเตอร์มวย 3. ประเทศชาติให้สมดุล	สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา สมาคม/ชมรมของนักมวย นายสมาคมมวย โปรโมเตอร์มวย
1.22 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา	การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 1	
การบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
1.23 พัฒนาวิสัยทัศน์ของบุคลากรวงการมวย	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
1.24 พัฒนาระบบเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการมวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวย สนามมวย สถาบันการศึกษาที่สอนมวยไทย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
2.1 พัฒนาลาดด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้มากขึ้นตามกลุ่มเป้าหมาย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวยไทย สนามมวย สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนมวย โรงเรียนมวยไทย
2.2 จัดกระบวนกรนำนักท่องเที่ยวนิยมชมและมาเรียนมวยมากขึ้น	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัททัวร์ ไกด์ทัวร์ สนามมวย/ค่ายมวย สมาคมมวย
2.3 ใช้ super star ไปจัด event และสัมมนาตามประเทศเป้าหมาย	กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา/สมาคมมวยไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวย /สนามมวย สำนักงานคณะกรรมการมวย
2.4 นำดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเรียนมวยไทย	ค่ายมวย/โรงเรียนมวย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2.5 จัดทำภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยเชิงวัฒนธรรมแสนอาลัย ออกเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ	กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวย
2.6 ใช้นักมวยที่มีชื่อเสียงประชาสัมพันธ์ค่าย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อมวลชน
2.7 ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และธุรกิจที่สนับสนุนมวยไทย	กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ค่ายมวย โรงเรียนมวยไทย สถาบันสอนมวยไทย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
2.8 ใช้มวยไทยผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ	รัฐบาล กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมองค์การท่องเที่ยวภาคเอกชน สมาคมมวยไทย
2.9 วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์มวยไทย	รัฐบาล สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ สถาบันวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ สถาบันการศึกษา กระทรวงพาณิชย์
2.10 พัฒนามวยไทยเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 1) สร้างจุดเด่นของค่ายมวย 2) การสร้างแฟนคลับ 3) จัดทำเกียรติประวัติค่ายมวย 4) การจัดอาหารจำหน่ายที่ค่ายมวย 5) การจัดที่พักไว้ที่ค่ายมวย 6) การจำหน่ายยูวีเนียและของที่ระลึก 7) การสร้างกระแสตามนิยมค่าย 8) การจัดช่องทางตลาด 9) การจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับฝึกซ้อม 10) ความสะดวกในการโอนเงินข้ามประเทศ 11) คุณภาพในการให้บริการ	รัฐบาล กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมแห่งชาติ ค่ายมวยไทยที่สำนักงาน คณะกรรมการกีฬามวย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 3 การเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
3.1 จัดตั้งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางมาเรียนและมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สมาคมโรงแรม ค่ายมวย ธนาคาร โรงพยาบาล กระทรวงไอซีที โรงเรียนมวยไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนามมวย
3.2 พัฒนาคักคู่เทศเรื่องมวยไทยและพัฒนาในวงการมวยไทยให้มีความรู้เรื่องการจัดทำทัวร์	สมาคมคักคู่เทศก์ สมาคมมวยไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สนามมวย/ค่ายมวย
3.3 จัดตั้งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าถึงมวยไทยโดยง่าย	กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการมวย สนามมวย สื่อสารมวลชนด้านมวย
3.4 จัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติพัฒนาและควบคุมมาตรฐาน หลักสูตร การเรียนการสอน สื่อและอุปกรณ์ การสอบ และการทดสอบต่างๆ	การกีฬาแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนมวย สมาคมองค์กรมวย ค่ายมวย/โรงเรียนมวย
3.5 จัดสอบความรู้ ความสามารถของมวยไทย	สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย สถาบันที่เปิดสอนมวย
3.6 พัฒนาความรู้ของนักท่องเที่ยวและคนทั่วไป ให้รู้กฎหมายมวย และกฎหมายท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย
3.7 พัฒนาความรู้ ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับมวยไทย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการการกีฬามวย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 3 การเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
3.8 พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานของสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย	การกีฬาแห่งประเทศไทย
3.9 พัฒนาวิสัยทัศน์ของบุคคล วงการมวย เพื่อการท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย
3.10 พัฒนาบุคคลวงการมวยไทยให้ส่งเสริมการท่องเที่ยว	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมวย ค่ายมวย สนามมวย โปรโมชั่นมวย
3.11 ประเมินมาตรฐานจัดสำคัญค่ายมวย	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
3.12 จัดมาตรฐานมวยไทย	สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนมวยไทย
3.13 จัดทำมาตรฐานวิชาชีพตามสภาวิชาชีพกีฬา	สภาวิชาชีพ
3.14 พัฒนาบุคคลกรค่ายมวยให้มีศักยภาพสูง เช่น 1) ภาวะผู้นำของหัวหน้าค่ายมวย 2) คุณภาพของครูฝึก 3) คุณภาพของผู้ช่วยครูฝึก 3) สัดส่วนครูฝึกต่อผู้เรียน 5) ความศรัทธาจากผู้เรียน 6) ความมั่นใจของผู้เรียน 7) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูฝึกกับผู้เรียน 8) การแก้ไขปัญหาอย่างมืออาชีพ 9) มีโปรแกรมพัฒนาครูฝึกและบุคลากรค่ายมวย 10) พัฒนาภาษาอังกฤษให้บุคลากรค่ายมวย	ค่ายมวยไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 3 การเตรียมความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
3.15 มีหลักสูตรการสอนและการทดสอบที่มีประสิทธิภาพ 1) ค่ายมวยมีความรับผิดชอบต่อผู้เรียน 2) มีระบบการคัดเลือกผู้เรียน 3) มีโปรแกรมเรียนรู้ที่ทันสมัย 4) มีระบบการสอนที่จำแนกกลุ่มผู้เรียน 5) มีโปรแกรมการนวดผ่อนคลายหลังฝึก 6) มีชั่วโมงฝึกสอนด้วยตนเอง 7) มีโปรแกรมประเมินความก้าวหน้า 8) มีอุปกรณ์ให้ฝึกนอกเหนือชั่วโมงเรียน 9) มีสารสนเทศให้บริการความรู้ด้านมวยไทย 10) มีบรรยากาศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสอน	ค่ายมวยไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
3.16 สถานที่และอุปกรณ์ซ้อมมีคุณภาพ 1) สถานที่มีพื้นที่เหมาะสมในการฝึกซ้อม 2) มีพื้นที่ให้ผู้เรียนใช้อุปกรณ์ 3) สถานที่ตั้งอยู่ในทำเลสะดวก 4) สถานที่แบ่งสัดส่วนอย่างเหมาะสม	ค่ายมวยไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
3.17 อุปกรณ์ฝึก 1) อุปกรณ์อยู่ในสภาพพร้อมใช้ 2) อุปกรณ์มีความเหมาะสม 3) อุปกรณ์มีความทันสมัย 4) อุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอ 5) อุปกรณ์มีมาตรฐาน	ค่ายมวยไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย
3.18 ความสะอาดและปลอดภัย 1) อุปกรณ์ฝึกซ้อมสะอาด 2) ความสะอาดของห้องน้ำและห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า 3) ความปลอดภัยทางอาคารฝึกซ้อม 4) ความสะอาดของอาคารสถานที่	ค่ายมวยไทย สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย

ตารางแสดงกลยุทธ์การส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมวยไทย(ต่อ)

กลยุทธ์ที่ 4 เครือข่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว	
มาตรการ	ผู้รับผิดชอบ
4.1 สร้างเครือข่ายเชื่อมโยง ส่วนที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ 1) เครือข่ายกับเวทีมวย 2) เครือข่ายสมาคมมวยไทย 3) เครือข่ายธุรกิจท่องเที่ยว 4) เครือข่ายกับชุมชน 5) เครือข่ายภาครัฐและเอกชน 6) เครือข่ายสมาคมมัคคุเทศก์ 7) เครือข่ายสหพันธ์กีฬานานาชาติ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมองค์การภาครัฐ เอกชนทั้งในและต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมมวยไทยอาชีพ บริษัทธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

กรุงเทพมหานคร

จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
กรุงเทพมหานคร	
- กรุงเทพมหานครไฟต์ติ้งสปิริตนิยม	527/1 ถนนสีลม - ระหว่าง ซอย 9 และ ซอย 11 กรุงเทพฯ โทร: +66 88 552 8957
- อิลิทไฟท์ คลับ	758/22 Waterford Diamond Tower ชั้น 10, สุขุมวิท โทร:+66 02 305 6685
- ค่ายมวยเกียรติกำจร	5 ซอยรามอินทรา58 แยก3 ถนนรามอินทรา แขวงรามอินทรา เขตคันนายาวกรุงเทพฯโทร:+66 858008708
- ค่ายมวยหยกขาวแสนชัย	ซอย ซิปีแแตก ตำบล บางเพรียง อำเภอ บางบ่อ สมุทรปราการ 10560 โทร:+ 66 02-708-1767
- คงสิทธิ์ มวยไทย	23 ถนนสุขุมวิทซอย 35 ลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230 โทร:+ 66 2932-9911
- แม็กซ์สปอร์ตนิยม	ลาดพร้าววังหิน 71, กรุงเทพมหานคร 10230 โทร:+ 66 80 047 9901
- แสนชัย พี.เค.แสนชัยมวยไทยยิม	1184/311 ชุมชนวัดไผ่เงิน ซอย 7 แขวง บางโคล่ เขต บางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120 โทร: +66847 5873 55
- ค่าย ส.เร็นรมย์	ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ซอย48 แยก1, แขวง ดอกไม้ เขต ประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250 โทร: +66 98 319 3155
- ค่ายมวยแสงมรกต	ซอยวัดสีตาราม หลานหลวง พระนคร, กรุงเทพมหานคร โทร: +6689 206 4007
- ค่ายมวยศศิประภา ยิม	ซอยมินสาคู 9 แขวง คลองจั่น เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร โทร: +66 2 138 7570
- ค่ายมวยลูกท้าวฟ้า	เลขที่ 5 ซอยอ่อนนุช 65 แยก 8 เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250 โทร:+66 81-3024622

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภาคที่ 1

จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
จังหวัดสมุทรปราการ	
- มาสเตอร์ท๊อดดีเยี่ยม	1154 ถนนบางนาตราด, บางนา, เขตบางนา, กรุงเทพมหานคร 10260 โทร: +66 2 7433 372
จังหวัดชลบุรี (พัทยา)	
- ค่ายมวยศิษย์ยอดธง	36/7 หมู่ 6 หนองปรือ บางละมุง พัทยา ชลบุรี 20260 โทร : +66 835989323
- สดสาครมวยไทย ยิม	115/9 หมู่ 6 ซ. หนองปรือ ต.บางละมุง อ.บางละมุง จ. ชลบุรี 20260 โทร : +66 34-5654-667
- ค่ายมวยเพชรรุ่งเรือง	161/1 หมู่ 11 ซ.เพชรรุ่งเรือง ถ.สุขุมวิท ต.หนองปรือ อ. บางละมุง จ.ชลบุรี 20260 โทร : +66 82-2116-100

ภาคที่ 2

จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
จังหวัดราชบุรี	
- ค่ายมวย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	174 หมู่ 5, ต.ดอนตะโก อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000 โทร: +66 83 - 0179- 577
จังหวัดกาญจนบุรี	
- ค่ายมวยศิษย์มนตร์ชัย	ถนน แสงชูโต ตำบล ท่ามะกา อำเภอ ท่ามะกา กาญจนบุรี 71120 โทรศัพท์: +66 88- 243-1277

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภาคที่ 4

จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
จังหวัดสุราษฎร์ธานี	
- ซุปเปอร์โปรสมุย(SuperproSamui)	48/10 หมู่ 3, บ่อผุดอ.เกาะสมุย, จ.สุราษฎร์ธานี 84320 โทร: +66 (0) 77 414 393
- ค่ายจุลมวยไทย	164/4 หมู่ 4 ต.มะเร็ต อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 84310โทร: +66-86-9425-715
- ค่ายมวยเพชรปัญญา	อำเภอ เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี โทร +66 84-772-6739
- ค่ายแจ๊คกีมวยไทย	114/14 หมู่6 บ่อผุดหาดเลว, อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 84310โทร: +668-4187-7582
- ค่ายมวยเวซพินโย	168/3 หมู่4 ลามัยอ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 84310โทร: +66-82 814 3592
- ค่ายลัมย์มวยไทย	ลามัย, หาดลัมย์, อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี 84310 โทร: +66-87 082 6970
- เจริญทองมวยไทย	217 หมู่6 บ่อผุดอ.เกาะสมุยจ.สุราษฎร์ธานี 84310โทร: +66-813743004
จังหวัดภูเก็ต	
- สุมาลี บ็อกซิ่งยิม	234/3 หมู่ 3 ซอยหัวท่า ถนนเทพกระษัตรี ต. ศรีสุนทร, จังหวัดภูเก็ต 83110 โทร: +66 88 017 3020
- ค่ายมวยศิษย์หนุ่มน้อย	29 ต.ป่าตอง อ.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต 83150 โทร:+668-5664-4035
- ป่าตอง บ็อกซิ่งยิม เทรนนิ่ง แคมป์	140/22 หมู่ 4 ถ. นาใน ต. ป่าตอง อ. กระทุ้ง จ. ภูเก็ต 83150โทร:+66(076)499-219
- เซิงทะเลมวยไทย แอนด์ บันดาแคคดิ์ ยิม	ช.เซิงทะเล 16, ถ.ศรีสุนทร, เซิงทะเลอำเภอถลาง, ภูเก็ต, 83110โทร:+6686 950 4290
- สุวิทย์ มวยไทย เทรนนิ่ง แคมป์	ถ.เจ้าฟ้าตะวันตก, ฉลอง, อำเภอเมืองภูเก็ต, ภูเก็ต, 83130 โทร:+66 76374313
- ไทเกอร์ มวยไทย แอนด์มิกซ์ มาเซียลอาร์ท	7/6 ซอยตาเอียด หมู่ 5 ตำบลฉลอง อำเภอเมืองจังหวัด ภูเก็ต 83100 โทร:+66 (0) 76 367 071-2

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภาคที่ 4

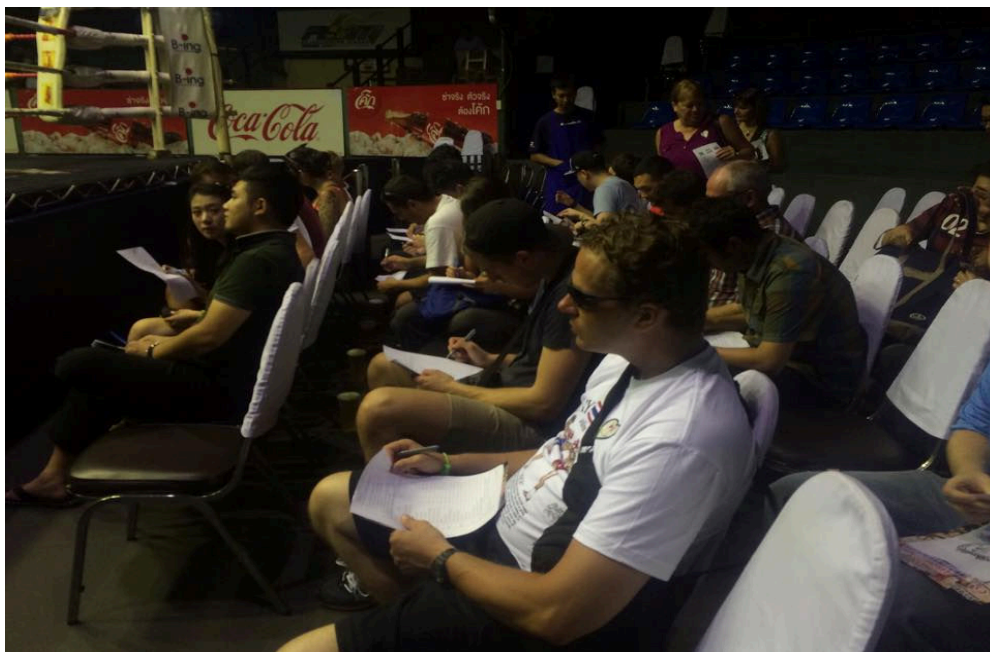
จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
จังหวัดภูเก็ต(ต่อ)	
- ดราก่อนมวยไทย	0/3 หมู่.5, ซอยตาเอียด, ฉลอง, อำเภอเมืองภูเก็ต, ภูเก็ต, 83130 โทร:+66 (0)76521343
- สุภะมวยไทย	43/42 หมู่.7, ถ.วิเศษ, ราไวย์, อำเภอเมืองภูเก็ต, ภูเก็ต, 83130 โทร:+66 89 472 8255
- ชินปี่มวยไทย	00/15 หมู่7, ไสยวนราไวย์, อำเภอเมืองภูเก็ต, ภูเก็ต, 83130 โทร:+66 0 833915535
- อิลิท มวยไทย	19/3 หมู่ 3 ซอยป่าห้วย, ฉลอง, ภูเก็ต 83130 โทรศัพท์: โทร:+66 62 074 0560
- ไลออนมวยไทย	81/49 หมู่ 7 Sai Yuan Road, ซอยสามัคคี 2 ราไวย์, อำเภอเมืองภูเก็ต, ภูเก็ต, 83130 โทร:+66 93 634 4433
จังหวัดพังงา	
- ลาวายมวยไทย	35/22 หมู่.4 ตำบล ตะกั่วป่า พังงา 82190 โทร:+66 81 476 9377

รายชื่อข้อมูลค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ภาคที่ 5

จังหวัด/ค่ายมวยไทย	ข้อมูลในการติดต่อ
จังหวัดเชียงใหม่	
- หงษ์ทองมวยไทย	50 หมู่ 2 ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100 โทร: +66 89 275 3188
- ลานนามวยไทย	161, ซอยช่างเคียน, ถนนห้วยแก้วเชียงใหม่, 50300
- สันไต้มวยไทย	79 หมู่ 9, ตำบลสันกำแพง, อำเภอสันกำแพง, เชียงใหม่ 50130 โทร: +66 825 286 059
- ทิมเควสมวยไทย	114/3 ม.1 ไข่มุกซอย 2 ต.ป่าแดด อ.เมือง จังหวัด เชียงใหม่ โทร: +66 860911536
- เค ซี มวยไทยยิม	78 หมู่ 7, ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100 โทร: +66806705839
- ชายใหญ่มวยไทย	บ้านเสาหิน ซอย 5 อำเภอเมืองเชียงใหม่ เชียงใหม่ 50000 โทร: +66 89 079 0953

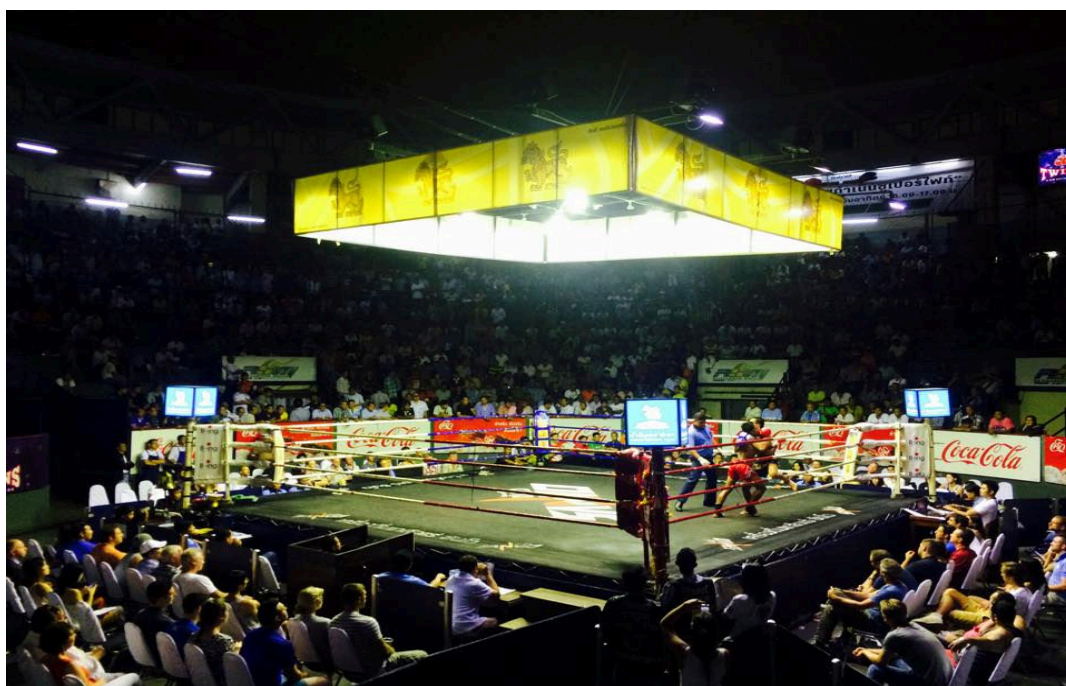
ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่งที่เกี่ยวข้องที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



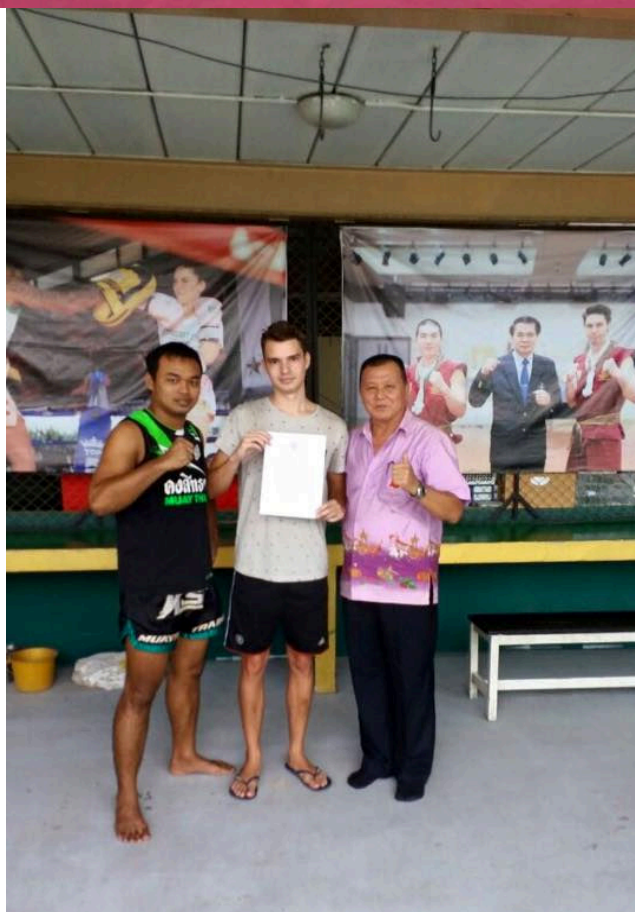
ภาพการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันมวยไทย
เวทีราชดำเนินและ เวทีมวยช่อง 7



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพค่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคใต้



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคเหนือ



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคเหนือ



ภาพค่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูล/การสัมภาษณ์/ภาคเหนือ



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูลในเวทีมวย



ภาพถ่ายมวยที่เข้าเก็บข้อมูลในเวทีมวย



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพประกอบการให้ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ



การฟังข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ
รศ.โยธิน แสงวงศ์ และ อาจารย์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์

การเตรียมการประชุม Focus droup และ การดำเนินการประชุม



คณะกรรมการดำเนินการจัดทำงานวิจัย



คณะกรรมการดำเนินการจัดทำงานวิจัย

