



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทย
แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

โดย รุ่งนภา สิงห์สถิตย์ และคณะ

เมษายน 2563

สัญญาเลขที่ SIP62T0004

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทย
แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

คณะผู้วิจัย

สังกัด

รุ่งนภา สิงห์สถิตย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
นัฏกร สุขเสริม	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
บารมี ชูชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

ชุดโครงการ การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)

สนับสนุนการวิจัยโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
และ สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. และ สอวช. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีโดยได้รับความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย ขอขอบพระคุณหัวหน้าแผนงานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัจจา ไกรศรรัตน์ ที่ช่วยเอื้อเฟื้อและให้คำปรึกษาทุกสิ่งทุกอย่าง ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ สุขแสง ศาสตราจารย์ ดร. มิ่งสรรพ ขาวสะอาด คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล รองศาสตราจารย์ ดร. โยธิน แสงดี อาจารย์ ดร. อติษฐ์ ชัยรัตนานนท์ อาจารย์ ดร.แสง วิทยพิทักษ์ อาจารย์ ดร.อัศรพงศ์ อันทอง ที่ช่วยชี้แนะแนวทางการเขียนและการพัฒนาเครื่องมือวิจัย ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อเสนอแนะในการสนทนากลุ่ม และคณะกรรมการตรวจงานวิจัยทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษาและแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์พร้อมทั้งช่วยตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ และให้กำลังใจผู้วิจัยตลอดมา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. แสง วิทยพิทักษ์ ในการเป็นผู้ประสานงานในการเก็บข้อมูล และช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ อาจารย์ ดร.ทัศนีย์ นาคเสนีย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงลักษณ์ เพิ่มชาติ ที่ช่วยในด้านการบริหารทั่วไป อีกทั้งผู้จัดการค่ายมวยในประเทศไทย นายสนามมวย หัวหน้าค่ายมวย ยิมมวย และผู้ทรงคุณวุฒิด้านมวยไทยอีกหลายท่านที่ได้เอื้อนวมและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศผู้ให้ข้อมูลด้วยความอบอุ่น

คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งใจในความช่วยเหลือจกงานวิจัยเล่มสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาส นี้

รุ่งนภา สิงห์สถิตย์

นัฏกร สุขเสริม

บารมี ชูชัย

เมษายน 2563

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

งานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 4) เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมและ 5) เพื่อจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งผู้มาเรียนมวยไทยและมาชมมวยไทย อีกทั้งศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ดังนี้ 1) ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ 2) โอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในด้านความสวยงามของภูมิประเทศและความน่าสนใจของวัฒนธรรม จึงเป็นโอกาส สำหรับการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและการบริการ 3) การพัฒนา นวัตกรรมมวยไทยเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ 4) การส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยไปยังต่างประเทศ เช่น ครูผู้สอนมวยไทย การแสดงศิลปะการต่อสู้มวยไทย การจัดการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เป็นต้น 5) การทำตลาดประชาสัมพันธ์มวยไทยเชิงรุก 6) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในการเรียนรู้มวยไทย เช่น ออกบูธ และแสดง Road Show Muaythai แบบเชิงรุกในต่างประเทศ 7) พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้อมวยไทยให้มีความหลากหลายและบูรณาการกับภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น พัฒนาหลักสูตรเรียนรู้อมวยไทย 4 ภาค โดยขยายเวลาเรียนให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้อมวยไทยได้พำนักที่ประเทศไทยนานขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเดิมและขยาย

ฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ 8) การจัดโปรแกรมมวยไทยประกอบการกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 9) พัฒนาคู่มือเรียนรู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยว 10) จัดทำธุรกิจค่ายมวยไทยในต่างประเทศ 11) จัดสัมมนามวยไทยในต่างประเทศ 12) หลักสูตรผู้ฝึกสอนมวยไทย 13) พัฒนาอุปกรณ์มวยไทย เพื่อสุขภาพผู้เรียน ด้วยศักยภาพดังกล่าวจะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถเตรียมความพร้อมรองรับ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นหนึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ที่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ มวยไทยและทางด้านสุขภาพจะต้องหันมาสนใจกับกลุ่มนี้ เพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังให้ ความนิยมศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นอย่างมาก ด้วยเพราะมวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวที่มีเสน่ห์ ดึงดูด จนทำให้ชาวจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกได้หันมานิยมเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ กลายเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประเภทหนึ่งที่ชาวจีนให้การยอมรับ และให้ความสำคัญและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อรักษาไว้ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเดิม ให้ได้รับสินค้า และบริการที่ดีตรงตามความต้องการ

นอกจากนี้ผลการศึกษาลิขสิทธิ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบ บูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า ผลลัพธ์การท่องเที่ยวใหม่ที่เหมาะสม และตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ค้นพบ มีดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 The Challenge Group กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความ ตื่นเต้น ทำทาย และเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อลดน้ำหนัก มีประสบการณ์การ เรียนมวยไทย มากกว่า 5 ครั้ง ดังนั้นผลลัพธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ 1) หลักสูตรระดับชั้น สมรรถนะครูมวยไทยระดับสูง จัดทำหลักสูตรขั้นความสามารถให้ผู้มาเรียนสามารถสอบเพื่อเลื่อนชั้น ความสามารถได้ 2) หลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทย เป็นการสร้างหลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอน มวยไทย ซึ่งประกอบด้วย ด้านทักษะ ด้านการถ่ายทอด ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านความรู้ เป็นต้น 3) หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ 4) หลักสูตรมวยไทยโบราณ 5) หลักสูตรมวยไทยท้องถิ่น 6) โปรแกรมการฝึกซ้อมมวยไทยแบบสมัยโบราณ (การเตะต้นกล้วย ชกมวยในน้ำ) 7) โปรแกรมการ ท่องเที่ยวผสมกับการเรียนรู้มวยไทยท้องถิ่น 4 ภาค 8) โปรแกรมการเรียนรู้ภูมิปัญญามวยท้องถิ่น อ่อนท้าว 4 ภูมิภาค (มวยท่าเสา มวยลพบุรี มวยโคราช และมวยไชยา) 9) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการ แสดง 10) หลักสูตรท่าไม้ตายมวยไทย 11) หลักสูตรการตัดสินการแข่งขันชกมวยไทย

กลุ่มที่ 2 Try New Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยครั้งแรก มีความต้องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และต้องการเอาชนะตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ไม่ชอบ ความวุ่นวาย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ วัฒนธรรมใหม่ๆ ผลลัพธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ 1) โปรแกรม การเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยในแหล่งต้นกำเนิด เป็นการออกแบบโปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยโดย พาผู้เรียนไปเรียนรู้ในสถานที่จริง 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริม รูปร่างสวยงาม 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว นำทักษะกระบวณท่าแม่ไม้มวยไทย

กลมวย ต่างๆ เข้ามาบรรจุเป็นองค์ประกอบในการสอน 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย
6) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย

กลุ่มที่ 3 Creativity Recreation Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางท่องเที่ยวต้องการสัมผัสถึงความลงตัว ความรื่นรมย์ของพื้นที่ ชอบไปเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่และไม่เคยเดินทางไปมาก่อน โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความโดดเด่น ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชวนาจำลองแหล่งเรียนรู้มวยไทยด้วยวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล จำลองแหล่งเรียนรู้มวยไทยด้วยวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ภาคใต้ 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย 4) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยริมชายหาดทะเล 5) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและชมการชกมวยไทย 6) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยกับเดอะรีเจนด์นักมวยไทย 7) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 8) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยเพื่อเป็นรางวัล 9) หลักสูตรมวยไทยออนไลน์ และ 10) Training Muaythai in the jungle

ข้อค้นพบจากการศึกษาด้านแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ไทเกอร์มวยไทย เป็นค่ายมวยไทยตัวอย่างที่มีการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มีองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นค่ายมวยต้นแบบและเป็นค่ายมวยที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) มีรูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยที่ดีเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำศิลปะมวยไทยและภูมิปัญญา ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ ที่นอกจากจะใช้เพื่อป้องกันตัวมาต่อยอดพัฒนาสร้างเป็นธุรกิจ นำรายได้เข้าสู่ประเทศและที่สำคัญไทเกอร์มวยไทยเป็นแบบอย่างในการบริหารจัดการค่ายมวยไทยที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงส่งผลให้เกิดความมั่นคงและส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มีมูลค่าประมาณ 18,003 ล้านบาท ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยรวม ประมาณ 41,653 ล้านบาท ผลกระทบด้านสังคมที่เกิดขึ้น พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยไม่ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง แต่ทำให้เกิดการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ไม่ได้ทำให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง แต่ทำให้คุณภาพชีวิตของคน

ในชุมชนดีขึ้น รวมไปถึงส่งผลให้คนในชุมชนมีความสนใจเรียนมวยไทยและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยในประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยในประเด็นทำให้เกิดการพัฒนากระบวนสาธนาอุปโภคในชุมชน และไม่ให้ทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม นอกจากนี้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยส่งผลให้สาธนาอุปโภคในชุมชนไม่เพียงพอ การจราจรติดขัด เกิดการสัญจรลำบาก เกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่ และประชาชนในพื้นที่เกิดการหวงแหน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน

จากการศึกษาวิจัยส่งผลให้ได้ข้อมูล ผลผลิต องค์ความรู้ นำมาสู่การถ่ายทอดออกมาเป็นคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 คู่มือ ดังนี้ 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย และ 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ โดยคณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้มาเรียนมวยไทยหรือผู้ที่เข้ามาร่วมชมกิจกรรมมวยไทย ค่ายมวย สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้นำผลการวิจัย และคู่มือจากงานวิจัยฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์ ต่อยอด ในเชิงนโยบาย เชิงสาธารณะ เชิงพาณิชย์ หรือการใช้ประโยชน์อื่นๆ อันส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของงานวิจัย

1) ผลการวิจัยฉบับนี้ทำให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพ แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

2) ผลการวิจัยฉบับนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

3) ผลการวิจัยฉบับนี้ได้ต้นแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

4) ผลการวิจัยฉบับนี้ทำให้ได้ข้อมูลผลกระทบของการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

5) ผลการวิจัยฉบับนี้ทำให้ได้คู่มือ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

4. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี นำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดราชบุรี

2) ค่ายมวยชมมวยิม จังหวัดกาญจนบุรี นำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาค่ายมวย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในจังหวัดกาญจนบุรี

3) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง นำผลการวิจัยไปใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลในงาน สสส. จอมบึงมาราธอน 2020 โดยคณะผู้วิจัยได้ถูกแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินงานจัดนิทรรศการทางวิชาการ โดยนำผลการวิจัยมาเผยแพร่แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม สสส. จอมบึงมาราธอน 2020 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานดังกล่าว มากกว่า 15,000 คน เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2563

4) วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย นำผลการศึกษาจากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการสอนนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาวิชามวยไทย หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามวยไทยศึกษาและพลศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามวยไทย และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชามวยไทย หลักสูตรใหม่ 2563

2) ผลิตรายการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มเป้าหมายและผลิตรายการ ดังนี้

(1) Challenge group ผลิตรายการประกอบด้วย 1) หลักสูตรขั้นสมรรถนะครูมวยไทย ระดับสูง 2) หลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทย 3) หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ 4) หลักสูตรมวยไทยโบราณ 5) หลักสูตรมวยไทยท้องถิ่น เป็นต้น

(2) Try new group ผลิตรายการประกอบด้วย 1) โปรแกรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยในแหล่งต้นกำเนิด 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริมรูปร่างสวยงาม 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย 6) ผลิตรายการสมุนไพรสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย

(3) Creativity Recreation Group ผลิตรายการประกอบด้วย 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชวาวา 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย 4) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยริมชายหาดทะเล เป็นต้น

3) ค่ายมวยต้นแบบ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มืองค์ประกอบ ดังนี้ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories)

4) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจในภาพรวมพบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาทำกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มีมูลค่าประมาณ 18,003 ล้านบาท ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวม ประมาณ 41,653 ล้านบาท ผลกระทบด้านสังคม พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยไม่ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง แต่ทำให้มีการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย ไม่ได้ทำให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง นอกจากนี้ยังทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น และทำให้คนในชุมชนมีความสนใจเรียนมวยไทยและออกกำลังกายเพิ่มขึ้น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ไม่เห็นด้วยในประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในชุมชน และไม่ทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม ทำให้สาธารณูปโภคในชุมชนไม่เพียงพอ การจราจรคับคั่ง แออัด สัญจรลำบาก เกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่ และทำให้ประชาชนในพื้นที่เกิดการหวงแหน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน

5) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐาน ภูมิปัญญาของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย 2) คู่มือการจัด

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย และ 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทยสำหรับ
กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

Research Title	Development of sport tourism by using Muaythai Integrated with Thai wisdoms and local Thai culture
Researcher	Rungnapa Singsatit, Nattakon Sukserm and Baramee Choochai
Year	2020

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the potential and opportunity on development of sports tourism marketing using Muay Thai martial arts 2) to develop products of sport for tourism by using Muaythai Integrated with Thai wisdoms and local Thai culture 3) to develop model for sports tourism management by using Muay Thai martial arts 4) to study the impact of sports tourism activities by using Muay Thai martial arts which are based on Thai wisdom in clouding economy impact, society impact and environment impact and 5) to create a manual for sports tourism activities by using Muay Thai martial arts which is based on the Thai wisdom For new target groups. The samples were 1) 400 audience foreign tourist 2) 400 Muaythai foreign students and 3) 30 person of key informants. The instruments in this study were questionnaire and interview questions. Quantitative data was analyzed by using descriptive statistics and qualitative data was analyzed by content analysis.

The results of this research were found as follow.

1) The potential of sports tourism by using Muay Thai martial arts were people, products, marketing competition, famous boxer, Muaythai connection and tourist attractions.

2) Products of sport for tourism by using Muaythai Integrated with Thai wisdoms and local Thai culture were found in 3 group.

(1) challenge group with products as follow; (1) High level Muaythai competency curriculum (2) Muaythai instructor curriculum (3) Professional Muaythai curriculum (4) Muaythai Boran curriculum (5) Local Muaythai curriculum etc.

(2) Try new group and with products as follow; (1) Muaythai history (2) Muay Thai for weight loss (3) Beauty Muaythai (4) Muaythai for self-defense (5) Muaythai for exercise (6) Thai herb product for Muaythai

(3) Creativity Recreation Group with products as follow; (1) Muaythai farmer (2) Muaythai south style (3) Muaythai and Thai food (4) training at the sea etc.

3) Model of Muaythai camp management consisted of 1) Infrastructure 2) attraction 3) activities 4) accessibility 5) amenities 6) accommodation 7) sports tourism success Stories.

4) The overall economic impact in 2019 found that tourist spending for entering Muaythai martial art activities in Thailand have generated approximately 18,003 million baht. It gained overall economic impact in the total amount of 41,653 million baht (Thai currency). The social impact found that promotion of sports tourism by using Muaythai did not reduce the relationship of people in the society but people have migrated into the community and in overall promoted sports tourism by using Muaythai martial art did not reduce the safety of life and property of the people in the community but also to improve the quality of life of the people in the community. In addition, community business entrepreneurs commented that there are more people in the community interested in learning Muaythai and exercising. Environmental impacts found that informants are disagreed about the promotion of sports tourism by using Muaythai martial art in the development of public utility systems in the community and the development of public spaces to support activities in the community. Traffic congestion resulting in difficult commuting communities, the amount of waste in that area increased, overcrowding of people in that area. People in the area are interested to conserve resources environment in the community.

5) A guidebook for organizing sports tourism activities by using Muaythai martial arts based on Thai wisdom consisted of 1) Muaythai camp management 2) Muaythai competition management and 3) Newbie Muaythai training guide.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทสรุปผู้บริหาร.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ช
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ญ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ต
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
3. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	5
4. ตัวแปรที่ศึกษา.....	6
5. กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย.....	7
4. ขอบเขตการวิจัย.....	9
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม.....	11
1. ความหมายและประวัติเกี่ยวกับมวยไทย.....	11
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	33
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย.....	40
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว.....	45
5. แนวคิดสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว.....	50
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว.....	52
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของผลการจัดกิจกรรมมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยว.....	79

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	83
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย.....	104
	1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	104
	2. พื้นที่ในการศึกษาวิจัย.....	107
	2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	107
	3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	110
	4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	113
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	115
	1. ผลการศึกษาคุณลักษณะ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและ มาชมมวยไทยในประเทศไทย.....	116
	2. ผลศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดย ใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย.....	136
	3. ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น.....	157
	4. ผลการศึกษาการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดย ใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย.....	180
	5. ผลการศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะ การต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม.....	195
	6. จัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว เป้าหมายใหม่.....	223
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	233
	1. สรุปผลการวิจัย.....	233
	2. อภิปรายผล.....	238

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. ข้อเสนอแนะ.....	244
บรรณานุกรม.....	246
ภาคผนวก.....	255

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	การวิเคราะห์มวยสุวรรณภูมิ.....	12
3.1	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	110
4.1	ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย.....	116
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย....	119
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์ในการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	120
4.4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลักดันหรือกระตุ้นให้คุณเดินทางมาชมมวยไทย.....	121
4.5	ปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว.....	121
4.6	ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย.....	124
4.7	ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย.....	128
4.8	ความคิดเห็นเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวยไทย.....	132
4.9	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทย.....	133
4.10	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางมาเรียนมวยไทย.....	134
4.11	ผลิตภัณฑ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ท่านเข้าร่วมเพิ่มขึ้น.....	135
4.12	สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย.....	137
4.13	แสดงโปรแกรมการแข่งขันชมมวยสำหรับเวทีมวยมาตรฐาน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์.....	152
4.14	การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย.....	171
4.15	โครงสร้างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย.....	195
4.16	โครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ 2562.....	197

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.17	มูลค่าทางเศรษฐกิจตามพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ เรียนมวยไทยในประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาในการเรียน.....	199
4.18	สัดส่วนร้อยละของจำนวนผู้เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยและมูลค่าทางเศรษฐกิจ...	202
4.19	ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย ในประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	205
4.20	ผลกระทบทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทระยะเวลาเรียนมวยไทย ในประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	206
4.21	มูลค่าทางเศรษฐกิจตามพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาชมมวยไทย.....	209
4.22	ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาชมมวยไทย ในประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	212
4.23	ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ทำกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	214
4.24	ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย บนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจ.....	216
4.25	ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย บนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสังคม.....	218
4.26	ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย บนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสิ่งแวดล้อม.....	221

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิด.....	8
2.1 การไหว้ครู ฟากตัวเป็นศิษย์.....	30
2.2 การไหว้ครูก่อนทำการแข่งขัน.....	31
2.3 พิธีไหว้ครูมวยไทย ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	32
2.4 แสดงแมทริกซ์ TOWS สำหรับการกำหนดกลยุทธ์.....	64
2.5 กรอบแนวคิดปัจจัยที่สัมพันธ์กับสภาพจริงในการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวก...	70
4.1 ชาวจีนที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย จำนวน 400 คน ณ โรงแรมเอราวัณ กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561.....	146
4.2 ชาวจีนที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย จำนวน 400 คน ณ โรงแรมเอราวัณ กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561.....	146
4.3 ชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกายในชายหาดตอนเช้า ณ จังหวัดภูเก็ต.....	147
4.4 ค่ายมวยไทย ในซอยตาเอียด ตำบลคลอง อำเภอมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต.....	149
4.5 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ที่ตามมากับธุรกิจค่ายมวยไทย ณ จังหวัดภูเก็ต.....	150
4.6 ภาพวิถีชีวิตของผู้มาเรียนมวยไทยในค่ายมวย ศิษย์มนชัย.....	159
4.7 ภาพวิถีชีวิตเชื่อมโยงมิติด้านอาชีพ ของผู้มาเรียนมวยไทย.....	160
4.8 ภาพการไหว้ครูมวยไทยโลกที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	161
4.9 ภาพการประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีลอยกระทง.....	163
4.10 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคเหนือ.....	164
4.11 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคเหนือ.....	164
4.12 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	165
4.13 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคตะวันออก.....	165
4.14 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคตะวันตก.....	166
4.15 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคใต้.....	166
4.16 การฝึกมวยลพบุรี (ภาคกลาง).....	168
4.17 การฝึกมวยท่าเสา (ภาคเหนือ).....	168

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.18	มวยไชยา (ภาคใต้).....	169
4.19	การพนันมือมวยโคราช (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ).....	169
4.20	หลักสูตรเรียนมวยไทยโบราณค่ายมวยไทเกอร์ ภูเก็ต.....	182
4.21	แหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.....	183
4.22	อาหารของจังหวัดภูเก็ต.....	183
4.23	ค่ายมวยไทเกอร์.....	184
4.24	ที่พักค่ายมวยไทเกอร์.....	185
4.25	ที่พักใกล้ค่ายมวยไทเกอร์.....	185
4.26	สัมภาษณ์ผู้บริหารไทเกอร์มวยไทย คุณเมธี วัฒนศิริโรจน์เกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวก.....	186
4.27	สระว่ายน้ำค่ายมวยไทเกอร์.....	187
4.28	เวทีมวยไทยค่ายมวยไทเกอร์.....	187
4.29	สินค้าที่ถูกวางจำหน่ายในร้านขายอุปกรณ์กีฬามวยไทยค่ายมวยไทเกอร์.....	188
4.30	รายการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ค่ายมวยไทเกอร์.....	188
4.31	จุดบริการอุปกรณ์ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ค่ายมวยไทเกอร์.....	189
4.32	ความเข้มงวดในการรักษาความสะอาดของค่ายมวยไทเกอร์.....	192
4.33	Fitness coach ค่ายมวยไทเกอร์.....	192
4.34	รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยของค่ายมวยไทเกอร์ จังหวัดภูเก็ต.....	194
4.35	จำแนกโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาในการเรียนมวยไทย ในประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	200
4.36	สัดส่วนร้อยละของจำนวนผู้เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยและมูลค่าทางเศรษฐกิจ.....	203
4.37	จำแนกโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยของประเทศไทย พ.ศ. 2562.....	210
4.38	สัดส่วนมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรมมวยไทย.....	215
4.39	QR code คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่ วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย.....	226

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
4.40	QR code คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย.....	229
4.41	QR code คู่มือสำหรับผู้มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ ฉบับภาษาอังกฤษ.....	232
4.42	QR code คู่มือสำหรับผู้มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ ฉบับภาษาไทย.....	232

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กีฬามวยไทยนับว่าเป็นกีฬาอีกชนิดหนึ่งที่มีศักยภาพในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีกทั้งลักษณะของกีฬานี้ยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในประการของการท่องเที่ยวกลุ่มขนาดเล็กและประการในการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับความเป็นท้องถิ่นการผนวกการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทยเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดอื่นๆ มีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูงและสามารถทำได้ในรูปแบบต่างๆ ที่มีความหลากหลาย มวยไทยเป็นทั้งวัฒนธรรมและการกีฬา ในแง่วัฒนธรรมซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว มีความสวยงามมีประวัติความเป็นมา มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น เป็นสื่อวัฒนธรรมที่บอกถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ไทยในสายตาชาวโลกที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม และประสบการณ์ท้องถิ่น (Local experience)

ถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมจะใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก เป็นธงนำในการสร้างรายได้ผ่านการผสมผสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างเป็นองค์รวมพร้อมทั้งสร้างสมดุลในทุกมิติไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างตลาดพื้นที่ท่องเที่ยวฤดูกาลเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังคงสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาวเป็นนโยบายเชิงรุก เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ได้หลากหลาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทย มีทั้งกลุ่มที่มาเรียนเพื่อเป็นนักกีฬาเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมไทย เพื่อกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสุนทรียศาสตร์ทางด้านดนตรี เป็นต้น

จากการสำรวจของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาพบว่าประเทศไทยมีค่ายมวยเพิ่มมากขึ้นจากปี 2558 มีจำนวนค่ายมวยที่ประเทศไทยมีค่ายมวยที่มีการเปิดสอนจำนวนทั้งสิ้น 3,957 ค่าย โดยในปี 2562 มีค่ายมวยจำนวนทั้งสิ้น 5,100 ค่ายตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคเหนือ ซึ่งเป็นการบ่งชี้ถึงศักยภาพของการรองรับนักท่องเที่ยวที่สนใจมาทำกิจกรรมด้านมวยไทยในประเทศไทย แต่ปัจจุบันพบว่ายังขาดข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในการเข้าถึงสินค้ามวยไทย เช่น ค่ายมวยไทยที่เปิดสอน สนามแข่งขันมวยไทยที่ให้ความบันเทิง และหลักสูตร

การเรียนการสอน เป็นต้น ในส่วนของผู้ประกอบการ ผู้ลงทุน ยังขาดข้อมูลและรูปแบบการบริหารจัดการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้เข้ามาชมมวยไทยในสนามมวยไทย เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการ กีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย, 2558) และจากข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2559 พบว่า ชาวต่างชาติที่เดินทางมาเรียนมวยไทยมากที่สุด 10 อันดับ ได้แก่ สหราชอาณาจักร จำนวน 11,219 คน รองลงมา คือ ชาวออสเตรเลีย จำนวน 6,800 คน ชาวฝรั่งเศส จำนวน 5,852 คน ชาวเยอรมัน จำนวน 4,688 คน ชาวสวีเดน จำนวน 4,253 คน ชาวรัสเซีย จำนวน 2,183 คน ชาวเดนมาร์ก จำนวน 1,855 คน ชาวญี่ปุ่น จำนวน 1,841 คน ชาวนิวซีแลนด์ จำนวน 1,781 คน ชาวสเปน จำนวน 1,633 คน และพบว่าจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเรียนมวยไทยในประเทศไทยมากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว, 2560) จากข้อมูลข้างต้นดังกล่าวส่งเสริมให้ประเทศไทยมีรายได้จากกีฬามวยไทย ปีละไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท ดังที่คุณนพพร วาทีน ประธานกรรมการบริหาร บริษัท สปอร์ต อาร์ต จำกัด ผู้ซึ่งเป็นประธานจัดการแข่งขัน Thai Fight กล่าวว่า "เราสร้าง Thai Fight เหมือนกับสร้างแบรนด์ ขึ้นมาใหม่ มันไม่ใช่แค่เพียงรายการมวยหรืองานอีเวนต์ธรรมดา แต่มันคือธุรกิจพันล้าน"ผู้ชมของ Thai Fight ไม่ใช่มีแค่ผู้ชาย แต่รวมถึงผู้หญิง ลูกเล็กเด็กแดง ต่างเป็นแฟนคลับติดตาม Thai Fight กันอย่างเหนียวแน่น Thai Fight เป็นการผสมผสานระหว่าง กีฬา มรดกทางวัฒนธรรม ธุรกิจบันเทิงให้เข้ากันได้ อย่างสมบูรณ์แบบซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

ศักยภาพและโอกาสของมวยไทยในประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวพบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพที่มีความพร้อม โดยนำแนวทางที่ใช้มวยไทยเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งศักยภาพภายในประเทศ ประกอบด้วย ด้านคุณค่า ชื่อเสียงของศิลปะมวยไทย ประวัติศาสตร์ที่มีศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่สวยงาม ศิลปะของแม่ไม้มวยไทย ซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียน และชมมวยไทยส่วนใหญ่นั้นมาจากทวีปยุโรปโดยผ่านทางช่องทางของโซเชียลมีเดียและยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความศรัทธา เชื่อมมั่น มีทัศนคติเชิงบวกต่อมวยไทยเป็นอย่างมากส่งผลให้คนที่มาเรียนหรือมาชมมวยไทยหวนกลับมาอีกครั้ง

ศักยภาพของสนามแข่งขันมวยในประเทศไทยสนามแข่งขันมวยไทยมีศักยภาพและโอกาสเพราะสินค้ามวยไทยมีเสน่ห์ ให้อารมณ์ได้จุดต้นสวยงาม ซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีอัยยาศัยไมตรีของคนไทยที่มีจิตใจโอบอ้อมอารีเป็นกัลยาณมิตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งอยู่ในศูนย์กลางทางด้านภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบทั้งการคมนาคมขนส่ง

และด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่ยังขาดบุคลากรที่มีคุณภาพทั้งด้านบริหารงานโดยเฉพาะ การใช้ความรู้ด้านมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวระหว่างชมมวย มีโรงแรมที่พักให้บริการอย่างครบครัน นอกจากนี้สนามแข่งขันมวยยังมีความพร้อม มีประสบการณ์การให้บริการ และมีกิจกรรมเสริมการชมมวยที่หลากหลาย มียิมมวยไทยสำหรับออกกำลังกายเพิ่มขึ้นตามกระแสสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะปีนี้รัฐบาลเพิ่มการท่องเที่ยววิถีไทย อาจเป็นโอกาสของสนามแข่งขันมวยในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต้องบูรณาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมไทย (ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ, 2561)

ศักยภาพของค่ายมวยในประเทศไทยในปัจจุบันค่ายมวยไทยได้มีการพัฒนา ปรับปรุงค่ายมวยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่สนใจมาเรียนมวยไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้ค่ายมวยมีศักยภาพและโอกาสในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทย ดังนี้ (ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ , 2561)

1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงค่ายมวย ค่ายมวยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภาคของประเทศไทยมีเส้นทางคมนาคมที่มีความสะดวก ในการเดินทางทั้งพาหนะส่วนบุคคลรถรับจ้างสาธารณะในกรณีการเดินทางระหว่างภาคก็มีสายการบินไปยังภูมิภาคต่างๆทั่วประเทศยกเว้นภาคกลางส่วนในกรุงเทพมหานครสามารถสัญจรไปมาโดยใช้รถไฟฟ้า BTS และ MRT

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่ายมวยส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนมวย ทั้งในส่วนการมีที่พักเพื่อรองรับ และพักบริเวณรอบ ๆ ค่ายมวย รวมทั้งมี ไวไฟ (Wifi) ให้บริการ พาหนะรับส่ง ส่วนในด้านของอาหาร บางค่ายมีอาหารเตรียมไว้ให้ในแต่ละมื้อเพื่อบริการ แต่บางค่ายให้ออกไปเลือกซื้ออาหารนอกค่ายรับประทานเอง

3) ด้านคุณค่า ชื่อเสียงและสิ่งดึงดูด ค่ายมวยส่วนใหญ่ มีชื่อเสียงเพราะมีครูมวยที่มีคุณสมบัติเคยเป็นแชมป์ บางค่ายสร้างนักมวยให้เป็นแชมป์หลายคน บางค่ายมีสไตล์การชกที่ไม่เหมือนกัน มีความโดดเด่นเฉพาะตัว บางค่ายมีกิจกรรมร่วมกับชุมชนด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนมีหลักสูตรแตกต่างกัน

4) ด้านการตลาด ค่ายมวยส่วนใหญ่มีการทำการตลาดเอง ผู้เรียนติดต่อโดยตรง โดยอาจใช้กลุ่มไลน์ เครือข่ายหรือใช้วิธีการบอกต่อ มีช่องทาง Social Media มีเครือข่ายในและต่างประเทศทำให้มีช่องทางนำนักท่องเที่ยว Inbound เข้ามาโดยการตลาดแบบลูกค้าสัมพันธ์

5) การบริหารจัดการค่าย มวยส่วนใหญ่บริหารจัดการทำธุรกิจค่ายมวย เรียนรู้จากประสบการณ์และการศึกษาเพิ่มเติมจนสามารถทำให้กิจการเกิดการขยายและเติบโตยิ่งขึ้น

6) ศักยภาพของค่ายมวย ในภาพรวมค่ายมวยที่ทำการเปิดสอนชาวต่างชาติมีศักยภาพสูงอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างดีเกือบทุกค่าย

ในภาพการณ์ที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูงเพื่อช่วงชิงนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำเป็นต้องค้นหายุทธวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการให้มีความหลากหลายเพื่อขยายเวลา และสร้างโอกาสในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวเชิงกีฬานำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความหลากหลายมิติแตกต่างจากเดิม

นอกเหนือจากการเรียนรู้มวยไทยจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่หลากหลาย โดยใช้มวยไทยเป็นสิ่งจูงใจหลักเชื่อมโยงบูรณาการไปสู่การท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมดำเนินการ เพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นสิ่งจูงใจ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทย แบบบูรณาการประสานวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เน้นตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวพำนักรในพื้นที่นานขึ้น และมีการใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้น กระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากเกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลสำคัญในการพัฒนาชุดโครงการ “การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการประสานวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและกิจกรรมเชิงกีฬาอื่นๆ เพื่อขยายตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย” ในรูปแบบของโครงการต่อเนื่องกำหนดกรอบระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 3 ปีต่อเนื่อง ที่เน้นหาตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ และหากิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับศิลปะการต่อสู้มวยไทย อีกทั้งเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและเชื่อมโยงไปยังประเทศชาติต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เป้าหมายสูงสุดของการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นจึงกำหนดคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัยตามรายการต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
3. เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. เพื่อจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

2.1 คำถามการวิจัย

- 2.1.1 ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นอย่างไร
- 2.1.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างไร
- 2.1.3 ต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยมีลักษณะอย่างไร
- 2.1.4 ผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างไร
- 2.1.5 คู่มือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่เป็นอย่างไร

3. นิยามศัพท์ใช้ในการวิจัย

ศิลปะมวยไทย หมายถึง ทักษะการใช้หมัด เท้า เข่า ศอก ที่เป็นพื้นฐานของกีฬามวยไทย ตลอดจนทักษะมวยไทย ต่างๆ เช่น แม่ไม้มวยไทย เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทย หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวมาทำกิจกรรม มาชมและมาเรียนกีฬามวยไทย ให้ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยทั้งแบบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมโดยตรง (Active) และการมีส่วนร่วมโดยอ้อม (Passive) เช่น การมาเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อการศึกษา เพื่อสุขภาพ เพื่อความเป็นเลิศหรือการเข้าชมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เป็นต้น

ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในบริเวณพื้นที่ที่ดำเนินการจัดกิจกรรมมวยไทยทั้งทางบวกและทางลบในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

วัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นหรือกำหนดจากความรู้และประสบการณ์ มีการสืบทอด ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลาเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมก่อให้เกิดแบบแผนในความคิดและการกระทำที่ยึดปฏิบัติร่วมกันสืบทอดต่อมา เพื่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงในสังคม

ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถและทักษะมวยไทยที่ถูกถ่ายทอดสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านาน ได้รับการสืบทอดมาสู่ชนรุ่นปัจจุบัน เป็นการฝึกฝนให้สามารถใช้วิถีชีวิตของร่างกายเป็นอาวุธได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันได้แก่ หมัด เท้า เข่า ศอก จนเกิดการถ่ายทอดและมีการเผยแพร่อย่างกว้างขวาง

วิถีชีวิต หมายถึง การดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่างๆจะเป็นตัวบ่งบอกถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละแบบ พฤติกรรมในการเข้าสังคม การบริโภค การหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้เวลาว่าง และการแต่งตัว โดยแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ กิจกรรมของบุคคลที่ปฏิบัติเป็นประจำ ความสนใจ และความคิด

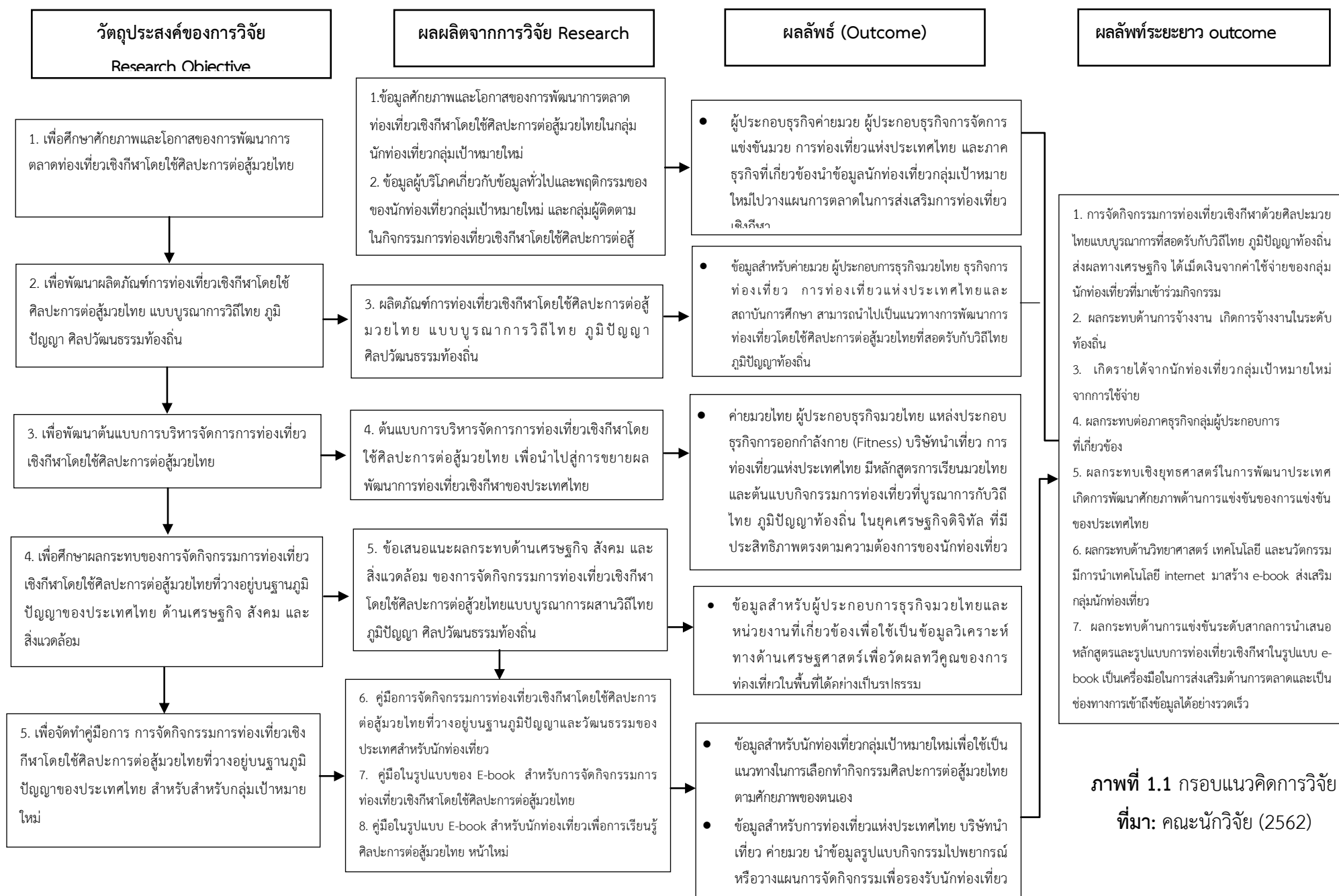
ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น หมายถึง การนำศิลปะการต่อสู้มวยไทยมาผสมผสานกับองค์ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่ดั่งามที่ยึดถือปฏิบัติกันมา รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น การบริโภค การหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจ

4. ตัวแปรที่ศึกษา

- 4.1 ศักยภาพและโอกาสการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
- 4.2 ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 4.3 ต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
- 4.4 ผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 4.5 คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การกำหนดโจทย์วิจัยในครั้งนี้ทางคณะผู้วิจัยได้กำหนดมาจากการกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังเสนอในภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: คณะนักวิจัย (2562)

6. ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาสาระ

6.1.1 สำนวณศักยภาพและโอกาสการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

6.1.2 สำนวณผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

6.1.3 ศึกษาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

6.1.4 ศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

6.1.5 พัฒนาคู่่มือการ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

6.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ ในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

6.2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันตก ภาคใต้ และกรุงเทพมหานคร

6.2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานและรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ เวทีมวยราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยแม่คมวยไทย และเวทีมวยรังสิต

6.3 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลระหว่าง 1 ธันวาคม 2562 ถึง 29 กุมภาพันธ์ 2563

6.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาในพื้นที่ของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐได้นำผลการวิจัยไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

7.2 ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจค้าขายสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงด้านกระบวนการผลิตและการตลาดก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในการทำธุรกิจ

7.3 สถาบันการศึกษาที่ผลิตนักศึกษาด้านการท่องเที่ยว และการเรียนการสอนด้านมวยไทยได้นำไปใช้ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนและการวิจัย

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ความหมายและประวัติเกี่ยวกับมวยไทย
- 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย
- 4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 6) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 7) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของการจัดกิจกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
- 8) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1) งานวิจัยภายในประเทศ
 - 8.2) งานวิจัยต่างประเทศ

1. ความหมายและประวัติเกี่ยวกับมวยไทย

ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2561) กล่าวว่า คำว่ามวย (Muay) หมายถึง ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของชาวอินโดจีนหรือแผ่นดินสุวรรณภูมิ ถ่ายทอดต่อมาจากศิลปะการต่อสู้ของชาวอินเดีย ได้มีหลักฐานหลักศิลาจารึกในประเทศไทยว่า พ่อขุนรามคำแหงได้เดินทางมาเรียนวิชามายาหรือมวยไทยและกระบี่กระบองที่เขาสมอคอนกับสำนักสุกทันตฤๅษีที่เมืองละโว้ ศิลปะการต่อสู้ที่เรียกว่ามวยนี้มีลักษณะเป็นการต่อสู้ระยะประชิดสามารถใช้หัวโขกได้ต่อมาก็ได้พัฒนาเป็นมวยไทย ที่ใช้การต่อสู้แบบใช้เท้า เข่า ศอก ต่อย ส่วนมวยลาวเรียกว่ามวยลาว เป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติของลาวที่มีท่วงท่าร่าที่อ่อนช้อยสวยงาม ในขณะที่มวยของกัมพูชาใช้อาวุธหมด เข่า เข่าและศอก เรียกว่า ประดัสสะรี ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นมวยคนชะแมร์ ที่อาวุธที่ถนัดคือการใช้ศอก ส่วนมวยของพม่าก็เน้นการใช้อาวุธ หมด เข่า เข่า ศอก และใช้ศรีชะโขก เรียกว่า แลตเวย์ หรือละเหว่ยซึ่งถนัดการใช้หัวโขก ดังตารางวิเคราะห์มวยสุวรรณภูมิดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์มวยสุวรรณภูมิ

ประเด็น	มวยไทย	มวยพม่า	มวยลาว	มวยกัมพูชา
1. ที่มา	เกิดมาพร้อมกับชนชาติไทย ใช้ป้องกันบ้านเมือง เป็นกีฬาและนันทนาการ ยามว่างเว้นจากการศึกษาสงคราม มีหลักฐานจากหลักศิลาจารึกว่าพ่อขุนรามคำแหงมหาราชเรียนมวยที่เขาสมอคอน จังหวัดลพบุรี	เป็นมรดกของคนชาติพม่าทุกเชื้อสาย มีหลักฐานการจารึกที่พุกาม ที่แสดงให้เห็นชัดทางด้านการชกมวย	มวยลาว มีมากกว่าห้าพันปี นับตั้งแต่สมัยการสร้างอาณาจักรศรีโคตรตะบอง	เป็นมรดกของชาวเขมรที่บันทึกโดยการจารึกไว้ที่นครวัด ที่ได้รับอิทธิพลมาจากอินเดียโบราณ
2. การไหว้ครู	มีการรำรำไหว้ครูก่อนการแข่งขัน รำลึกถึงพระคุณครูและอบอู่ร่างกาย	ไม่มีการไหว้ครูก่อนการแข่งขัน และภายหลังการแข่งขันสิ้นสุดลง ผู้ชนะหรือผู้เสมอต้องมีการรำรำและตบตามร่างกายเพื่อแสดงถึงความยิ่งใหญ่และการเป็นผู้ชนะ	มีการตบก่อนแข่งขัน และมีการอบอู่ร่างกายให้ทุกส่วนพร้อมในการเข้าแข่งขัน	มีการรำรำไหว้ครู เมื่อครั้งเป็นมวยประดัสซารี แต่ภายหลังได้เปลี่ยนชื่อเป็นมวยขุนชะแมร์ และไม่มีการไหว้ครู
3. เทคนิคและทักษะการชกมวย	แม่ไม้ ลูกไม้ กลมวยและเชิงมวย	สอนการใช้หมัด เท้า ขา และศอก มีเทคนิคการชกให้สลบชกให้เลือดออก	เป็นการแข่งขันทำรำมวย แสดงถึงการต่อสู้จริงมีทั้งสิ้น 111 ท่า	การใช้ร่างกาย หมัด ศอก เท้า และเข่า ซึ่งแต่ละท่ามีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป
4. จุดที่แตกต่างกัน	รำรำไหว้ครูก่อนการแข่งขัน การให้คะแนน มีแพ้ ชนะ และเสมอ ห้ามใช้ศีรษะโขก	ถ้าหากการชกทั้งสองฝ่ายเสมอกัน มีการรำรำมวยหลังจากการแข่งขันเสร็จสิ้นโดยฝ่ายชนะหรือเสมอกัน	ให้คะแนนตามความเหมาะสมของการรำรำ	ให้คะแนนแบบมวยไทย ห้ามใช้ศอกตีท้ายทอยและบริเวณบนศีรษะ ห้ามตีเข้าขาพับด้านใน และห้ามใช้ศีรษะโขก

ที่มา : ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2561)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้วามวยไทยถือเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่บรรพบุรุษได้ฝึกฝนเล่าเรียนไว้ใช้ต่อสู้กับข้าศึกศัตรูในยามสงคราม จนสามารถรักษาพื้นแผ่นดินให้ลูกหลานไทยได้ยืนอยู่ถึงทุกวันนี้ โดยมีรายละเอียดความเป็นมาดังนี้

1.1 ความหมายของคำว่า “มวยไทย” อาจมีที่มาจาก คำว่า รำหมัดรำมวย ซึ่งเป็นชื่อเรียกการฝึกสมาธิเคลื่อนไหวเพื่อสร้างสุขภาพ ของชนเผ่าไท โดยมีลักษณะเด่นที่ การเคลื่อนไหวซึ่งมี การหมุน ม้วนข้อมือและหมัด (พันหมัดพันมือ) และการเคลื่อนที่ ที่มีจังหวะและการหมุนวนไปมา ซึ่งเป็นคำปรากฏเรียกกันมาแต่โบราณ ตั้งแต่ก่อตั้งอาณาจักรสุโขทัย และต่อมาในยุคต้นกรุงศรีอยุธยา (ราวปี พ.ศ. 1900) ปรากฏคำว่า ปล้ำมวย (การประลอง หรือซ้อมมวยเพื่อทดสอบฝีมือ เช่นเดียวกับ การปล้ำไก่) ตีมวย (การแข่งขันชกมวยเพื่อการพนันเอาแพ้ชนะเช่นเดียวกับ คำว่า ตีไก่) หรืออาจมาจากลักษณะการประกอบการม้วนเชือกหรือผ้า เพื่อใช้หุ้มฝ่ามือและท่อนแขน เพื่อใช้ป้องกันอันตรายขณะต่อสู้ หรืออาจเพิ่มอันตรายในการชก กระแทกฟาดโดยการผสมกับกาวแป้ง และผงทราย คล้ายลักษณะของ มวยผสมของผู้หญิงที่นิยมไว้ผมยาว (เกล้ามวย) ได้แก่ หญิงไทย ลาวโซ่ง หญิงล้านนาในสมัยโบราณ หรือนักมวยจีน (มุ่นผม) ซึ่งนิยมถักเป็นเปีย แล้วม้วนพันรอบคอของตนซึ่งสามารถใช้ในการต่อสู้ในบางครั้งหรือมาจากคำภาษาบาลีว่า "มัลละ" หมายถึง การปล้ำรัด มวยปล้ำของชาวอินเดีย (สุเทพ แก้วรังสรรค์, 2561)

โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง (2522) กล่าวว่า มวยไทย หมายถึง กิจกรรมเคลื่อนไหวชนิดหนึ่งที่ใช้อวัยวะเกือบทุกส่วนของร่างกาย เช่น หมัด เท้า เข่า ศอก เป็นศิลปะในการต่อสู้ แข่งขัน ฝึกซ้อม ออกกำลังกายเพื่อช่วยพัฒนาร่างกายอารมณ์ สังคม จิตใจ และสติปัญญา

จรัสเดช อุลิต (2527) ได้สรุปไว้ว่า มวยไทยหมายถึง กีฬามวยไทยที่มีความผูกพันกับชาติมาอย่างแน่นแฟ้นเป็นกิจกรรมที่แม้แต่ประมุขของชาติในอดีตต้องให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการฝึกดาบหรือทวน ถึงแม้แต่ปัจจุบันการทำสงครามไม่จำเป็นต้องรบประชิดตัวแต่กิจกรรมมวยไทยยังเป็นกิจกรรมที่ต้องฝึกฝนเพื่อพัฒนาร่างกายจิตใจอารมณ์และสังคม

ราชบัณฑิตยสถาน (2538) กล่าวว่า มวยไทย หมายถึง กีฬาที่ใช้ศิลปะการต่อสู้แบบที่มีอาวุธ หมัด เท้า เข่า และศอก และมีกติกาในการแข่งขัน

ชาญณรงค์ สุขงษา (2545) สรุปไว้ว่า มวยไทย หมายถึง กีฬาชกมวยบนเวทีที่มีกติกาที่ยอมให้คู่ชกใช้เท้า ศอกและเข่าได้ มวยไทยจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่เป็นศาสตร์เพราะเป็นวิชาการที่ทุกคนอาจจะศึกษาหาความรู้ได้เหมือนวิชาแขนงอื่น ๆ ส่วนที่เป็นศิลป์ก็เพราะแขนงนี้เต็มไปด้วยกลยุทธ์และลวดลายซึ่งยากจะเรียนรู้และปฏิบัติได้อย่างชัดเจน

จากความหมายของมวยไทยดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของบรรพบุรุษคนไทยที่สั่งสมไว้ให้เป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติ เป็นวิถีชีวิตของบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมมาเป็นกีฬาที่เกิดจากภูมิปัญญาในการใช้วิธีการต่อสู้ที่ใช้อาวุธ หมัด เท้า เข่า และศอก แบบมวยไทยอาชีพ และมวยไทยสมัครเล่น แบบมีกติกาและเป็นศิลปะที่ใช้แสดงในกิจกรรมต่างๆ ที่ใช้การไหว้ครู แม่ไม้มวยไทย และลูกไม้มวยไทย

1.2 ประวัติความเป็นมาของมวยไทย (สถาบันอนุรักษ์ศิลปะมวยไทย, 2558)

จากการศึกษาเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องพบว่า มวยไทยเกิดขึ้นมาพร้อมกับคนไทย ซึ่งมวยไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติไทยนับตั้งแต่ครั้งสมัยโบราณ และในประเทศไทยสมัยโบราณมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศ และมีการสู้รบกันอยู่เสมอ ๆ ส่งผลให้สมัยก่อนชายไทยจึงนิยมฝึกมวยไทยควบคู่กับการฝึกอาวุธเพื่อป้องกันตัวและประเทศชาติ ต่อมาได้วิวัฒนาการจนกลายเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น มีลีลาการเคลื่อนไหวที่สง่างามแฝงไว้ด้วยความแข็งแกร่ง มีความดุเดือด และทุกเพศทุกวัยสามารถฝึกฝนเพื่อป้องกันตนเองเพื่อให้เกิดความแข็งแรงของร่างกายและถือเป็นการออกกำลังกายได้เป็นอย่างดี

มวยไทยเริ่มขึ้นในสมัยใดนั้นไม่ปรากฏ และไม่มีหนังสือเล่มใดเขียนไว้ว่า จะเกิดขึ้นในสมัยใด แต่เท่าที่ปรากฏนั้น มวยไทยได้เกิดขึ้นมานานแล้ว และอาจเกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับชาติไทย เพราะมวยไทยนั้นเป็นศิลปะประจำชาติไทยยากที่ชาติอื่นจะเสมอเหมือนและลอกเลียนแบบได้ จากการศึกษ พบว่า มวยไทยในสมัยก่อนเท่าที่ทราบมาแล้วนั้น จะมีการฝึกฝนอยู่ในบรรดาหมู่ทหาร เพราะในสมัยก่อนประเทศไทยได้มีการสู้รบกันกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งการสู้รบในสมัยนั้นยังไม่มีอาวุธใช้ในการต่อสู้ มีเพียงแค่ดาบสองมือ และมือเดียว เมื่อเป็นเช่นนี้การรบพุ่งก็มีการรบประชิดตัว คนไทยเห็นว่าในสมัยนั้น การรบด้วยดาบ เป็นการรบพุ่งที่ประชิดตัวมากเกินไป บางครั้งคู่ต่อสู้อาจเข้ามาฟันเราได้ง่าย คนไทยจึงได้ฝึกหัดการถีบและเตะคู่ต่อสู้เอาไว้ เพื่อคู่ต่อสู้จะได้เสียหลัก แล้วเราจะได้เลือกฟันง่ายขึ้น ทำให้คู่ต่อสู้แพ้ได้

ต่อมาในหมู่ทหารได้มีการฝึกถีบเตะแล้ว ก็เกิดมีผู้คิดว่าทำอย่างไรจึงจะใช้การถีบเตะนั้น มาเป็นศิลปะสำหรับการต่อสู้ด้วยมือได้ จึงต้องให้มีผู้ที่คิดจะฝึกหัดการต่อสู้ป้องกันตัว สำหรับการให้แสดงเวลาในงานเทศกาลต่าง ๆ ไว้วัดชาวบ้าน และเป็นของแปลกสำหรับชาวบ้าน เมื่อเป็นเช่นนี้นานเข้า ชาวบ้านหรือคนไทยได้เห็นการถีบเตะอย่างแพร่หลาย และบ่อยครั้งเข้า จึงทำให้ชาวบ้านมีการฝึกหัดมวยไทยกันมาก จนถึงกับตั้งเป็นสำนักฝึกกันมากมาย แต่สำหรับสถานที่ฝึกมวยไทยนั้น ก็ต้องเป็น

สำนักดาบที่มีชื่อดีมาก่อน และมีอาจารย์ดีไว้ฝึกสอน ดังนั้น มวยไทยในสมัยนั้นจึงฝึกเพื่อให้ความหมายสองอย่างคือ

1. เพื่อไว้สำหรับสู้รบกับข้าศึก
2. เพื่อไว้ต่อสู้ป้องกันตัว

ใครมีเพลงดาบดี และเก่งกาจทางรบบพุ่งนั้น จะต้องเก่งทางมวยไทยด้วยเพราะเวลารบพุ่งนั้น ต้องอาศัยมวยไทยเข้าช่วย ดังนั้น วิชามวยไทยในสมัยนั้นจึงมุ่งหมายที่จะฝึกฝนเพลงดาบและวิชามวยไทยไปพร้อม ๆ กัน เพื่อรับใช้ประเทศชาติด้วยการเป็นทหาร แต่เมื่อพ้นจากหน้าสงคราม ก็จะมีการชกมวยเพื่อความสนุกสนาน และมีการพนันขึ้นต่อกันระหว่างนักมวยที่เก่งจากหมู่บ้านหนึ่ง กับนักมวยที่เก่งจากอีกหมู่บ้านหนึ่ง มาชกกันในช่วงที่มีงานเทศกาล หรือเกิดมีการทำทายเป็นขึ้น และมีการพนันขึ้นต่อ มวยในสมัยนั้นชกกันด้วยหมัดเปล่า ๆ ยังไม่มีการคาดเชือก เช่น สมัยอยุธยาตอนต้น และในสมัยนั้นคนไทยที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศในวิชามวยไทยมากที่สุด คือ นายขนมต้ม ซึ่งได้ใช้วิชามวยไทยต่อสู้กับพม่าถึง 10 คน และพม่าก็พ่ายแพ้นายขนมต้มหมดทุกคน จนถึงชั้นกษัตริย์พม่า พูดว่า "คนไทยถึงแม้ว่าจะไม่มีดาบ แม้แต่มีมือเปล่า ก็ยังมีพิษสงรอบตัว" นายขนมต้มจึงเปรียบเสมือนผู้เป็นบิดาของวิชามวยไทย เพราะทำให้คนไทยมีชื่อเสียงเกี่ยวกับวิชามวยไทยเป็นอันมากในสมัยนั้น และชื่อเสียงก็ได้เลื่องลือมาจนถึงปัจจุบันนี้

ในสมัยต่อมา มวยไทยก็ยังฝึกฝนคู่กับการฝึกเพลงดาบอยู่ และยังฝึกเพื่อใช้ในการทำสงคราม และฝึกฝนเพื่อการต่อสู้ป้องกันตัว บางทีก็ฝึกเพื่อชกในงานเทศกาลต่าง ๆ และในสมัยอยุธยาตอนปลาย พระมหากษัตริย์ของไทยบางพระองค์ มีฝีมือในทางมวยไทยอยู่มาก เช่น พระเจ้าเสือ หรือขุนหลวงสรศักดิ์ ซึ่งได้เสด็จออกจากพระราชวัง ไปชกมวยกับชาวบ้าน และชกชนะ ต่อมาประชาชนทราบและเห็นว่าพระองค์ก็เป็นผู้มีฝีมือในวิชามวยไทยอยู่ในขั้นดีเยี่ยม ในสมัยต่อมา ผู้ที่มี ฝีมือในทางมวยไทยก็มีมาก เช่น พระเจ้าตากสิน วิชามวยไทยได้ยังยืนมาจนถึงสมัยปัจจุบัน และในสมัยอยุธยาตอนปลายนี้ มวยไทยได้ชกกันด้วยการคาดเชือก คือ ใช้เชือกเป็นผ้าพันมือ บางครั้งการชกก็อาจถึงตาย เพราะเชือกที่คาดมือนั้น บางครั้งก็ใช้น้ำมันชุบเศษแก้วละเอียด ชกถูกตรงไหน ก็เป็นผลตรงนั้น จะเห็นได้ว่ามวยไทยในสมัยนั้นมีอันตราย เป็นอันมาก

ต่อมาในปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา มวยไทยก็มีการฝึกตามสำนักฝึกต่าง ๆ และมีการฝึกกันอย่างกว้างขวาง จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์มีเวทีมวยที่จัดให้มีการแข่งขันกันอย่างสนุกสนาน เช่น เวทีสวนเจ้าเชษฐ และเวทีสวนกุหลาบ ซึ่งการชกมวยในสมัยนี้ยังมีการคาดเชือกอยู่ จนตอนหลัง นวมได้เข้ามาแพร่หลายในประเทศไทย การชกกันในสมัยหลัง ๆ จึงได้สวมนวมชก แต่การชกกันก็ยังเหมือนเดิม คือ ใช้

การถีบ ชก คอก และเช่า ดังที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันนี้ ฯ จากการศึกษาประวัติศาสตร์ของมวยไทยสามารถแบ่งออกเป็น 5 สมัย ดังนี้

1. มวยไทยในสมัยกรุงสุโขทัย

สมัยกรุงสุโขทัยเริ่มประมาณ พ.ศ. 1781 – 1951 รวมระยะเวลา 140 ปี หลักฐานจากศิลาจารึกกล่าวไว้ชัดเจนว่า กรุงสุโขทัยทำสงครามกับประเทศอื่นรอบด้าน จึงมีการฝึกทหารให้มีความรู้ความชำนาญในการรบด้วยอาวุธ ดาบ หอก โล่ รวมไปถึงการใช้วัยวะของร่างกายเข้าช่วยในการรบระยะประชิดตัวด้วย เช่น ถีบ เตะ เช่า คอก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรบ

หลังเสร็จสงครามแล้ว ชายหนุ่มในสมัยกรุงสุโขทัยมักจะฝึกมวยไทยกันทุกคนเพื่อเสริมลักษณะชายชาติศรี เพื่อศิลปะป้องกันตัว เพื่อเตรียมเข้ารับราชการทหารและถือเป็นประเพณีอันดีงาม ในสมัยนั้นจะฝึกมวยไทยตามสำนักที่มีชื่อเสียง เช่น สำนักสมอคอน แขวงเมืองลพบุรี นอกจากนี้ยังมีการฝึกมวยไทยตามลานวัดโดยพระภิกษุอีกด้วย วิธีฝึกหัดมวยไทยในสมัยกรุงสุโขทัย ครูมวยจะใช้กลอุบายให้ศิษย์ ตักน้ำดำข้าว ผ่าฟัน ว่ายน้ำ ห้อยโหนเถาวัลย์ เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงและอดทนก่อนจึงเริ่มฝึกทักษะ โดยการผูกผ้าขาวม้าเป็นปมใหญ่ ๆ ไว้กับกิ่งไม้ แล้วชกให้ถูกด้วยหมัด เท้า เช่า คอก นอกจากนี้ยังมีการฝึกเตะกับต้นกล้วย ชกกับคู่ซ้อม ปล้ำกับคู่ซ้อม จบลงด้วยการว่ายน้ำเพื่อทำความสะอาดร่างกาย และผ่อนคลายกล้ามเนื้อก่อนนอน ครูมวยจะอบรมศีลธรรมจรรยา ทบทวนทักษะมวยไทยท่าต่าง ๆ จากการฝึกในวันนั้น ผนวกกับทักษะท่าต่าง ๆ ที่ฝึกก่อนหน้านี้แล้ว

สมัยกรุงสุโขทัยมวยไทยถือว่าเป็นศาสตร์ชั้นสูงถูกบรรจุไว้ในหลักสูตรการศึกษาของกษัตริย์เพื่อฝึกให้เป็นนักรบที่มีความกล้าหาญ มีสมรรถภาพร่างกายดีเยี่ยม เป็นกษัตริย์ที่เก่งกล้าสามารถในการปกครองประเทศต่อไป ดังความปรากฏตามพงศาวดารว่า พ่อขุนศรีอินทราทิตย์กษัตริย์กรุงสุโขทัยพระองค์แรกทรงเห็นการณ์ไกลจึงส่งเจ้าชายร่วงโอรสองค์ที่สอง ซึ่งขณะนั้นมีพระชนมายุได้ 13 พรรษาไปฝึกมวยไทยที่สำนักสมอคอน แขวงเมืองลพบุรี เพื่อฝึกให้เป็นกษัตริย์ที่เก่งกล้าในอนาคต และในปี พ.ศ. 1818 – 1860 พ่อขุนรามคำแหงได้เขียนตำราพิชัยสงคราม ข้อความบางตอนกล่าวถึงมวยไทยด้วย นอกจากนี้พระเจ้าลิไท เมื่อครั้งยังทรงพระเยาว์ทรงได้รับการศึกษาจากสำนักราชบัณฑิตในพระราชวังมีความรู้แตกฉานจนได้รับยกย่องว่าเป็นปราชญ์ ซึ่งสำนักราชบัณฑิตมิได้สอนวิชาการเพียงอย่างเดียวพระองค์ยังต้องฝึกภาคปฏิบัติควบคู่กันไปด้วย โดยเฉพาะการต่อสู้ป้องกันตัวด้วยมือเปล่าแบบมวยไทยและการใช้อาวุธ คือ ดาบ หอก มีด โล่ ธนู เป็นต้น

2. มวยไทยในสมัยกรุงศรีอยุธยา

สมัยกรุงศรีอยุธยาเริ่มประมาณ พ.ศ. 1988 – 2310 รวมระยะเวลา 417 ปี บางสมัยก็มีศึกกับประเทศใกล้เคียง เช่น พม่า และเขมร ดังนั้น ชายหนุ่มสมัยกรุงศรีอยุธยาจึงต้องฝึกฝนความชำนาญในการต่อสู้ด้วยอาวุธและศิลปะป้องกันตัวด้วยมือเปล่า โดยมีครูผู้เชี่ยวชาญทางการต่อสู้เป็นผู้สอน การฝึกเริ่มจากในวังไปสู่ประชาชน สำนักดาบพุทธโทยสวรรค์เป็นสำนักดาบที่มีชื่อเสียงสมัยอยุธยา มีผู้นิยมไปเรียนมาก ซึ่งในการฝึกจะใช้อาวุธจำลอง คือ ดาบหวาย กระบี่กระบอง นอกจากนี้ยังต้องฝึกการต่อสู้ป้องกันตัวด้วยมือเปล่า เรียกว่า มวยไทย ควบคู่กันไปด้วย ในสมัยนี้วัดยังคงเป็นสถานที่ให้ความรู้ทั้งวิชาสามัญและวิชาปฏิบัติในเชิงอาวุธควบคู่กับมวยไทยอีกด้วย

• สมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พ.ศ. 2133 – 2147)

พระองค์ทรงเลือกคนหนุ่มรุ่นราวคราวเดียวกับพระองค์มาทรงฝึกหัดด้วยพระองค์เอง โดยฝึกให้มีความกล้าหาญ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ใช้อาวุธได้ทุกชนิดอย่างชำนาญ มีความสามารถในการต่อสู้มวยไทยดีเยี่ยม และพระองค์ทรงตั้งกองเสือป่าแมวมอง เป็นหน่วยรบแบบกองโจร ซึ่งทหารกองนี้เองมีบทบาทมากในการกอบกู้เอกราชจากพม่าในปี พ.ศ. 2127

• สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2147 – 2233)

สภาพบ้านเมืองสงบร่มเย็น มีความเจริญรุ่งเรืองมาก พระองค์ทรงให้การส่งเสริมและสนับสนุนกีฬาอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะมวยไทยนั้นนิยมกันมากจนกลายเป็นกีฬาอาชีพ มีค่ายมวยเกิดขึ้นมากมาย มวยไทยสมัยนี้ชกกันบนลานดิน โดยใช้เชือกเส้นเดียวกันบริเวณเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส นักมวยจะใช้ด้ายดิบชุบแป้งหรือน้ำมันดินจนแข็งพันมือ เรียกว่า คาดเชือก หรือ มวยคาดเชือก นิยมสวมมงคลไว้ที่ศีรษะ และผูกประเจียดไว้ที่ต้นแขนตลอดการแข่งขัน การเปรียบคู่ชกด้วยความสมัครใจทั้งสองฝ่าย ไม่คำนึงถึงขนาดของร่างกายและอายุ กติกาการชก คือ ชกจนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะยอมแพ้ และในงานเทศกาลต่าง ๆ ต้องมีการจัดแข่งขันมวยไทยด้วยเสมอ มีการพนันกันระหว่างนักมวยที่เก่งจากหมู่บ้านหนึ่งกับนักมวยที่เก่งจากอีกหมู่บ้านหนึ่ง

• สมัยสมเด็จพระเจ้าเสือ (พ.ศ. 2240 – 2252)

สมัยพระเจ้าเสือ หรือขุนหลวงสุรศักดิ์ พระองค์ทรงโปรดการชกมวยไทยมาก ครั้งหนึ่งพระองค์ได้เสด็จไปที่ตำบลหาดกรวด พร้อมด้วยมหาดเล็กอีก 4 คน แต่งกายแบบชาวบ้านไปเที่ยวงานแล้วเข้าร่วมการเปรียบคู่ชก นายสนามรู้เพียงว่าพระองค์เป็นนักมวยจากเมืองกรุงจึงจัดให้ชกกับนักมวยฝีมือดีจากสำนักมวยเมืองวิเศษไชยชาญ ซึ่งได้แก่ นายกลางหมัดตาย นายใหญ่หมัดเล็ก และนายเล็กหมัดหนัก ซึ่ง

พระองค์ชกชนะทั้งสามคนรวด นอกจากนี้พระองค์ทรงฝึกฝนให้เจ้าฟ้าเพชรและเจ้าฟ้าพร พระราชโอรส ให้มีความสามารถในด้านมวยไทย กระบี่กระบองและมวยปล้ำอีกด้วย

ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น พระมหากษัตริย์ทรงโปรดให้มีกรมมวยหลวงขึ้นโดยให้คัดเลือก เอาชายฉกรรจ์ที่มีฝีมือในการชกมวยไทยเข้าต่อสู้กันหน้าพระที่นั่ง แล้วคัดเลือกผู้มีฝีมือเลิศไว้เป็นทหาร สนธิ และทหารรักษาพระองค์ เรียกว่า "ทหารเลือก" สังกัดกรมมวยหลวง มีหน้าที่รักษาความปลอดภัย ภายในพระราชวังหรือตามเสด็จในงานต่าง ๆ ทั้งยังเป็นครูฝึกมวยไทยให้ทหารและพระราชโอรสอีกด้วย

3. สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย

หลังจากพ่ายแพ้แก่พม่าเป็นครั้งที่ 2 พ.ศ. 2310 มีนักมวยที่มีชื่อเสียงสองคน ดังนี้

1. นายขนมต้ม เป็นคนไทยที่ถูกกวาดต้อนไปครั้งกรุงศรีอยุธยาแตกครั้งที่ 2 เมื่อครั้งปี พ.ศ. 2310 ต่อมาในปี พ.ศ. 2317 พระเจ้ากรุงอังวะกษัตริย์พม่าทรงโปรดให้จัดงานพิธีสมโภชมหาเจดีย์ใหญ่ ณ เมืองย่างกุ้ง ทรงตรัสให้หานักมวยไทยฝีมือดีมาเปรียบกับนักมวยพม่า แล้วให้ชกกันที่หน้าพระที่นั่ง ในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2317 ซึ่งนายขนมต้มชกชนะนักมวยพม่าถึง 10 คน โดยไม่มีการพักเลย การชกชนะ ครั้งนี้เป็นการเล่นศิลปะมวยไทยในต่างแดนเป็นครั้งแรก ดังนั้น นายขนมต้มจึงเปรียบเสมือน "บิดามวยไทย" และวันที่ 17 มีนาคม ถือว่า เป็นวันมวยไทย

2. พระยาพิชัยดาบหัก (พ.ศ. 2284 – 2325) เดิมชื่อ จ้อย เป็นคนเมืองพิชัย จังหวัดอุดรธานี มีความรู้ความสามารถเชิงกีฬามวยไทยมาก ได้ฝึกมวยไทยจากสำนักครูเที่ยงและใช้วิชาความรู้ชกมวยไทย หาเลี้ยงตัวเองมาจนอายุได้ 16 ปี แล้วจึงฝึกดาบ ภายหลังชกมวยเงินจากชาวจีน ด้วยฝีมือเป็นเลิศในเชิงมวยไทยและดาบ เป็นที่ปรากฏแก่สายตาของพระเจ้าตากสิน จึงทรงให้เข้าไปรับราชการและได้โปรดเกล้า ฯ เป็นหลวงพิชัยอาสา หลังจากพระเจ้าตากสินทรงสถาปนากรุงธนบุรีเป็นราชธานี ก็ทรงให้พระยาพิชัยไปครองเมืองพิชัยบ้านเมืองเดิมของตนเอง และในปี พ.ศ. 2314 พม่ายกทัพมาตีเมืองเชียงใหม่และเลยมาตีเมืองพิชัย พระยาพิชัยจึงนำทหารออกสู้รบ การรบถึงขั้นตะลุมบอน จนดาบหักทั้งสองข้าง จึงได้นำมาว่า พระยาพิชัยดาบหัก

4. สมัยกรุงธนบุรี

สมัยกรุงธนบุรีเริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2310 – 2324 รวมระยะเวลา 14 ปี บ้านเมืองอยู่ระหว่างการฟื้นฟูประเทศ หลังจากการกู้เอกราชคืนมาได้ การฝึกมวยไทยสมัยนี้เพื่อการสงครามและการฝึกทหารอย่างแท้จริง

ในยุคนี้มีนักมวยฝีมือดีมากมาย เช่น นายเมฆบ้านท่าเสา นายเที่ยงบ้านเก่ง นายแห้วแขวงเมืองตาก นายนิลทุ่งยั้ง นายถึกศิษย์ครูนิล ส่วนนักมวยที่เป็นนายทหารเลือกของพระเจ้าตากสิน ได้แก่ หลวง

พรหมเสนา หลวงราชเสนหา ขุนอภัยภักดี นายหมึก นายทองดีฟันขาว หรือพระยาพิชัยดาบหัก การจัดชกมวยในสมัยกรุงธนบุรี นิยมจัดสำหรับนักมวยต่างถิ่น หรือลูกศิษย์ต่างครูชกกัน กติกาการแข่งขันยังไม่ปรากฏชัดเจน ทราบเพียงแต่ว่าชกแบบไม่มีคะแนน จนกว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะยอมแพ้ไป สังเวียนเป็นลานดิน ส่วนมากเป็นบริเวณวัด นักมวยยังชกแบบคาดเชือก สวมมงคล และผูกประเจียดที่ต้นแขนขณะทำการแข่งขัน

5. สมัยกรุงรัตนโกสินทร์

กีฬามวยไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น รัชกาลที่ 1 ถึงรัชกาลที่ 4 พ.ศ. 2325 – 2411 รวมระยะเวลา 86 ปี กีฬามวยไทยยังเป็นศิลปะประจำชาติ มีการจัดแข่งขันในงานเทศกาลประจำปี กติกาเริ่มมีการกำหนดเวลาการแข่งขันเป็นยก โดยใช้กะลามะพร้าวที่มีรูลายน้ํา หากกะลามะพร้าวจมถึงก้นอ่าง ก็จะตีกลองเป็นสัญญาณหมดยก การแข่งขันไม่กำหนดยก ชกกันจนกว่าอีกฝ่ายหนึ่งจะยอมแพ้

- สมัยรัชกาลที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (พ.ศ. 2325 – 2352)

พระองค์ทรงฝึกหัดมวยไทยมาตั้งแต่ยังทรงพระเยาว์ และทรงสนพระทัยในการเสด็จทอดพระเนตรการแข่งขันชกมวยไทยอยู่เสมอ ในปี พ.ศ. 2331 พ่อค้าชาวฝรั่งเศสสองพี่น้องเดินทางไปค้าขายทั่วโลกด้วยเรือกำปั่น ซึ่งมีคนน้องเป็นนักมวยฝีมือดี เทียวพนันชกมวยมาหลายเมืองเดินทางมาถึงกรุงเทพมหานครจึงได้ล่ํากราบเรียนพระยาพระคลัง ขอชกมวยพนันกับคนไทย ครั้นพระยาพระคลังได้นำความขึ้นกราบทูลรัชกาลที่ 1 พระองค์ทรงตรัสปรึกษากับกรมพระราชวังบวรพระอนุชา ซึ่งเป็นผู้มีฝีมือมวยไทย และคุมกรมมวยหลวงอยู่ในขณะนั้น รับตกลงพนันกันเป็นเงิน 50 ชั่ง กรมพระราชวังบวรคัดเลือกนายเลื่องกว้างหน้าฝีมือดีชื่อ หมื่นผลาญ ให้เข้ารับการต่อสู้กับนักมวยฝรั่งเศสในครั้งนี้ สังเวียนการแข่งขันจัดสร้างขึ้นที่สนามหลังวัดพระแก้ว โดยใช้เชือกเส้นเดียวผูกกับเสา 4 ต้น สูงประมาณ 70 เซนติเมตร ซึ่งกันบริเวณให้เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างประมาณด้านละ 20 เมตร ด้านหน้าปลูกพลับพลาที่ประทับ กติกาการแข่งขันไม่มีการให้คะแนน ชกกันจนกว่าจะแพ้ชนะกันโดยเด็ดขาด เมื่อใกล้เวลาชกทรงตรัสสั่งให้แต่งตัวหมื่นผลาญ ด้วยการชโลมน้ํามันว่านยาตามร่างกาย ผูกประเจียดเครื่องรางที่ต้นแขน แล้วให้ช็อคคนมาส่งถึงสังเวียน

เมื่อการแข่งขันเริ่มขึ้น ฝรั่งเศสได้เปรียบรูปร่าง เข้าประชิดตัว พยายามจะปล้ําเพื่อหักคอและไหลปลาร้า หมื่นผลาญพยายามปิดป้อง ปิดเปิด สลับกับเตะถีบชิงต่อยแล้วถอยวนหนีชิงชกนานฝรั่งเศสยิ่งเสียเปรียบ เพราะไม่สามารถทำอะไรได้ ฝรั่งเศสเห็นว่าถ้าชกต่อไปน้องชายคงเสียเปรียบแน่จึงตัดสินใจกระโดดเข้าไปขวางกั้นไม่ให้หมื่นผลาญถอยหนี การกระทำเหมือนช่วยกัน จึงเกิดมวยหมุ่ระหว่างพวกฝรั่งเศสกับพวกนายเลื่อง ฝรั่งเศสบาดเจ็บหลายคน รัชกาลที่ 1 จึงทรงพระราชทานหมอยาหมอนวดไปรักษาพยาบาล เมื่อหายดีแล้วฝรั่งเศสสองพี่น้องก็ออกเรือกลับไป

- สมัยรัชกาลที่ 2 พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (พ.ศ. 2352 – 2367)

เมื่อทรงพระเยาว์ พระองค์ทรงฝึกมวยไทยจากสำนักวัดบางหัวใหญ่ (วัดระฆังโฆสิตาราม) จากสมเด็จพระวันรัต (ทองอยู่) ซึ่งเคยเป็นแม่ทัพเก่า ครั้นเมื่อพระชนมายุ 16 พรรษา ได้เสด็จมาประทับในพระราชวังเดิมและทรงฝึกมวยไทยจากนายทนายเลือกเพิ่มเติมอีก อีกทั้งทรงโปรดให้สร้างสนามมวยที่สนามหญ้าบริเวณวังหลัง และทรงเปลี่ยนคำว่า "รำหมัด รำมวย" มาเป็น "มวยไทย"

- สมัยรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2367 – 2394)

พระองค์ทรงฝึกมวยไทยจากนายทนายเลือกในรัชกาลที่ 2 ในสมัยนี้ประชาชนตามหัวเมืองยังคงนิยมฝึกมวยไทยและกระบี่กระบองกันอยู่ ด้วยเหตุผลนี้เองท้าวสุรนารี หรือคุณหญิงโม ภรรยาเจ้าเมืองโคราชจึงสามารถคุมทัพออกต่อสู้เอาชนะกองทัพของเจ้าอนุวงศ์แห่งเมืองเวียงจันทน์ และรักษาเมืองไว้ได้

- สมัยรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2394 – 2411)

ในขณะที่ทรงพระเยาว์ ทรงแต่งองค์อย่างกุมารชกมวยไทย และเล่นกระบี่กระบองแสดงในงานสมโภชหน้าพระอุโบสถ ณ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ในสมัยนี้เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อของอารยธรรมตะวันตกเริ่มแพร่หลายเข้ามาในประเทศไทย แต่มวยไทยยังคงเป็นกีฬาประจำชาติอยู่

- สมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411 – 2453)

พระองค์ทรงฝึกมวยไทยจากสำนักมวยหลวง ซึ่งมีปรมาจารย์หลวงพลโยธานุโยค ครูมวยหลวงเป็นผู้ถวายการสอน ทำให้พระองค์โปรดกีฬามวยไทยมาก เสด็จทอดพระเนตรการชกมวยหน้าพระที่นั่ง ทรงโปรดให้ข้าหลวงหัวเมืองต่าง ๆ คัดนักมวยฝีมือดีมาชกกันหน้าพระที่นั่งเพื่อหานักมวยที่เก่งที่สุดเข้าเป็นทหารรักษาพระองค์ สังกัดกรมมวยหลวง

พระองค์ทรงเห็นคุณค่าของกีฬาประจำชาติ จึงตรัสให้มีการแข่งขันมวยไทยขึ้นทั่วประเทศ เพื่อให้เกิดความนิยมกีฬามวยไทยมากขึ้น นอกจากนี้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้มี "มวยหลวง" ตามหัวเมืองต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่ฝึกสอน จัดการแข่งขัน และควบคุมการแข่งขันมวยไทย เมื่อมีงานพระราชพิธีต่าง ๆ เช่น งานโสกันต์ งานพระเมรุหรืองานรับแขกเมือง สำนักพระราชวังจะออกหมายเรียกให้มวยหลวงนำคณะนักมวย คณะปี่กลองมาร่วมแสดงในงานด้วย ดังเช่นในงานศพของกรมขุนมรุพงศ์ศิริพัฒน์ ซึ่งจัดขึ้น ณ ท้องทุ่งพระเมรุ (สนามหลวง) ด้านป้อมเมรุจัดตั้งกร ในงานนี้พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้มีการจัดแข่งขันมวยไทยหน้าพระที่นั่ง มีนักมวยฝีมือดีจากต่างจังหวัดหลายคนชกชนะคู่ต่อสู้ และได้รับพระราชทาน "หมิ่น" ดังนี้

1. หมิ่นมวยมีชื่อ คือ นายปล่อง จำนงทอง นักมวยฝีมือดีจากเมืองไชยา ผู้ชกด้วยท่าเสือลากหางเข้าจับพุ่มคู่ต่อสู้ จนได้รับชัยชนะหลายครั้ง

2. หมิ่นมวยแม่นหมัด คือ นายกลิ้ง ไม่ปรากฏนามสกุล นักมวยฝีมือดีจากเมืองลพบุรี ผู้มีลีลาการชกฉลาด รุกรับ หลบหลีกว่องไว ใช้หมัดตรงได้อย่างยอดเยี่ยม

3. หมิ่นชังดเชิงชก คือ นายแดง ไทยประเสริฐ นักมวยฝีมือดีจากเมืองโคราช ผู้มีการเตะที่รุนแรง และมีหมัดเหวี่ยงอันเลื่องลือ สมยานามว่า "หมัดเหวี่ยงควาย"

ปี พ.ศ. 2430 รัชกาลที่ 5 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ตั้งกรมศึกษาธิการขึ้น ให้มวยไทยเป็นวิชาหนึ่งในหลักสูตรของโรงเรียนครูฝึกหัดพลศึกษา และโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า และในสมัยนี้เป็นที่ยอมรับว่าเป็น ยุคทองของมวยไทย

- สมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453 – 2468)

ในระหว่างปี พ.ศ. 2457 – 2461 ประเทศไทยได้ส่งทหารเข้าร่วมกับฝ่ายสัมพันธมิตรในสงครามโลกครั้งที่ 1 ณ เมืองมาเซย์ ประเทศฝรั่งเศส โดยมีพลโทพระยาเทพหัสดินเป็นแม่ทัพคุมทหารไทยไปร่วมรบในครั้งนี้ ท่านเป็นผู้ที่สนใจมากและได้จัดมวยไทย ชกมวยไทยโชว์ให้ทหารและประชาชนชาวยุโรปชม สร้างความชื่นชอบและประทับใจอย่างยิ่ง ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มวยไทยเริ่มเผยแพร่ในยุโรป

ปี พ.ศ. 2464 หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 สนามมวยสวนกุหลาบเป็นสนามมวยถาวรแห่งแรกที่มีการแข่งขันเป็นประจำ บนสนามฟุตบอลภายในโรงเรียนสวนกุหลาบ ในระยะเริ่มแรกผู้ชมจะนั่งและยืนรอบสังเวียนซึ่งเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างประมาณด้านละ 26 เมตร ชิดเส้นกันบริเวณที่ห้ามผู้ชมล้ำเขตสังเวียน นักมวยคาดเชือกที่มีมือมีการแต่งกายด้วยด้ายดิบ สวมมงคล ผูกประเจียดไว้ที่ต้นแขน สวมกางเกงขาสั้น สวมกระชับบุนวมป้องกันอวัยวะที่สำคัญ และใช้ผ้าคาดทับรอบเอวอย่างแน่นหนาอีกครั้ง ไม่สวมเสื้อและรองเท้าว กรรมการผู้ชี้ขาดแต่งกายด้วยชุดผ้าม่วงนุ่งโจงกระเบน สวมเสื้อราชประแตนและสวมถุงเท้าขาว

มวยคู่ผู้ที่สนใจมาก คือ หมิ่นมวยแม่นหมัด นักมวยฝีมือดีในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งอายุได้ 50 ปี ชกกับนายผ่อง ปราบสบถ นักมวยหนุ่มฝีมือดี รูปร่างสูงใหญ่ อายุ 22 ปี จากโคราช การชกครั้งนี้เพื่อแก้แค้นแทนบิดาที่แพ้หมิ่นมวยแม่นหมัด เมื่อครั้งชกกันหน้าพระที่นั่งงานพระเมรุขุนมรุพงศ์ศิริพัฒน์ การแข่งขันใช้เวลา 2 นาที หมิ่นมวยแม่นหมัดถูกหมัดเหวี่ยงควายของนายผ่อง ล้มนอนหมดสติกับพื้นสนาม ผู้ชมต่างตื่นเต้นกับชัยชนะของนายผ่อง วิ่งเข้าห้อมล้อมเพื่อแสดงความยินดี ทำให้เกิดความวุ่นวาย เจ้าที่และลูกเสือต้องทำงานหนัก จากเหตุการณ์ครั้งนี้คณะกรรมการจัดมวยจึงจัดประชุมเพื่อหาทางแก้ไข ในที่สุดตกลงสร้างเวทีมวยขึ้นใหม่ในวันรุ่งขึ้น โดยยกพื้นเวทีสูง 4 ฟุต ปูพื้นด้วยเสื่อจันทบูรหลายผืนเย็บติดกัน มีเชือกกันเวทีขนาด 1 นิ้ว มีช่องตรงมุมบันไดสำนักมวยและให้ผู้ตัดสินขึ้นลง ผู้ตัดสินแต่งเครื่องแบบเสื้อป่าเต็มยศ มีเจ้าหน้าที่รักษาเวลาโดยใช้นาฬิกาจับเวลา 2 เรือน ใช้เสียงกลองเป็นสัญญาณการชกแข่งขัน

กัน 11 ยก ยกละ 3 นาที ต้องแยกจากกันเมื่อผู้ตัดสินสั่งแยก ห้ามกัด ห้ามซ้ำ ใช้ลูกติดฟันได้ ถ้าคู่ต่อสู้ล้มให้ไปยืนรอที่มุมกลาง มีวงมโหรีปีกทองของหมื่นสมักร เสียงประจิดร บรรเลงให้จังหวะขณะแข่งขัน

ประชาชนสนใจเข้าชมการแข่งขันกันมากและเรียกร้องให้จัดต่อไปอีก รัชกาลที่ 6 จึงทรงโปรดเกล้าให้พระยานนทิสุนทรภักดี แม่กองเสือป่า จัดแข่งขันชมมวยเพื่อหาทุนซื้อปืนให้กองเสือป่า โดยให้สมุหเทศาภิบาลและข้าหลวงหัวเมืองต่าง ๆ จัดนักมวยฝีมือดีมาชกกัน นักมวยส่วนใหญ่จากต่างจังหวัดจะพักที่ห้องสโมสรเสือป่า บริเวณสวนดุสิตเมื่อนักมวยเปรียบคู่ได้แล้ว นักข่าวจะถ่ายภาพทำโฆษณา ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มีการโฆษณา การแข่งขันมวยไทย

มวยคู่ประวัติศาสตร์ที่สามารถทำเงินได้มากที่สุดในยุคนั้น คือ นายยัง หาญทะเล กับ จีฉ่าง (ไ้วจกุ่น) นักมวยจีน ผลการแข่งขันจีฉ่างถูกชกที่ใบหน้าแล้วเตะตามบริเวณก้นคอล้มลงนอนนิ่ง ผู้ตัดสินนับ 10 ก็ไม่สามารถลุกขึ้นมาต่อสู้ได้

- สมัยรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2468 – 2477)

ระหว่างปี พ.ศ. 2466 – 2472 พลโทพระยาเทพหัสดินได้สร้างสนามมวยหลักเมืองท่าช้างขึ้น บริเวณโรงละครแห่งชาติปัจจุบันเวทีมีเชือกกันเส้นใหญ่ขึ้น เชือกแต่ละเส้นขึงตึงเป็นเส้นเดียวไม่เปิดช่องตรงมุมสำหรับขึ้นลงเหมือนกับยุคเก่า เพื่อป้องกันนักมวยตกเวทีตรงช่องนี้และจัดการแข่งขันเป็นประจำทุกปี

ปี พ.ศ. 2472 รัฐบาลมีคำสั่งให้การแข่งขันชมมวยไทยทั่วประเทศสวมนวมชกได้ ตัวอย่างการสวมนวมจากนักมวยฟิลิปปินส์ที่เข้ามาชกมวยสากลในประเทศไทย ทั้งนี้สาเหตุเนื่องจาก นายแพ เลี้ยงประเสริฐ นักมวยฝีมือดีจากบ้านท่าเสา จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้ต่อย นายเจีย แยกเขมร ตายด้วยหมัดคาดเชือก

ในวันเสาร์ที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2472 เจ้าคุณคณาธิบดีได้เริ่มจัดการแข่งขันชมมวยไทยขึ้นที่สวนสนุกภายในบริเวณสวนลุมพินีร่วมกับมหรสพอื่น ๆ โดยคัดเอานักมวยฝีมือดีชกกันทุกวันเสาร์ เนื่องจากเจ้าคุณเป็นคนทันสมัยจึงจัดเวทีมวยแบบมาตรฐานสากล คือ มีเชือก 3 เส้น ใช้ผ้าใบปูพื้น มีมุมแดง มุมน้ำเงิน มีผู้ตัดสินให้คะแนน 2 คน มีผู้ชี้ขาดการแข่งขันบนเวที 1 คน ให้สัญญาณด้วยระฆังเป็นครั้งแรก และในวันเสาร์ที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2472 ในรายการต้อนรับวันปีใหม่ คู่เอกระหว่างสมาน ดิลกวิลาศ กับ เดช ภูภิญโญ มวยประกอบรายการได้แก่ นายแอ ม่วงดี กับสุวรรณ นิวาสะวัตร ซึ่งนายแอ ม่วงดี ได้นำเอากระบี่เหล็กมาใช้ป้องกันอวัยวะสำคัญทำให้นักมวยคนอื่น ๆ หันมาใช้กระบี่เหล็กตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

- สมัยรัชกาลที่ 8 พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล (พ.ศ. 2477 – 2489)

ระหว่างปี พ.ศ. 2478 – 2484 คหบดีผู้มีชื่อเสียงในสมัยนั้นได้สร้างเวทีมวยขึ้นบริเวณที่ดินของเจ้าเชตุ ชื่อ สนามมวยสวนเจ้าเชตุ ปัจจุบันคือ ที่ตั้งกรมรักษาดินแดน การดำเนินการจัดการแข่งขันเป็นไป

ด้วยดี เนื่องจากทหารเข้ามาควบคุม เพื่อนำรายได้ไปบำรุงกิจการทหาร จัดการแข่งขันกันติดต่อกันหลายปี จึงเลิกไปเพราะเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีกองทัพญี่ปุ่นบุกเข้าประเทศไทย เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2484

ระหว่างปี พ.ศ. 2485 – 2487 สงครามโลกครั้งที่ 2 กำลังจะสงบแต่ยังคงมีเครื่องบินข้าศึกบินลาดตระเวนอยู่ทั้งกลางวันและกลางคืน จำเป็นต้องจัดการแข่งขันชกมวยไทยตามโรงภาพยนตร์ต่างๆ ในเวลากลางวัน เช่น สนามมวยพัฒนาการ สนามมวยท่าพระจันทร์ สนามมวยวงเวียนใหญ่ เนื่องจากประชาชนยังคงให้ความสนใจมวยไทยอยู่

วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2488 สนามมวยเวทีราชดำเนินได้เปิดสนามทำการแข่งขันครั้งแรก มีนายปราโมทย์ พึ่งสุนทร เป็นนายสนามมวยคนแรก พระยาจินดารักษ์เป็นกรรมการบริหารเวที ครูชิต อัมพลสิน เป็นโปรโมเตอร์จัดชกเป็นประจำในวันอาทิตย์เวลา 16.00 น. – 17.00 น. ใช้กติกาของกรมพลศึกษา ปี พ.ศ. 2480 ชก 5 ยก ยกละ 3 นาที พักระหว่างยก 2 นาที ในระยะแรกมีการชกน้ำหนักตัวนักมวยด้วยมาตราส่วนเป็น สโตนเหมือนน้ำหนักตัวม้า อีก 2 ปีต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นกิโลกรัม และในปี พ.ศ. 2491 เปลี่ยนน้ำหนักตัวนักมวยเป็นปอนด์ เพื่อให้เป็นระบบสากลมากขึ้น และเรียกชื่อรุ่นตามน้ำหนักตัว เช่น น้ำหนักไม่เกิน 112 ปอนด์รุ่นฟลายเวท น้ำหนักไม่เกิน 118 ปอนด์รุ่นแบนตั้มเวท เป็นต้น และปี พ.ศ. 2494 สนามมวยเวทีราชดำเนินได้เริ่มก่อสร้างหลังคาอย่างถาวร

วันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2496 พันตำรวจเอกพิชัย กุลลณิษฐ์ ผู้ช่วยมวยนายสนามมวยเวทีราชดำเนินได้ออกระเบียบให้นักมวยสวมกางเกงให้ตรงมุมตนเอง พี่เลี้ยงต้องแต่งกายสุภาพ

วันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2496 สนามมวยเวทีลุมพินี ได้เปิดการแข่งขันมวยไทยขึ้นเป็นครั้งแรก มีเสธเอิบ แสงฤทธิ์ เป็นนายสนาม นายเขต ศรียาภัย เป็นผู้จัดการ

ปี พ.ศ. 2498 บริษัทเวทีราชดำเนิน จำกัด ได้จัดทำกติกามวยไทยอาชีพฉบับแรกขึ้น โดยได้ปรับปรุงจากกติกามวยไทย ฉบับปี พ.ศ. 2480 ของกรมพลศึกษา

ปี พ.ศ. 2502 นายโนกุจิ นักธุรกิจชาวญี่ปุ่นนำนักมวยชาวญี่ปุ่นมาชกกับนักมวยไทยได้ถ่ายภาพยนต์มวยไทยไว้แล้วนำไปศึกษา เปลี่ยนชื่อเป็นคิกบ็อกซิ่ง นายไคโด เคนกุจิ ผู้นำด้านศิลปะการต่อสู้ชาวญี่ปุ่นได้เข้าชมมวย ณ เวทีราชดำเนิน เกิดความประทับใจ นำวิชามวยไทยไปฝึกสอนกันอย่างจริงจัง ในโรงเรียนประถมศึกษาของญี่ปุ่น

ปี พ.ศ. 2503 บริษัทเวทีราชดำเนิน จำกัด ได้เพิ่มข้อบังคับกติกามวยไทยอาชีพอีกว่า นักมวยไทยต้องมีอายุในวันแข่งขันไม่ต่ำกว่า 18 ปี และอายุไม่เกิน 38 ปีบริบูรณ์

ปี พ.ศ. 2504 เวทีราชดำเนินได้จัดการแข่งขันมวยชิงถ้วยพระราชทานขึ้นเป็นครั้งแรก มีนักมวยซึ่งได้รับถ้วยพระราชทาน ตามลำดับดังนี้

วันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2504	คนที่ 1 นำศักดิ์ ยนต์กรกิจ
วันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2506	คนที่ 2 เดชฤทธิ์ อธิธินุชิต
วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2508	คนที่ 3 สมพงษ์ เจริญเมือง
วันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2512	คนที่ 4 เฉลิมศักดิ์ เพลิณจิต
วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2514	คนที่ 5 ศรณกรบ เกียรติวายุภักษ์
วันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2522	คนที่ 6 เฟด็จศึก พิษณุราชันย์
วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2527	นายเฉลิม เชี่ยวสกุล ประธานบริษัท เวทีราชดำเนิน

จำกัด ประกาศใช้ระเบียบข้อบังคับว่าด้วยการชิงแชมป์เปี้ยน การป้องกันแชมป์เปี้ยน และการจัดอันดับนักมวยไทยของเวทีราชดำเนินเป็นครั้งแรก

ปี พ.ศ. 2528 บริษัท เวทีราชดำเนิน จำกัด ได้ปรับปรุงกติกามวยไทยอาชีพให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ให้มีชื่อว่า " กติกามวยไทยอาชีพของเวทีราชดำเนิน พ.ศ. 2528 "

ธันวาคม พ.ศ. 2527 เวทีมวยราชดำเนินจัดอันดับ 10 ยอดมวยไทยขึ้นเป็นครั้งแรก ดังนี้
(กาญจน์ พาท สายเมือง, 2555)

- คนที่ 1 ผล พระประแดง
- คนที่ 2 สุข ประสาทหินพิมาย
- คนที่ 3 ชูชัย พระขรรค์ชัย
- คนที่ 4 ประยุทธ์ อุดมศักดิ์
- คนที่ 5 อุดลย์ ศรีโสธร
- คนที่ 6 อภิเดช ศิษย์หิรัญ
- คนที่ 7 วิชาญน้อย พรทวี
- คนที่ 8 พุฒ ล้อเหล็ก
- คนที่ 9 ผดผาดน้อย วรวุฒิ
- คนที่ 10 ดีเซลน้อย ช.ธนสุ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ามวยไทยมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ มีการพัฒนาการเรื่อย ๆ โดยสมัยก่อนมีการฝึกมวยไทยในวังเฉพาะผู้ชายที่เป็นทหาร เพื่อไว้ใช้ต่อสู้กับข้าศึกศัตรูที่มารุกรานสยามประเทศ ต่อมาก็มีการฝึกมวยไทยตามลานวัดต่าง ๆ สอนโดยพระภิกษุสงฆ์ (ซึ่งส่วนใหญ่เคยเป็นทหาร) หรือครูมวยที่มี

ความสามารถทางด้านมวยไทย โดยฝึกมวยไทยมีวัตถุประสงค์เพิ่มเติมนอกเหนือจากเพื่อไว้ใช้ต่อสู้กับข้าศึกแล้ว ยังไว้ใช้เพื่อแข่งขันและเพื่อคัดเลือกตัวเป็นทหาร (กรมทนายเลือก) และปัจจุบันการฝึกมวยไทยได้แพร่หลายทั้งในไทยและต่างประเทศ และทั่วโลกมีค่ายมวย โรงเรียนสอนมวยและยิมมวยต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยวัตถุประสงค์การเรียนในปัจจุบันก็เพื่อไว้ออกกำลังกาย ป้องกันตัว ลดน้ำหนัก กระชับสัดส่วน สร้างความแข็งแรง ใช้เป็นการแสดงโชว์มวย และเพื่อเป็นอาชีพขึ้นชกตามเวทีต่าง ๆ นอกจากนี้มวยไทยยังมีความสำคัญต่อด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. มวยไทยมีความสำคัญต่อบุคคล คือ บุคคลที่ฝึกมวยไทยจะมีพัฒนาการทางด้านร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง เพราะมวยไทยเป็นการออกกำลังกายทุกส่วนของร่างกายที่ผสมผสานกันอย่างสวยงามและลงตัว มีพัฒนาการทางด้านอารมณ์ กล่าวคือ จะเป็นบุคคลที่มีอารมณ์เย็นลง มีสมาธิ รู้จักตัดสินใจ ปัญหาด้วยเหตุผลโดยไม่ใช้กำลัง เพราะเรียนรู้จากความเจ็บปวดว่าเป็นอย่างไร รู้จักแพ้ รู้จักชนะ และรู้จักการให้อภัย มีพัฒนาการทางด้านสังคม กล่าวคือ เป็นที่รักของคนทั่วไปที่ได้พบปะพูดคุย อธิษฐานดี อ่อนน้อมถ่อมตน คุยนุก และชอบพบปะสังสรรค์ มีพัฒนาการทางด้านจิตใจ กล่าวคือ มีจิตใจที่มั่นคง โอบอ้อมอารีและเข้มแข็ง กล้าตัดสินใจ และมีพัฒนาการทางด้านสติปัญญาดียิ่งขึ้น กล่าวคือ มีหลักแนวคิดวิเคราะห์ แยกแยะสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี

2. มวยไทยมีความสำคัญต่อชุมชนและเศรษฐกิจ โดยในแต่ละปีมีชาวต่างประเทศสนใจเดินทางมาร่วมงานไหว้ครูมวยไทยโลก ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจัดอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 14 ปี โดยจะมีชาวต่างชาติที่สนใจเข้าร่วมงานจำนวนกว่า 1,800 คน จาก 57 ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นว่ามีชาวต่างชาติสนใจมวยไทยเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายเงินสูง นอกจากนี้แล้วยังมีชาวต่างชาติที่สนใจเรียนมวยไทยตามค่ายมวยที่มีมาตรฐานพร้อมรองรับทัวร์ต่างประเทศจำนวน 443 ค่าย ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ และมีชาวต่างชาตินิยมเข้ามาชมมวยไทยในสนามมวยเวทีราชดำเนินและสนามมวยเวทีลุมพินี ซึ่งมีการจัดชกเป็นประจำ ส่งผลให้เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แล้ว ต่างจังหวัดในงานประเพณีหรืองานสำคัญต่าง ๆ นิยมจัดกิจกรรมการชกมวยไทยหรือการแสดงศิลปะมวยไทย เพื่อที่จะให้บุคคลจำนวนมากเข้ามามีส่วนร่วม เช่น ประชาชนทั่วไปเข้ามาชมการแข่งขันและการแสดง มีการเปิดร้านขายสินค้า จำหน่ายอาหารส่งเสริมให้เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจรากหญ้า และกระจายรายได้สู่ชุมชนได้ดีอีกด้วย

3. มวยไทยมีความสำคัญต่อประเทศชาติ ในสมัยโบราณพระมหากษัตริย์และทหารได้ใช้วิชามวยไทยต่อสู้และปกป้องประเทศชาติจากการรุกรานจากประเทศชาติอื่น ๆ และมวยเป็นกีฬาชนิดเดียวที่มีชื่อของประเทศไทยต่อท้าย เพราะมวยไทยเป็นศิลปะป้องกันตัวประจำชาติไทย ยากที่ชนชาติใดจะเสมอ

เหมือนหรือทัดเทียมนักมวยชาวไทย โดยประวัติศาสตร์ชาติไทยได้บันทึกบุคคลที่มีความสำคัญและมีความสามารถทางด้านมวยไทย เช่น พระเจ้าตากสินมหาราช สมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 (พระเจ้าเสือ) พระยาพิชัยดาบหัก และนายขนมต้ม เป็นต้น

4. มวยไทยมีความสำคัญต่อศาสนาและวัฒนธรรม นอกจากจะได้เรียนรู้วิชามวยไทยจากครูมวยแล้วยังได้เรียนรู้เรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่ฝังมาของไทย เช่น การกราบ การไหว้ การเคารพครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณ การยืม การอ่อนน้อมถ่อมตน การรักษาศีลธรรมอันดีงาม ซึ่งเป็นสิ่งที่นักมวยทุกคนพึงควรปฏิบัติ ซึ่งชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาฝึกฝนศิลปะการต่อสู้ด้วยมวยไทย ทำให้ชาวต่างชาตินั้นเข้าใจวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของไทย และสามารถนำกลับไปเผยแพร่ให้กับประเทศของตน จึงทำให้มวยไทยกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

5. มวยไทยมีความสำคัญต่อสุขภาพร่างกาย เพราะมวยไทยเป็นการออกกำลังกายทุกส่วนของร่างกาย ส่งผลให้ผู้เรียนมีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง มีกล้ามเนื้อที่ทรงพลัง มีความอดทนสูง มีความคล่องแคล่วว่องไว ยืดหยุ่นตัวดี การทำงานของระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้นให้เลือดสูบฉีดได้ดี การทำงานของระบบหายใจดีส่งผลให้สามารถทำงานได้นานขึ้นไม่เหน็ดเหนื่อยง่าย มีสัดส่วนที่สมส่วนดูดี และปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ

6. มวยไทยมีความสำคัญต่อการนันทนาการ เพราะมวยไทยสามารถเป็นกิจกรรมนันทนาการให้กับผู้รับชมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีการต่อสู้ด้วยท่วงท่าที่สวยงาม มีแม่ไม้และลูกไม้ที่แข็งแรงและทรงพลังทำให้มวยไทยเป็นที่นิยมสำหรับบุคคลทั่วไป เห็นได้จากปัจจุบันมีการถ่ายทอดสดการแข่งขันมวยไทยตามช่องต่าง ๆ สัปดาห์ละกว่า 10 ช่อง และปัจจุบันความบันเทิงไม่ได้มีแค่ชมการชกมวยไทยเพียงอย่างเดียว แต่ความบันเทิงยังเกิดจากการปฏิบัติฝึกกีฬามวยไทยในมิติของการออกกำลังกายแบบแอโรบิกหรือศิลปะมวยไทยที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มของผู้หญิง นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มผู้สูงอายุ

จากความหมายของมวยไทยดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า มวยไทยคือศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประจำชาติไทยที่บรรพบุรุษได้ฝึกฝน ร่ำเรียน เอาไว้ใช้ต่อสู้กับข้าศึกศัตรู จนรักษาผืนแผ่นดินไทยให้ลูกหลานไทยได้ยืนอยู่จนถึงทุกวันนี้ มวยไทยเป็นการต่อสู้ด้วยอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายและเป็นอาวุธ ได้แก่ 2 หมัด 2 เท้า 2 เข่า 2 ศอก และ 1 ศีรษะ ที่เรียกว่า นวอาวุธ นอกจากนี้แล้ว มวยไทยในยุคปัจจุบันยังได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก ในแต่ละปีมีชาวต่างชาติสนใจมาเรียนมวยไทย ชมมวยไทย และมาแข่งขันมวยไทยเป็นจำนวนมาก มวยไทยจึงจัดว่าเป็นเครือข่ายที่มีบทบาททั้งในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศ โดยมูลค่าของมวยไทยที่เกิดขึ้นทั้งในด้านกีฬาอาชีพ กีฬาเพื่อสุขภาพ สินค้า

สนับสนุน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 100,000 ล้านบาทต่อปี ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา การบริหารจัดการค่ายมวยไทย เพื่อการสอนชาวต่างประเทศที่ดี จึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาค่ายมวยและครูมวยให้ได้มาตรฐาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่สนใจมาเรียนมวยไทย

1.3 มวยไทย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติไทย

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวของคนไทย เป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติ เป็นกีฬาที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมมา เป็นกีฬาที่ใช้การต่อสู้ที่มีอาวุธหมัด เท้า เข่า และศอก แบบมวยไทยอาชีพและมวยไทยสมัครเล่นแบบมีกติกาและเป็นศิลปะที่ใช้แสดงในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้การไหว้ครู แม่ไม้มวยไทย และลูกไม้มวยไทย อีกทั้งเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน และเป็นปฏิสัมพันธ์ของคนไทยที่มีต่อประวัติศาสตร์ อันนำไปสู่ความรู้สึก ความเคารพ และความภาคภูมิใจของคนในชาติไทยตามอนุสัญญาว่าด้วยการปกป้องคุ้มครองมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของยูเนสโก ในวันที่ 17 ตุลาคม 2546 มีเจตนารมณ์ที่สำคัญในการผลิต สงวนรักษา ถิ่นไว้และสร้างสรรค์ใหม่ ซึ่งมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นการปฏิบัติในการเป็นตัวแทน การแสดงออก ความรู้ ทักษะ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ซึ่งถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งอย่างสม่ำเสมอปัจจุบันมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ใช้ทักษะ หมัด เท้า เข่า และศอก ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังให้ความสนใจศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ประเทศไทยดำรงรักษาเอกราชมาจนทุกวันนี้เพราะพระปรีชาสามารถของพระมหากษัตริย์และความสามัคคีของคนในชาติ รวมทั้งวิชามวยไทยซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประจำชาติไทยที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการป้องกันประเทศ คนไทยแต่โบราณนั้นยึดถือว่า “ชายที่กำเนิดเป็นคนไทยทุกคนจะต้องเป็นทหาร” เพราะการสร้างบ้านเมืองในระยะแรก ย่อมต้องมีการทำสงครามกับเพื่อนบ้าน ดังนั้นผู้ชายไทยจึงใช้มวยไทย อันเป็นศิลปะการต่อสู้ด้วยมือเปล่า โดยใช้อวัยวะของร่างกาย เช่น หมัด เท้า เข่า และศอก เข้าต่อสู้ป้องกันตัวและป้องกันชาตินำไปสู่การเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประจำชาติไทย ขณะเดียวกันมวยไทยยังเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายที่สร้างพลังให้ร่างกายเป็นอย่างดี การฝึกมวยก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตัวผู้ฝึกเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีส่วนในการพัฒนาจิตใจให้แข็งแกร่ง มีระเบียบวินัย มีคุณธรรม มีความกตัญญูต่อเวทียะและมีความเป็นนักกีฬา สามารถนำไปใช้ป้องกันตนเองในชีวิตประจำวัน และก่อให้เกิดความอดทนอดกลั้น มีร่างกายที่แข็งแรง สมส่วน คล่องแคล่ว ว่องไว และสามารถทำให้มีภูมิคุ้มกันต่อโรคภัยไข้เจ็บสูง ส่วนประโยชน์ต่อประเทศชาติมวยไทยยังดำรงไว้ซึ่งศิลปะการต่อสู้ประจำชาติของไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีลีลาสวยงาม น่าสนใจที่จะหาศิลปะการต่อสู้ของชาติอื่นใดมาเทียบได้

ซึ่งมวยไทยสามารถแบ่งประเภทของมวยไทยดังที่กรมพลศึกษา (2559) แบ่งประเภทมวยไทยออกเป็น 4 ภาค ได้แก่

1) มวยไทยสายไชยา เอกลักษณ์ของมวยไทยสายไชยา พบว่า มีทั้งหมด 6 ด้าน คือ การตั้งท่ามวย หรือการจดมวยท่าครูหรือท่าอย่างสามชุก การร่ายรำไหว้ครู การพันหมัดแบบคาดเชือก การแต่งกาย และการฝึกซ้อมกระบวนท่าของมวยไทยสายไชยา พบว่ามีทั้งหมด 5 ชุด คือ แม่ไม้มวยไทยสายไชยา ท่าบริหารกายเพื่อพายุฤทธิ์ ท่ามวยไทยสายไชยาพายุฤทธิ์ เคล็ดมวยไทยสายไชยา และลูกไม้มวยไทยสายไชยา

2) มวยไทยสายโคราช เอกลักษณ์ของมวยไทยสายโคราช พบว่า สวมกางเกงขาสั้น ไม่สวมเสื้อ สวมมงคลที่ศีรษะขณะชก และที่พิเศษและแตกต่างไปจากมวยภาคอื่น ๆ คือ การพันหมัดแบบคาดเชือกตั้งแต่หมัดขึ้นไปจรดข้อศอก เพราะมวยไทยสายโคราชเวลาต่อย เตะวงกว้าง และใช้หมัดเหวี่ยงควาย กระบวนท่าของมวยไทยสายโคราช พบว่า มีการฝึกตามขั้นตอน ฝึกโดยใช้ธรรมชาติ เมื่อเกิดความคล่องแคล่วแล้ว ทำพิธียกครู อย่างสามชุก และให้ฝึกท่าอยู่กับที่ 5 ท่า ท่าเคลื่อนที่ 5 ท่า ท่าฝึกลูกไม้แก้ทางมวย 11 ท่า ฝึกท่าแม่ไม้ม้าสำคัญ ประกอบด้วย ท่าแม่ไม้ครู 5 ท่า และท่าแม่ไม้ม้าสำคัญโบราณ 21 ท่า แล้วก็มีโครงมวยเป็นคติสอนนักมวยด้วย พร้อมทั้งคำแนะนำเตือนสติไม่ให้เกรงกลัวคู่ต่อสู้

3) มวยไทยสายลพบุรี เอกลักษณ์ของมวยไทยสายลพบุรี พบว่า เป็นมวยที่ชกฉลาด รุกรับคล่องแคล่ว และว่องไว ต่อหมัดตรงได้แม่นยำ เรียกลักษณะการต่อยมวยแบบนี้ว่า “มวยเกี้ยว” ซึ่งหมายถึง มวยที่ใช้ชั้นเชิงเข้าทำคู่ต่อสู้โดยใช้กลลวงมากมายจะเคลื่อนตัวอยู่เสมอ หลอกล่อหลบหลีกได้ดี สายตาดี รุกรับ และออกอาวุธหมัด เท้า เข้า ศอก ได้อย่างรวดเร็ว สมกับฉายาฉลาดลพบุรี เอกลักษณ์ที่เห็นชัดอีกประการหนึ่งก็คือ มีการพันข้อมือครึ่งแขน แต่ที่เด่นและแปลกกว่ามวยสายอื่น คือ การพันคาดทับข้อเท้าซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของมวยไทยสายลพบุรี กระบวนท่าของมวยไทยสายลพบุรี พบว่ามี 16 กระบวนท่า ได้แก่ กระบวนท่ายอเขาพระสุเมรุ หักวงงไอยรา ขุนยักษ์จับลิง หักคอ เอราวัน เอราวันเสยงา ขุนยักษ์พานาง พระรามนำวศร กวางเหลียวหลัง หิริณม้วนแผ่นดิน หนูมานถวายแหวน ล้มขุนทวนอายุ ลิงชิงลูกไม้ คชสารทองหย้า คชสารแทงงา ลิงพลีและหนูมานถอนตอ ครูมวยและนักมวยไทยสายลพบุรี ได้แก่ ครูตั้ง ตาแดง ครูนวล หมื่นมือแม่นหมัด

4) มวยไทยสายท่าเสาและพระยาพิชัย เอกลักษณ์มวยไทยสายท่าเสาและพระยาพิชัย พบว่า มวยไทยสายพระยาพิชัย มีเอกลักษณ์เด่น 5 ประการ คือ การยืนมวยหรือจดมวย โดยน้ำหนักอยู่เท้าหลัง การร่ายรำไหว้ครู ทำนั้งต้องส่องเมฆก่อนยืนมงคล และประเจียดเป็นมงคลถักสีแดงลงอาคมและมีข้างเดียว พิธีกรรมเป็นพิธีที่สำคัญมี 3 พิธี ได้แก่ ยกครูหรือขึ้นครู ไหว้ครูและครอบครู แม่มวยมีทั้งอ่อนและแข็งอยู่ในคราวเดียวกันจะถนัดเรื่องการใช้เท้าเป็นอาวุธที่รวดเร็ว กระบวนท่าของมวยไทยสายท่าเสา

และพระยาพิชัย พบว่า มีกระบวนท่าการชก 15 ไม่ ประกอบด้วย หมัดตรงหมัดครึ่งศอก ครึ่งหมัดครึ่งศอก หมัดเหวี่ยงหรือหมัดขว้าง หมัดตบหรือหมัดเหวี่ยงสั้น หมัดตบหรือหมัดเฉียงสั้น หมัดเหวี่ยงขึ้นตรง หมัดเหวี่ยงกลับ หมัดจัด หมัดเสย หมัดสอยดาว หมัดหนาย หมัดเหวี่ยงบนยาว หมัดจิกหรือหมัดฉก หมัดเสื่อหรือหมัดมะเหงก หมัดคู่ หมัดอัด และหมัดตัววัด

ระเบียบประเพณีของมวยไทย

มวยไทย มีวิวัฒนาการมาหลายยุคหลายสมัย จึงได้หลอมรวมศิลปวัฒนธรรมหลายด้านเข้าด้วยกัน อย่างผสมผสานและกลมกลืน เช่น ความเชื่อในเรื่องของจิตวิญญาณ คาถาอาคม ดนตรี วรรณกรรม คุณธรรม จริยธรรม เป็นธรรมเนียมนิยมที่นักมวยไทยยังคงยึดถือและปฏิบัติกันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่

1. ประเพณีการไหวครูในการฝากตัวเป็นศิษย์
2. การไหวครูก่อนทำการแข่งขันชกมวยไทย
3. คุณค่าของการไหวครู

1. ประเพณีการไหวครูในการฝากตัวเป็นศิษย์

การไหวครูถือว่เป็นประเพณีที่สำคัญของมวยไทย และถือว่เป็นพิธีการอันศักดิ์สิทธิ์ของมวยไทย ประกอบด้วยคุณลักษณะของการวางาย ความรู้จริง กล้าหาญ อดทน มีน้ำใจ กตัญญู และซื่อสัตย์ หากขาดข้อใดข้อหนึ่งแล้ว จะเรียกว่ มวยไทยก็สุดจะฝน ในสมัยโบราณจึงมีการทดสอบสิ่งเหล่านี้ด้วยการ “ขึ้นครู” ก่อนเสมอและเปลี่ยนมาเป้น “ไหวครู” เมื่อเวลาว่างเลยผานไป (ปัญญา ไกรทัศน์, 2524)



ภาพที่ 2.1 การไหว้ครู ฝากตัวเป็นศิษย์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

ในสมัยโบราณ “ขึ้นครู” เปรียบเสมือนพิธีการมอบตนเองในลักษณะขอขึ้นอยู่ใต้บังคับบัญชาของครู เพื่อร่ำเรียนวิทยาการในฐานะคนที่วางาย สอนนายและกลาหาญ เพื่อเตรียมตัวและปรับปรุงตนก้าวขึ้นสู่ความเป็นทหารพระราชา การที่นักมวยไทยคนใดไร้ความรู้ ขาดการเชื่อฟังคำสอนของครู และกระทำตัวเยี่ยงอันธพาล และเป็นบุคคลที่ซี้ซลาดตาขาวจะเป็นนักมวยไทยและทหารพระราชามิได้ นักมวยจะต้องมีครูและเคารพเทิดทูนครู เพราะว่าการที่ครูจะยอมรับศิษย์แต่ละคนนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายนัก มวยไทยจัดว่าเป็นศิลปะการต่อสู้แบบหนึ่งของคนไทยอันเป็นมรดกสืบทอดกันมาแต่ครั้งสมัยโบราณ ในอดีตผู้เข้าสมัครเป็นศิษย์จะมีความรู้สึกลายากแสนยาก ที่กว่าจะได้เรียนรู้ถึงศิลปศาสตร์ขั้นนี้ได้เพราะในสมัยนั้นครูบาอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านนี้มีอยู่ไม่มากนัก อีกประการหนึ่งท่านไม่คิดการสอนแต่อย่างใด ผู้ที่มีความประสงค์จะศึกษาเล่าเรียนจำต้องมาฝากเนื้อฝากตัวกับครู และคอยปรนนิบัติอยู่เป็นเวลานานจนกว่าจะได้รับการถ่ายทอดวิชาพาหุยุทธครบถ้วน ด้วยเหตุเช่นนี้ ครูและศิษย์มวยในสมัยก่อนนั้นจึงมีความสัมพันธ์กันแนบแน่นดุจบุตรกับบิดามารดา (ปัญญา ไกรทัศน์, 2524) ผู้เป็นศิษย์จะต้องให้การเคารพเทิดทูนและนับถือครูของตนไว้อย่างสูง ด้วยเหตุนี้เอง ในขณะที่ก่อนจะลงมือทำการต่อสู้บนสังเวียนทุกครั้ง นักมวย

มีความจำเป็นต้องกราบไหว้เพื่อระลึกถึงพระคุณครูเป็นการแสดงความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณอันเป็นวัฒนธรรมประจำตัวของคนไทยสืบมา

2. การไหว้ครูก่อนทำการแข่งขันชกมวยไทย



ภาพที่ 2.2 การไหว้ครูก่อนทำการแข่งขัน

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

การไหว้ครูก่อนการแข่งขันนั้น ถ้าเป็นการต่อสู้ในเชิงศิลปะมวยไทยตามประเพณีโบราณ ต้องมีการไหว้ครู เพื่อเป็นการระลึกถึงพระคุณครูบาอาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิทยาการ เพื่อความเป็นมงคล ทำให้จิตใจมั่นคงไม่หวั่นไหว และมีสติอย่างมั่นคง ส่วนการรายรำเป็นการสังเกตดูเชิงคูต่อสู้โดยปริยาย และเป็นการยืดเส้นยืดสายให้คลายความเคร่งเครียดทางจิตใจ และทางกายก่อนเข้าโรมรันฟันแทงกับคูต่อสู้ (รังสฤษฎ์ บุญชลอ, 2541) ในปัจจุบันตามกติกาการแข่งขันมวยไทยนั้น ก่อนเริ่มชกในยกแรกนักมวยทุกคนต้องไหว้ครูรายรำตามประเพณี เมื่อไหว้ครูรายรำเสร็จแล้วจึงให้เริ่มชกแข่งขันได้ เพราะความกตัญญูคือ เครื่องหมายของคนดี ผู้ที่มีความกตัญญูทุกเวทีเป็นที่ตั้ง ถือว่าเป็นคุณสมบัติของนักมวยอย่างสมบูรณ์ นักมวยทุกคนก่อนที่จะชกเป็นอย่างถูกหลัก วิธีการ และมีความก้าวหน้าได้นั้น จำต้องอาศัยครูเป็นผู้สอนสั่งประสิทธิ์ประสาทพร้อมถ่ายทอดวิทยาการความรู้ เล่ห์เหลี่ยม และลูกเล่นต่าง ๆ ครูมวยบางคนถ่ายทอดให้แกศิษย์โดยไม่คิดหวังผลตอบแทน โดยหวังแต่เพียงว่า หากการส่งเสริมนี้ศิษย์ดำรงอยู่ได้อย่างสุขสบายก็พึงพอใจได้แล้ว (ปัญญา ไกรทัศน์, 2524)

สำหรับพิธีการไหว้ครูมวยไทยมีวิธีการเตรียมการดังนี้

1. จัดที่บูชา มีพระพุทธรูปเป็นประธาน
2. มีดอกไม้สด ธูป เทียน สำหรับบูชา
3. มีเครื่องอุปกรณ์มวยไทยทุกอย่างเท่าที่มีวางไว้ 2 ข้างที่บูชา เช่น มงคล ฝ่าฟันมี

นวม เวที ตำรา ฯลฯ

4. มีเทียนขี้ผึ้งหนัก 1 บาท หนึ่งเล่ม เพื่อใช้ประกอบพิธีทำนํ้ามนต์
5. น้ำ 1 ชัน เพื่อทำนํ้ามนต์หรือโหมากพอกกับจำนวนคน
6. แป้งกระแจะใส่ในถ้วยสำหรับเจิม

เครื่องบูชาที่ศิษย์พึงเตรียมไป ได้แก่

1. ดอกไมสดสีต่าง ๆ จะเป็นช่อ เป็นกำ หรือเป็นพวงก็ได้ (จัดแต่ละคน)
2. ผาขาวยาวประมาณ 1 เมตรครึ่ง (จัดรวมกัน)
3. ธูปแพ เทียนแพ 1 สำหรับ (จัดรวมกัน)
4. พาน หรือถาด 1 ใบ สำหรับใส่เครื่องบูชา (จัดรวมกัน)



ภาพที่ 2.3 พิธีไหว้ครูมวยไทย ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

การไหว้ครู ถือเป็นประเพณีที่สำคัญของการเป็นนักมวยไทย เกิดความเป็นสิริมงคลแก่ทุกฝ่าย ลักษณะของกิจกรรม เช่น การขึ้นครู การครอบครู และการไหว้ครูประจำป ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป และในดานของการไหว้ครูประจำป ซึ่งจัดกันเป็นประจำหรือเป็นประเพณี ดูเหมือนในทั่วโลกนี้จะมีเพียงประเทศไทยเท่านั้นที่ปฏิบัติ ประเทศไทยเรามีประเพณีการไหว้ครูมาแต่โบราณ เราไหว้ครูเพราะความเคารพในความเป็นครูและความเป็นผู้มีคุณธรรม คุณสมบัติทั้ง 2 ประการของครูต้องสอดคล้องและสัมพันธ์กับคุณธรรมของศิษย์ การเรียนการสอนจึงจะดำเนินไปได้ด้วยดี และคำปฏิญาณที่ศิษย์กล่าวต่อหนาคูในพิธีไหว้ครูนี้ จะทำให้ศิษย์ระลึกถึงอยู่เสมอแม้จะจบการศึกษา และอบรมไปแล้วเป็นเวลานานก็

ตาม ก็ยังมีใจระลึกถึงครูอยู่ด้วยความเคารพยกย่อง บางสาขาวิชาซึ่งปกอนจะนำความรู้มาใช้ มักจะทำพิธีบูชาครูก่อน เพื่อระลึกถึงครู เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ และยังเพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ตน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมนันทนาการประเภทหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการท่องเที่ยวเดินทางสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเพื่อให้เกิดความสุขทั้งทางกายและจิตใจ ซึ่งมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้คำนิยามและความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization –WTO) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวแต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
- 2) การเดินทางเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้และเพื่อติดต่อธุรกิจ

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท (2561) ให้นิยามนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในประเทศไทยหนึ่งครั้ง ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 90 วัน และชาวต่างประเทศเหล่านี้จะต้องเดินทางเข้ามา

เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งดังนี้

- 1) เดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ/เพื่อนๆ พักผ่อน การศาสนา การกีฬา การประชุมสัมมนา การทูต
- 2) การเดินทางเข้าเพื่อประสงค์ติดต่อทางธุรกิจหรือการค้าขาย
- 3) เดินทางเข้ามาและออกไปกับเรือเดินสมุทรลาเดียวกันที่แวะจอด ณ ท่าเรือและขึ้นมาค้างคืนบนบก

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางออกจากประเทศไทยแล้ว และเดินทางกลับเข้ามาใหม่ในการกลับมาครั้งที่ 2 หรือครั้งต่อไป หากแต่ละครั้งพำนักอยู่ในประเทศไทยเกินกว่า 24 ชั่วโมง ก็จะถูกนับรวมเข้าเป็นนักท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่งตามหลักเกณฑ์ และผู้โดยสารที่เดินทางผ่านหรือแวะต่อเครื่องบิน

ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จะไม่นับรวมเข้าเป็น นักท่องเที่ยวและผู้ที่พักอาศัยอยู่ติดเขตชายแดนไทย เข้ามาเยือนกลับ ก็ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยวเช่นกัน

เกียรติคุณปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างถึงคำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ ที่ได้จัดประชุม ว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปีพ.ศ. 2506 ไว้ว่าหมายถึงกิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (1) ต้องมีการเดินทาง (2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน (3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง

Coltman (1989) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกันและกันระหว่างกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการ ดังกล่าวต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

Mill (1990) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

Davison (1993) กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว เพื่อไปเยี่ยมญาติ หรือวัตถุอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อน การประชุม การกีฬา การสัมมนา เป็นต้น

ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางโดยสมัครใจ ออกจากถิ่นประเทศที่พักอาศัยประจำไปยังถิ่นหรือประเทศใหม่ชั่วคราว และอาจไปเพื่อแสวงหาความสุข ประกอบภารกิจ หรือธุรกิจบางอย่าง การศาสนา ประชุมสัมมนา เพื่อสุขภาพ กีฬา หรือแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ และต้องไม่ใช่เดินทางเพื่อการไปประกอบอาชีพ การอพยพลี้ภัย การข้ามชายแดนติดกันเพื่อทำงาน และการไปประจำเขตแดนของทหารหรือข้าราชการ

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากแหล่งที่พักเดิมที่อาศัยอยู่เป็นประจำไปยังถิ่นอื่น ประเทศอื่น เพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ แสวงหาความสุขจากการทำกิจกรรมด้านกีฬานันทนาการ ด้านศาสนา การประชุม การความสุขด้านการบันเทิง การศึกษาหาความรู้ และต้องไม่มีวัตถุประสงค์ในการประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยการตลาดการท่องเที่ยว, 2561)

สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี 2561 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยกลุ่มตลาดหลัก ได้แก่ จีน เกาหลีใต้และญี่ปุ่น ซึ่งการเติบโตของนักท่องเที่ยวจีนมีเพิ่มมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 3 และจากกรณีเหตุการณ์อุบัติเหตุทางเรือที่จังหวัดภูเก็ต พบว่า จำนวน

นักท่องเที่ยวลดลงในช่วงต้นปี 2562 และนอกจากนี้จีนมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมโดยต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เน้นการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวจีนที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยควบคู่กับการรักษานักท่องเที่ยวเดิมไว้ตลอดจนการหามาตรการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศและเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ขณะที่ตลาดอเมริกามีการเติบโตอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปและตะวันออกกลางยังมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจโลก

2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (Components of Tourism)

พยอม ธรรมบุตร (2546) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบท เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านเรียนรู้ถึงภูมิปัญญา ท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่ง ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการต้อนรับ (Accommodation)

ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Bed & Breakfast เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ และที่พักแรมประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะทำให้ราคาและบริการในระดับต่างกัน เช่น ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ บริการชาวน้ำ บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

4. กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ (Tourist activities and Recreational activities)

นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเช่นกันในยุคปัจจุบันซึ่งการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ความงามของธรรมชาติเท่านั้น หากความสำคัญสำหรับผู้มาเยือน คือ การได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบนผืนดินชื้นแฉะในป่าดิบชื้น (Rainforest) การล่องแก่งในแม่น้ำที่ตื้นเขิน การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึกในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าว มักก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น

5. ส่วนประกอบอื่นๆ บริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)

ได้แก่ ทั้งหมดที่มีบริการให้นักท่องเที่ยว เช่น บริการด้าน ร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

2.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism)

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เกิดจากการรวมคำ 2 คำเข้าด้วยกัน คือ คำว่า กีฬา (Sports) และการท่องเที่ยว (Tourism) โดยทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทย และองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization หรือ UNWTO) ได้ให้คำนิยามแก่การท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ว่า “การเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่ หรือถิ่นที่ประกอบอาชีพอยู่โดยปกติ เพื่อวัตถุประสงค์ได้ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยมีการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางอาจจะเป็นการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬานั้นหรือไม่ก็ได้ ” นอกจากนี้จะใช้คำเรียกผู้ที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourist) เมื่อพิจารณาถึงนิยามดังกล่าว และจากการค้นคว้าบทความของนักวิชาการที่ทำการศึกษเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นจำนวนมาก ซึ่งขยายความการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังนี้

1) ด้านรูปแบบและวัตถุประสงค์ของการเข้าร่วม

ผู้ที่มาเข้าร่วมจะต้องมีการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าจะมิได้เป็นจุดมุ่งหมายหลักในการเดินทางก็ตาม โดยอาจจะเป็นการเข้าร่วมเล่นกีฬาโดยตรง (Active Sport

Tourism) หรือ การเข้าร่วมเพื่อชมการเล่นกีฬาหรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา (Passive Sport Tourism) ก็ได้

2) ด้านสถานที่

จะต้องเป็นการออกไปยังนอกสถานที่ที่เป็นถิ่นที่อยู่หรือสถานที่ทำงานตามปกติ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีข้อกำหนดในส่วนนี้อย่างชัดเจนว่านักท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องอยู่ห่างจากถิ่น ที่อยู่เป็นระยะทางเท่าไร

3) ด้านเวลา

จะเป็นการท่องเที่ยวแบบที่มีการค้างคืน (Overnight) หรือไม่มีการค้างคืน (Day Trip) ก็ได้ โดยจะต้องไม่ติดต่อกันนานเกิน 1 ปี

2. ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิง กีฬาสามารถออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬา (Active Sport Tourism)

เป็นประเภทที่นักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเข้าร่วมเล่นกีฬาโดยตรง สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ได้เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ นักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาเป็นงานอดิเรก (Hobbyist) และนักท่องเที่ยวเพื่อการเล่นกีฬาในการแข่งขัน (Activity Participant)

2) การท่องเที่ยวในงานหรือมหกรรมกีฬา (Sport Event Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สามารถแบ่งผู้เข้าร่วมได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผู้ชม (Spectators) และ นักกีฬา (Competitors) หากเป็นการแข่งขันที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมากและมีนักกีฬาเป็นจำนวนน้อย จะเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬาระดับสูง (Elite Event Sport Tourism) ในทางตรงกันข้าม หากมีผู้เข้าชมจำนวนน้อยและมีนักกีฬาเป็นจำนวนมาก จะเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวงานหรือมหกรรมกีฬาทั่วไป (Nonelite Event Sport Tourism) ซึ่งการแข่งขันในรูปแบบนี้ เช่น มหกรรมกีฬาโอลิมปิกเกมส์ (Olympic Games) และการแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) จะเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล

3) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism)

เป็นการเดินทางไปเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านกีฬา เช่น การเยี่ยมชมสนามฟุตบอลในขณะที่ไม่ได้มีการแข่งขัน การเช่าค่ายฝึกกีฬา (Fantasy Camp) หรือการเข้าชมพิพิธภัณฑ์กีฬา (Sport Museum) เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ประกอบอาชีพอยู่โดยปกติ เพื่อวัตถุประสงค์หนึ่งที่ได้ไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี โดยเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นอีกส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยว รวมไปถึงการเล่นกีฬา การเข้าร่วมงานอีเวนต์หรือเทศกาลต่างๆ และอาจรวมไปถึงการเดินทางไปเพื่อชมสถานที่ที่มีความสำคัญทางด้านกีฬา เป็นต้น

2.5 การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Value Creation) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม มีความสำคัญในการทำให้เกิดความสำเร็จของกิจกรรม ซึ่งการสร้างมูลค่า (Value Creation) เป็นวิธีการที่ทำให้เกิดจุดแข็ง และนำสิ่งที่มีมาใชให้เกิดประโยชน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเป็นการสร้างคุณค่าของธุรกิจนำมาเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค ทำให้สินค้านั้นมีความโดดเด่น ในการสร้างมูลค่าอาจจะเป็นการสร้างบริการหรือสินค้าให้ต่างจากคู่แข่ง ทำให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ และสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกสบาย ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของบริการหรือสินค้ายังเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาขายได้สูงขึ้นเนื่องจากบริการและสินค้ามีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น

แนวทางการสร้างมูลค่าให้เกิดความยั่งยืน ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญในกระบวนการสร้างมูลค่า โดยนำเสนอคุณค่าของบริการและสินค้าที่สูงขึ้นแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของผู้ประกอบการ นำไปผสมผสานในกระบวนการของบริการหรือการผลิตสินค้า และจะต้องคำนึงถึงการได้ประโยชน์สูงสุดที่ผู้บริโภคจะได้รับ

กระบวนการทางการตลาดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

1. การตลาดที่ตอบสนองคุณค่าจากการใช้งานจริง (Functional Value) มีดังนี้

- 1.1 คุณภาพ (Quality)
- 1.2 ความคงทน (Durability)
- 1.3 ความเชื่อถือได้ (Reliability)
- 1.4 ราคา (Price)

คุณค่าการใช้งานจริงของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ ความปลอดภัยของกิจกรรม การได้รับความสะดวกสบาย บุคลากรมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ การคมนาคมที่มีความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว เป็นต้น กระบวนการทางการตลาดจะมีความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าใช้

งานจริง (Functional Value) การสื่อสารทางการตลาดยังเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้

2. การตลาดที่ตอบสนองคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value)

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีความเชื่อมโยงกับคุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) เป็นการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ได้รับ คุณค่าทางอารมณ์มักเกิดกับนักท่องเที่ยวที่มีความผูกพันกับกีฬาที่ตนเองพึงพอใจ นักท่องเที่ยวมักได้รับความพึงพอใจในการเล่นกีฬาและมีความรู้สึกตื่นเต้นจากกิจกรรมกีฬาที่ได้รับ เช่น การได้ขึ้นชมมวยบนเวที การชมการแข่งขันมวยไทยในสนามต่างๆ โดยเป็นการเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีกระบวนการทางการตลาดในการสร้างมูลค่าทางอารมณ์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่นำผูกกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การเรียนทำอาหารไทย การไปทำสปา การเรียนรู้ในภูมิปัญญาไทย เป็นต้น ซึ่งเป็นการเสริมประสบการณ์ที่นอกเหนือจากการทำกิจกรรมทางกีฬาของนักท่องเที่ยว

3. การตลาดที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางสังคม (Social Value)

คุณค่าทางสังคม (Social Value) ต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น การได้พบกับผู้ที่มีความชื่นชอบในกีฬาหรือกิจกรรมประเภทเดียวกัน การมีส่วนร่วมในการเชียร์กีฬาที่ชื่นชอบทีมกีฬาหรือนักกีฬาคณะเดียวกัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเดียวกัน และการได้พบเพื่อนใหม่ที่พบกันระหว่างการทำกิจกรรม เป็นต้น กระบวนการเพิ่มมูลค่าทางสังคมต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย เช่น การมีกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน การสร้างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบกีฬาคณะเดียวกัน เป็นต้น

4. การตลาดที่ตอบสนองคุณค่าทางประสบการณ์ (Epistemic Value)

เป็นการที่ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ การได้รับสิ่งแปลกใหม่ที่ผู้บริโภคไม่เคยได้รับมาก่อน อาจจะเป็นความโดดเด่นของสินค้าและบริการที่ไม่เหมือนใคร ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ที่มีความแตกต่างจนเห็นเป็นคุณค่า คุณค่าทางประสบการณ์มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งกับกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา เพราะนักกีฬาส่วนใหญ่ชอบเล่นกีฬาที่มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมใหม่ๆ เช่น การการวิ่งในสนามใหม่ๆ การตีกอล์ฟใบบรรยากาศภูเขาทะเล การเรียนมวยไทยในยิมมวยที่เปิดโล่ง การฝึกซ้อมมวยไทยกลางแจ้ง เป็นต้น กระบวนการสร้างมูลค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น การเพิ่มกิจกรรมรูปแบบใหม่ โดยค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ของพื้นที่นั้น และนำมาผสมผสานให้เข้ากับกีฬา การพัฒนาสถานที่ใหม่มีความแปลกใหม่ การประชาสัมพันธ์ถึงความแตกต่างของบรรยากาศที่แตกต่างไปตามฤดูกาล เป็นต้น

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย

3.1 ศักยภาพค่ายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2560) ได้วิจัยเรื่องกลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการเก็บข้อมูลในภาคต่าง ๆ และพบว่าศักยภาพของค่ายมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีลักษณะดังนี้

ภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี สมุทรปราการ และชลบุรี ซึ่งจังหวัดเหล่านี้อยู่ในเขตปริมณฑล การดำเนินธุรกิจค่ายมวยเป็นไป 2 แบบ แบบแรกค่ายใหญ่จะมีลักษณะทำธุรกิจเต็มตัว มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยค่อนข้างสูง รวมไปถึงค่าอาหารและค่าที่พักตลอดจนอุปกรณ์ฝึกซ้อมมวย บางอย่างก็ซื้อจากค่าย แบบที่สองค่ายเล็ก ๆ จะมีความเป็นกันเองกับนักมวยที่มาเรียนมีความเชื่อถือหัวหน้าค่ายและครูฝึกมาก ด้านปฏิสัมพันธ์มี 2 แบบ แบบแรกถ้าเป็นนักมวยชาวต่างประเทศที่มาเรียนและพักอาศัยอยู่ในค่ายมวยนาน ๆ มักจะมีค่าช่วยจ้างสอนมวยไทยให้แก่ชาวต่างประเทศ ทำให้ผู้เรียนมีความผูกพันกับค่ายมวยมาก ส่วนอีกแบบหนึ่งมาเรียนเพียงอย่างเดียวไม่พักในค่ายไม่รับประทานอาหารเช้าในค่าย หมดเวลาเรียนก็กลับไปข้างนอกค่ายมวย ไม่ค่อยผูกพันกับค่ายมากนัก ลักษณะการตลาดจะมีลักษณะการลงทุนสูงผลตอบแทนสูงเงินสดมีไม่มากเหมือนดาว (star) และบางส่วนเป็นแม่วัวเงิน (cow) ในการวิเคราะห์การตลาดนั้นเป็นได้ทั้งสองลักษณะ

ภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดกาญจนบุรี และราชบุรี ดำเนินธุรกิจค่ายมวยโดยไม่มีความกดดันจากรายได้มากนัก เนื่องจากทั้ง 2 ค่ายนี้ พัฒนามาจากค่ายมวยไทยอาชีพ มีลักษณะการอยู่แบบครอบครัวคล้ายทางภาคเหนือแต่ไม่ถึงกับมีวัฒนธรรมท้องถิ่น เข้ามามีบทบาทมากนัก ค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงมาก แต่ส่วนใหญ่ในจังหวัดกาญจนบุรีจะได้รายได้จากค่าที่พักกับสวัสดิการอื่น ๆ โดยค่ายมวยในจังหวัดกาญจนบุรี มีมารดาของเจ้าของค่ายทำอาหารให้นักมวยรับประทานเอง อีกทั้งนักมวยชอบบรรยากาศแบบชนบท อากาศสดชื่นวิ่งไปตามถนนบนคันคลองชลประทาน ส่วนที่จังหวัดราชบุรีนั้นมีสระว่ายน้ำ มีโรงแรมอยู่ในมหาวิทยาลัย ส่วนในเมืองราชบุรีถ้าพักที่โรงแรมแต่ทั้งสัปดาห์นักมวยซื้ออาหารทานเอง ซึ่งก็ปรับตัวรับประทานแบบไทย เช่นเดียวกับนักมวยไทยการตลาดเป็นลักษณะลงทุนด้วยเงินสดต่ำ และผลตอบแทนสูงเพราะมีผลมาจากค่ายมวยไทยดั้งเดิมพัฒนาขึ้นมา ส่วนของราชบุรีรายจ่ายคิดต้นทุนจากภาครัฐแทบจะไม่มีรายจ่ายมีแต่รายได้เข้าค่ายมวยการตลาดเข้าชั้นแม่วัวเงิน (cow)

กรุงเทพมหานคร ค่ายมวยในกรุงเทพมหานคร ส่วนมากพัฒนามากจากค่ายมวยไทยอาชีพผันตัวมาสอนชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ยังคงรูปแบบเดิม ๆ แบบของค่ายมวยไทยไว้ ผู้เรียนจะได้รับการดูแลอย่างดี มีการจัดการรายการแข่งขันให้ถ้าต้องการแข่งขัน ค่าสอนจะไม่เท่ากันโดยขึ้นอยู่กับแต่ละค่ายจะกำหนด เช่น ชั่วโมงละ 300 บาท ไปจนถึง 500 บาท ส่วนมากรายได้จากค่าที่พักและค่าอาหารที่จัดให้ ส่วนมากลงทุนสูงผลตอบแทนสูง เงินสดมีไม่มากการตลาดมีลักษณะดาว (star)

ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคนี้ส่วนใหญ่ยังมีความผูกพันกับสภาพขนบธรรมเนียมประเพณีแบบชาวเหนือที่ผูกพันกันแบบครอบครัวดูแลกันอย่างใกล้ชิด การลงทุนไม่สูง ค่าจ้างสอนไม่แพง โดยอยู่ที่ประมาณคนละ 250 บาทต่อคน อยู่กันอย่างง่าย ๆ เชื้อพืงหัวหน้าค่าย ผู้เรียนมี ความผูกพันกับผู้สอน เพราะปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันไม่ใช่เพียงแค่ธุรกิจอย่างเดียวแต่อยู่กันแบบครอบครัว ชาวอเมริกันและชาวอังกฤษทั้งสองท่านกล่าวว่าเชียงใหม่เหมือนบ้านของพวกเขา หลังจากเคยไปอยู่ค่ายมวยที่อำเภอเกาะสมุยและภูเก็ตมาแล้ว ระบุว่ามีความแตกต่างกันมากอยู่หากค่ายมวยที่เชียงใหม่จะมีความสุขมากกว่า อยากอยู่เป็นนาน ๆ ซึ่งอากาศที่เชียงใหม่มีศิลปวัฒนธรรมที่งดงาม ดังนั้นปัจจัยด้านขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของพื้นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนมวยไทยและ การดำรงชีวิตอยู่ของผู้มาเรียนมวยไทยถ้าการตลาดก็เปรียบได้กับแม่วัวนมมีการถือเงินสดมาก ค่าใช้จ่ายต่ำมีกำไรมาก บางค่าย การตลาดภาคนี้มีลักษณะลงทุนต่ำ เงินสดมีมากเป็นลักษณะแม่วัวเงิน (cow)

ภาคใต้ โดยส่วนใหญ่มีการแข่งขันกันสูงในด้านธุรกิจค่ายมวยการตลาดเติบโตสูง โดยเฉพาะช่วงช่วงไฮซีซั่น (high season) มีต้นทุนค่าเช่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้างราคาแพง ต้องลงทุนสูงมากขณะเดียวกันก็มีความต้องการสูงจากนักท่องเที่ยวในการเข้ามาเรียนมวยไทย โดยทุกอย่างมีรูปแบบการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ มี CEO บริหารสูงสุด ซึ่งทุกอย่างเป็นเงินเป็นธุรกิจทั้งสิ้น ในขณะที่ผู้เรียนผูกพันกับค่ายด้วยรูปแบบธุรกิจต่างตอบแทน ความผูกพันกันมีไม่มาก ผู้เรียนลงทะเบียนเรียนแล้วไม่มาเรียนก็ไม่ใช่ไรถ้าจ่ายเงินมาจะทำอย่างไรก็ได้ตามใจผู้เรียน กลางคืนแม้ว่านักท่องเที่ยวดื่มกินจนเมาก็เป็นเรื่องของนักท่องเที่ยวจะเรียนหรือไม่เรียนอย่างไรทางค่ายไม่เกี่ยวข้องด้วยแต่ขอให้จ่ายเงินค่าใช้จ่ายในค่ายมาอย่างเดียว ซึ่งราคาแต่ละค่ายจะไม่เท่ากัน โดยค่ายใหญ่อาจจะต้องจ่ายแพงมาก บางค่ายคิดเป็นรายชั่วโมง ชั่วโมงละ 500 บาท ถ้าเรียนเป็นสัปดาห์จันทร์ถึงเสาร์ เข้า-บ่าย คิดราคา 8,000 บาท ถ้าเป็นรายเดือนรวมค่าที่พักด้วย 30,000 บาท บางค่ายเรียน 2 ชั่วโมงคิด 800 บาท น้ำดื่ม อุปกรณ์ฝึก เช่น นวม ผ้าพันมือ เสื้อ และกางเกงนักมวย ซื้อจากค่ายทั้งหมด บางค่ายอาจจะรวมค่าอาหารและค่าที่พักไปด้วย ลักษณะ

ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงว่า ทุกส่วนผูกพันกันด้วยผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นหลักเพราะคนมีความต้องการมาก ลงทุนก็สูงการตลาดจึงมีลักษณะเปรียบเหมือนดาว (star)

เมื่อวิเคราะห์การตลาดของผลิตภัณฑ์มวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยโดยรวม พบว่า ธุรกิจมีสัดส่วนการตลาดที่เติบโตสูงแต่ต้องลงทุนมาก ถ้าหากจะลดต้นทุนต้องตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าเช่าที่ดินถูก มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นสนับสนุน มีวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานอยู่ด้วย นอกจากนี้ควรมีรากเหง้าที่พัฒนามาจากค่ายมวยไทยเดิมอยู่ก่อนแล้ว เพราะมีต้นทุนเดิมอยู่

นอกจากนี้ยังพบว่าภาคใต้กับภาคเหนือมีความแตกต่างกันมากในการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเนื่องจากภาคใต้ที่ดินมีราคาแพง ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพสูง บุคคลมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบธุรกิจต่างจากภาคเหนือที่ทำธุรกิจค่ายมวยไทยแบบญาติ หรือครอบครัว ดำรงชีวิตแบบวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม มีความผูกพันกันต่างจากการทำธุรกิจทั่วไป เช่น มีความเอื้ออาทร ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวย

ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2561) ได้ศึกษาศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในประเทศไทย พบดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ค่ายมวยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภาคของประเทศไทยมีเส้นทางคมนาคมที่มีความสะดวก มียานพาหนะในการเดินทางได้อย่างสะดวกต่อผู้ใช้เส้นทาง ในกรณีการเดินทางระหว่างภาคก็มีสายการบินไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศยกเว้นภาคกลาง ส่วนกรุงเทพมหานครสามารถเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT)

2) ด้านคุณค่า ชื่อเสียง และสิ่งดึงดูด ค่ายมวยส่วนใหญ่มีชื่อเสียงเพราะมีครูมวยคุณภาพ มีชื่อเสียง เช่น เคยเป็นแชมป์เปียนการแข่งขันมวยไทย สามารถสร้างนักมวยให้เป็นแชมป์เปียนในการแข่งขันได้หลายคน และการสอนมวยไทยของแต่ละค่ายนั้นมีเทคนิคที่แตกต่างกันออกไป มีหลักสูตรหรือกิจกรรมร่วมกับชุมชน หรือสถานที่ราชการต่าง ๆ ที่ร่วมกันทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่ายมวยส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนมวย มีสถานที่พักอาศัยอย่างสะดวกสบาย มียานพาหนะในการเดินทางได้อย่างสะดวก

4) ด้านการตลาด มีการทำการตลาดโดยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย เป็นหลักในการติดต่อประสานงานทั้งเครือข่ายภายในและภายนอกประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศให้ความสนใจ ได้ลูกค้า และมีฐานลูกค้าที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

5) ด้านการบริหารจัดการค่าย การบริหารจัดการของค่ายมวยส่วนใหญ่จะเรียนรู้จากประสบการณ์และศึกษาความรู้เพิ่มเติมจนทำให้ค่ายมวยนั้นมีการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในภายในและภายนอกประเทศ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพของค่ายมวยประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ มีความสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ศักยภาพสนามมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาถึงศักยภาพและโอกาสสนามมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) สนามแข่งขันมวยราชดำเนิน

1.1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า สนามมวยราชดำเนินมีความสะดวกในการเดินทางมาชมมวย สนามแข่งขันมวยอยู่ติดถนนใหญ่ใจกลางกรุงเทพมหานคร มีที่จอดรถสำหรับผู้เข้ามาชมบริเวณด้านข้างและด้านหน้าของสนาม และสามารถจอดรถภายในบริเวณวัดโสมนัสวรวิหารสามารถมาได้สะดวก

1.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสนามแข่งขันมวยที่มีมาตรฐานสากล พื้นที่นั่งสะดวกมีป้ายบอกทางภายในสนามในการเข้าชมมวยอย่างชัดเจน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสนามแข่งขันมวย เช่น บริการจำหน่ายเครื่องดื่ม และอุปกรณ์มวยไทย รวมถึงมีบุคลากรอำนวยความสะดวกให้ระหว่างชมมวย

1.3) ด้านคุณค่า ชื่อเสียง และสิ่งดึงดูด เป็นสนามแข่งขันมวยที่มีชื่อเสียง มีมาตรฐานการแข่งขัน ตลอดจนมีนักมวยที่มีชื่อเสียง และมีฝีมือในการแข่งขัน รวมทั้งมีร้านจำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์มวยให้แก่นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาชม

1.4) ด้านการตลาด พบว่า มีการประชาสัมพันธ์การแข่งขันมวย บริเวณด้านหน้าและภายในสนามมวย รวมทั้งมีเอกสารแผ่นพับเผยแพร่ ส่วนการใช้สื่อออนไลน์ยังมีการประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก อย่างไรก็ตามสนามแข่งขันมวยมีการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาชมมวยล่วงหน้า

1.5) ด้านการบริหารจัดการ มีการบริหารจัดการในรูปแบบบริษัทแบบมืออาชีพ ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารสูงสุด ปัญหาอยู่ที่ทำอย่างไรจึงจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนเกือบ 30 ล้านคน ให้มาชมมวยไทยให้มากขึ้น

สนามแข่งมวยราชดำเนิน ประเทศไทย เป็นสนามแข่งขันมวยที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อขยายการตลาด ได้แก่ การเปิดเป็นยิมสอนมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจมาเรียนมวยไว้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เดินทางมาท่องเที่ยว และหาประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ใกล้เคียงโดยมีพาหนะไว้ให้บริการ ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชมมวยไทยกันมากขึ้น ทำให้ในปี พ.ศ. 2559 สามารถทำรายได้มากกว่า 130 ล้านบาท โดยเป็นนโยบายการท่องเที่ยววิถีไทยที่รัฐบาลใช้เป็นจุดขยายการท่องเที่ยว

2) สนามแข่งขันมวยชองเจ็ดสี

2.1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง มีความสะดวกในการสัญจรด้วยรถยนต์ รถไฟฟ้า (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รวมถึงรถจักรยานยนต์รับจ้าง

2.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในบริเวณด้านหน้าสนามแข่งขันมวย มีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีห้องน้ำสำหรับผู้ชมมวยอย่างเพียงพอ รวมถึงมีโต๊ะนั่งรอชมมวยหน้าสนามแข่งขันมวยและมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในการเข้าสนามแข่งขันมวย

2.3) ด้านคุณค่า ชื่อเสียง และสิ่งดึงดูด ได้แก่ กลุ่มมวยและสนามแข่งขันมวยที่มีมาตรฐานมาเป็นระยะเวลานานและกลุ่มมวยมีการแข่งขันที่สนุก ตื่นเต้น และเร้าใจ

2.4) ด้านการตลาด สนามมวยมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าทางสถานีโทรทัศน์ชองเจ็ดสี และสามารถขายโฆษณาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5) ด้านการบริหารจัดการ สนามแข่งขันมวยและโปรโมชั่นเป็นนักธุรกิจมืออาชีพ มีเครือข่ายทั้งภายในและต่างประเทศ รู้จักกลุ่มลูกค้าต่างประเทศที่มาชมมวย จึงจัดที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไว้โดยเฉพาะ แต่ภาพรวมด้านการตลาดต่อการท่องเที่ยวยังต้องได้รับการพัฒนา

โอกาสของสนามมวยชองเจ็ดสี เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมมวยโดยไม่เก็บค่าบัตรเข้าชมทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมจำนวนมาก และมีการบอกต่อถึงสิ่งดึงดูดใจในเอกลักษณ์ของการแข่งขัน ทำให้อยากรวยแพร่ภาพไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจเติบโตยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ศักยภาพและโอกาสสนามแข่งขันมวยของประเทศไทย สนามแข่งขันมวยไทยมีศักยภาพและโอกาสเพราะสินค้ามวยไทยมีเสน่ห์ ใช้อาวุธได้ดุดันสวยงาม ทั้งหมด เท้า เข่าและศอก ซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีอัศวินม้าขาวของไทยที่มีจิตใจโอบอ้อมอารี เป็นกัลยาณมิตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายตั้งอยู่ในศูนย์กลางทางด้านภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบทั้งการคมนาคมขนส่ง และด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่ยัง

ขาดบุคลากรที่มีคุณภาพทั้งด้านบริหารงานโดยเฉพาะ การใช้ความรู้ด้านมวยไทยแก่นักท่องเที่ยวระหว่างชมมวย มีโรงแรมที่พักไว้บริการอย่างครบครัน นอกจากนี้สนามแข่งขันมวยยังมีความพร้อม มีประสบการณ์การให้บริการ และมีกิจกรรมเสริมการชมมวยที่หลากหลาย มีyimออกกำลังกายเพิ่มขึ้นตามกระแสนิยมของประชาชน โดยเฉพาะปีนี้รัฐบาลเพิ่มการท่องเที่ยววิถีไทย อาจเป็นโอกาสของสนามแข่งขันมวยในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งต้องบูรณาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมไทย

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

4.1 การสื่อสารการตลาด

นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้นิยามความหมายของการสื่อสารทางการตลาดไว้ดังนี้

Bovee, Houston and Thill (1995) อธิบายความหมายของการสื่อสารทางการตลาด ว่าเป็น กิจกรรมที่นักการตลาดได้กระทำขึ้น เพื่อถ่ายทอดข่าวสารที่สามารถกระตุ้น จูงใจไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทำให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจซื้อในที่สุด เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้ให้นิยามของการสื่อสารการตลาด ว่าเป็นกระบวนการของการพิจารณาแผนงานของการติดต่อสื่อสารทางการตลาด ซึ่งมีการใช้การจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมาย

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2544) กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาด คือการวางแผนภายใต้แนวคิดเดียว โดยใช้มีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบเพื่อให้บรรลุแผนดังกล่าว ซึ่งรูปแบบต่างๆจะถูกใช้อย่างผสมผสาน เพื่อความเป็นหนึ่งเดียวและเกิดผลที่มีประสิทธิภาพสูงสุด วิรัช ลภีรัตนกุล (2546) กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาด คือ กระบวนการทางการตลาด เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้บริโภคเข้าใจ รับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

Kotler and Keller (2005) ได้ให้นิยามการสื่อสารทางการตลาด ว่าเป็นความพยายามในการให้รายละเอียดเพื่อโน้มน้าวและเตือนผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การสื่อสารการตลาดมีนักวิชาการได้นิยามการสื่อสารการตลาดโดยแบ่งได้เป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้ (สุลักษณ์ จันทรเจียบ และอริสรา วิภาตะวัต, 2559)

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
2. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารทางการตลาด
3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำการตลาด
4. การคัดเลือกเครื่องมือในการสื่อสาร

5. การเลือกเนื้อหาในการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม
6. การประสานงานในการสื่อสารการตลาด
7. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน
8. การประเมินผลการรับรู้

4.2 การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (ภัทรวดี เจริญภูมิ, 2558)

1. การโฆษณา (Advertising) คือ การใช้สื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารในระยะเวลาที่มีความรวดเร็วผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ รวมถึงสื่อเฉพาะกิจ เช่น โบชัวร์ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มองค์กรและกลุ่มอื่นๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยเป็นการสร้างทัศนคติ ความเชื่อ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าหรือองค์กร และเป็นการให้ความรู้หรือแก้ไขข้อมูลจากความผิดพลาดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นการจูงใจกระตุ้นให้ซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการขายแบบรวดเร็ว เป็นเครื่องมือที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจหรือทดลองใช้

4. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) คือ การติดต่อสื่อสารโดยตรงจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นการติดต่อกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อซึ่งเป็นการสื่อสารระดับบุคคล โดยพนักงานขายเป็นถือว่า เป็นสื่อที่มีความสำคัญ

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) คือ การสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ตอบสนองในการซื้อสินค้า เช่น การส่ง Catalog ไปให้ทางไปรษณีย์ การขายตรง การขายทางโทรศัพท์ การขายทางอินเทอร์เน็ต สื่อทางโทรทัศน์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการตลาด หมายถึง กระบวนการ สื่อสารการตลาดที่ต้องใช้การจูงใจหลากหลายรูปแบบ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริม การขาย การตลาดทางตรง การขายโดยพนักงาน การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดความคิดผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โน้มน้าวและจูงใจผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ และการรับรู้จดจำ ชื่นชอบ และต้องซื้อสินค้าและบริการ

4.3 กลยุทธ์การตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทย (ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ, 2560)

1. ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ (Product) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) หลักสูตรการเรียนมวยไทยและโปรแกรมการฝึกมวยไทย ได้แก่ มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย มวยไทยอาชีพ มวยไทยเพื่อการป้องกันตัว มวยไทยเพื่อการกีฬา มวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในการป้องกันตัว มวยไทยเพื่อความบันเทิง (ภาพยนตร์) มวยไทยเพื่อศิลปะ(มวยโชว์) มวยไทยเพื่อประยุกต์กับศิลปะการต่อสู้อื่นๆ เช่น MMA หรือ UFC และมวยโบราณ เป็นต้น

2) ผู้ฝึกสอนมวยไทย/ครูมวยไทย

3) ศิลปะการไหว้ครูมวยไทยและการครอบครูมวยไทย

4) มวยไทยที่จัดสอนในโรงแรม

5) การส่งออกอาชีพกรรมการมวย

6) สินค้าและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกซ้อมมวยและการแข่งขันมวยไทย

7) ผู้จัดการแข่งขันมวยไทย (โปรโมเตอร์)

8) สินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หรือที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เช่น รูปปั้นมวยท่าทางต่างๆ พวงกุญแจที่ทำเป็นรูปอุปกรณ์มวย กางเกงนักมวย เสื้อคลุม ผ้าพันมือ และเสื้อยืด เป็นต้น

9) การนวดมวยไทยและน้ำมันนวดมวยไทย

10) นักกีฬามวยไทย

11) ผู้สื่อข่าวกีฬามวยไทยและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย

14) หลักสูตรสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นมาตรฐาน

15) รายการการแข่งขันมวยไทยสมัครเล่นชิงแชมป์โลกและมวยเอเชียเนปีช

16) โปรแกรมการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เช่น ไทยไฟท์ คุณหลุนไฟท์

2. ด้านบุคลากร (People) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) นายสนามมวย

2) นักธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย

3) โปรโมเตอร์มวย(ผู้จัดการรายการแข่งขันมวยไทย)

4) เจ้าหน้าที่ภายในสนามมวย

5) เทรนเนอร์ที่เป็นนักมวยไทย

6) หัวหน้าค่ายมวยไทย

7) กรรมการมวยหรือผู้ตัดสินกีฬามวยไทย

8) ตัวแทนบริษัทนำเข้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

9) เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน

3. ด้านสถานที่และช่องทาง (Place) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) ทำเลที่ตั้งของสนามมวย
- 2) ทำเลที่ตั้งยิมมวย ค่ายมวย และโรงเรียนมวยไทย
- 3) สปอร์ตคลับมวยไทย
- 4) มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ
- 5) โรงแรมที่เปิดสอนกีฬามวยไทย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การทำตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ และการสร้างเครือข่ายกับประเทศต่างๆ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย อาเซียน กลุ่มอาหรับ ฯลฯ
- 2) การรักษาลูกค้า เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปยุโรป และทวีปออสเตรเลีย
- 3) การใช้โซเชียลมีเดีย (Social Media) ในการประชาสัมพันธ์เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้า เช่น ไลน์ อินเทอร์เน็ต อินสตาแกรม เฟสบุ๊ก
- 4) การใช้สื่อทีวีถ่ายทอดไปยังต่างประเทศ
- 5) จัดถ่ายทำและเผยแพร่ลงยูทูบ ในรายการที่สำคัญๆ เพื่อเผยแพร่ต่างประเทศ
- 6) การสร้างภาพยนตร์เกี่ยวกับมวยไทยและชีวิตของนักมวยไทย เพื่อเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ
- 7) การจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์มวยไทยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์
- 8) การสร้างแบรนด์มวยไทย เช่น การให้ครูมวยไทยทำมวยไทยสร้างซูเปอร์สตาร์มวยไทย เป็นต้น
- 9) การทำแผนที่ค่ายมวยไทยที่เปิดสอนชาวต่างประเทศแบบอิเล็กทรอนิกส์
- 10) การสร้างแบรนด์สินค้าด้านวัฒนธรรมไทยควบคู่กับกีฬามวยไทย เช่น การนวดไทย การทำสปา การรำไทย เรียนอาหารไทย และการท่องเที่ยววิถีไทย
- 11) การเปิดสอนค่ายมวยไทยในโรงแรม
- 12) การสร้างหลักสูตรมวยไทยที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้หญิง และเด็ก นักเรียน โดยมีผู้ฝึกสอน
- 13) นำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซนเตอร์เรียนมวยไทย
- 14) นำนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงไปโปรโมทที่ต่างประเทศ
- 15) ประชาสัมพันธ์ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในทุกภาคของประเทศไทยโดยนำเสนอผ่านนักมวยไทยที่มีชื่อเสียง

5. ด้านกายภาพและและช่องทางนำเสนอ (Physical Evidence /Environment) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) จัดระดับความสามารถด้านมวยไทยตามความสามารถของชาวต่างชาติ
- 2) สร้างเครือข่ายห่วงโซ่คุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ
- 3) จัดทำมาตรฐานของ ค่ายมวย โรงเรียน ยิมมวยไทยสำหรับสอนชาวต่างประเทศให้มีคุณภาพ

6. ด้านราคา (Price) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) กำหนดราคาเป็นแพ็คเกจรวมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการเรียนมวยไทยและชมมวยไทยอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ในการกำหนดราคาในการเรียนมวยไทยสำหรับชาวต่างชาติแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาค ดังนี้

1.1 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจสูง มีราคากลาง โดยเฉลี่ยค่าเรียน

- หลักสูตร

- ระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ	300 – 1,200	บาท
- หลักสูตรรายวัน ๆ ละ	2,000-10,000	บาท
- หลักสูตรรายสัปดาห์ ๆ ละ	8,000-20,000	บาท
- หลักสูตรรายเดือน ๆ ละ	30,000-70,000	บาท
- หลักสูตรระยะ 3 เดือน ๆ ละ	50,000-100,000	บาท
- หรือถ้าผู้เรียนมีระยะเวลาเรียนเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการทำข้อตกลงระหว่างค่ายมวยและผู้เรียนซึ่งค่าใช้จ่ายจะ ไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่น ๆ ที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ค่าเข้าชมมวยตามสนามมวยหากเป็นชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000 - 3,000 บาท

1.2 ราคาการเรียนแต่ละหลักสูตรในพื้นที่ที่มีสภาพทางเศรษฐกิจไม่สูงมากนัก มีราคากลางโดยเฉลี่ยที่พบจากการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

- เรียนหลักสูตรระยะสั้นรายชั่วโมง อยู่ระหว่างชั่วโมงละ 300 - 500 บาท
- เรียนหลักสูตรรายวัน ๆ ละ 800 - 1,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายสัปดาห์ ๆ ละ 4,000 - 8,000 บาท
- เรียนหลักสูตรรายเดือน ๆ ละ 20,000 - 40,000 บาท
- เรียนหลักสูตร 3 เดือน ๆ ละ 30,000 - 60,000 บาท

- หากเรียนมีระยะเวลามากกว่านี้ก็จะขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างลูกค้าและค่ายมวย โดยราคา ค่าเรียนไม่รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าสาธารณูปโภค และสินค้าตลอดจนค่าบริการอื่นๆที่ค่ายมวยจัดหาไว้ให้
- ส่วนค่าเข้าชมมวยสำหรับชาวต่างชาติจะอยู่ที่ท่านละ 2,000-3,000 บาท

7. ด้านกระบวนการ (Process) มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การขยายระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยเท่ากับช่วงระยะเวลาที่มาเรียนมวยไทย
- 2) สร้างเครือข่ายช่องทางคุณค่ามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ หน่วยงาน องค์กร สมาคม สถาบัน เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีลักษณะการจัดทำอุปทาน (Supply) ประกอบด้วย สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านมวยไทย และประสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อจัดหาตลาดทำด้านอุปสงค์ (Demand)
- 3) การกำกับติดตามและการขับเคลื่อนกลยุทธ์มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 3.1 กำกับติดตามจากหน่วยงานของภาครัฐ มีการจัดตั้งคณะทำงานการกำกับติดตามโดยมี รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายการท่องเที่ยวเป็นประธานกำกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนไปถึงระดับจังหวัดให้ทุกหน่วยงานขับเคลื่อน
 - 3.2 สนับสนุนในการบริหารจัดการในระดับล่างโดยมีหน่วยงานการปกครองท้องถิ่นเข้ามาดูแล เพื่อให้ให้ค่ายมวย ยิมมวยและโรงเรียนมวยไทยสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติเพื่อติดตามและกำกับดูแลมาตรฐานค่ายมวยไทย
- 5) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคของประเทศไทยโดยการสร้างเครือข่ายค่ายมวยไทย ยิมมวยไทย และโรงเรียนมวยไทย
- 6) การจัดบริการต่างๆ กระบวนการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาเรียนมวยไทยในประเทศไทย

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

มวยไทยเป็นสินค้าและบริการการท่องเที่ยวบนฐานวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น กระแสความนิยมมวยไทยของชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์มวยไทยจึงเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมศิลปะการต่อสู้มวยไทย เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก ในมิติผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว สอดรับกับนโยบายด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

5.1 มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษากลยุทธ์การใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นมีตรวบรวมขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์และสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหมายถึงทุกอย่างที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งจูงใจที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการ อาจจะเป็นลักษณะทางกายภาพ การออกแบบ และข้อเสนอต่าง ๆ ตลอดจนกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำและประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว นั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจึงเป็นมากกว่าสถานที่ที่น่าสนใจ เป็นมากกว่าการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน แต่เป็นผลรวมของประสบการณ์ที่ได้รับระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ประสบการณ์จากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนต่างถิ่น บุคคลที่นักท่องเที่ยวได้เกี่ยวข้องสัมผัส กิจกรรมที่กระทำระหว่างการท่องเที่ยว และการบริการต่าง ๆ ที่ได้รับ ในการตัดสินใจซื้อนักท่องเที่ยวไม่ได้ซื้อที่ตัวผลิตภัณฑ์ แต่นักท่องเที่ยวซื้อ ความคาดหวังของประโยชน์ที่จะได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งประโยชน์ที่ได้ อาจจะเป็นประโยชน์ ทางด้านเหตุผล หรือคุณประโยชน์ทางด้านอารมณ์ การขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงเป็นการขายประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถพบได้จากการใช้ชีวิตประจำวันที่บ้านหรือสถานที่พำนัก นักท่องเที่ยวต้องเดินทางมายังพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเพื่อได้รับประสบการณ์นั้น หากพิจารณาถึงศิลปวัฒนธรรม มวยไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ สามารถดึงดูดความสนใจและสร้าง ประสบการณ์การเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ดังนี้ (สัจจา ไกรสรรัตน์, 2558)

- 1) สนุทริยศาสตร์ทางด้านดนตรีที่ใช้ในการต่อสู้และนาฏลีลา
- 2) มวยไทยเพื่อศิลปะการป้องกันตัวและศิลปะการต่อสู้
- 3) มวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย
- 4) มวยไทยเพื่อนันทนาการ
- 5) มวยไทยเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม
- 6) ความเชื่อ เครื่องราง อุปกรณ์เกี่ยวกับมวยไทย
- 7) วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย
- 8) มวยไทยเพื่อการแข่งขัน

ดังนั้นผลิตภัณฑ์มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้มวยไทยได้ตามวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มที่ต้องการเรียน มวยไทยเพื่อสุขภาพ เรียนมวยไทยเพื่อนันทนาการ เพื่อเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรมไทย เรียนมวย

ไทย เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับความเชื่อ เครื่องราง อุปกรณ์และเครื่องแต่งกายอื่น ๆ เรียนมวยไทยเพื่อเข้าถึงสุนทรียศาสตร์ของดนตรีสำหรับการต่อสู้ เรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อใช้ประกอบอาชีพ และเพื่อเป็นนักกีฬา เป็นต้น

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

6.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารเมื่อกล่าวถึงคำว่า การบริหารส่วนใหญ่มักจะนึกถึงการบริหารราชการคำศัพท์ที่ใช้มี 2 คำคือ การบริหาร (Administration) นิยมใช้กับการบริหารราชการหรือการจัดการเกี่ยวกับนโยบายศัพท์อีกคำหนึ่ง คือ การจัดการ (Management) นิยมใช้กับการบริหารธุรกิจเอกชนหรือการดำเนินการตามนโยบายที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตามคำว่า การบริหารกับคำว่าจัดการใช้แทนกันได้มีความหมายเหมือนกัน (สมคิด บางโม, 2553) ในเอกสารคำสอนเล่มนี้จะใช้สองคำนี้ปะปนกันตลอดไปตามความเหมาะสมจึงจำเป็นที่จะต้องใช้ความรู้ทั้งที่เป็นศาสตร์และศิลปะเพื่อเอาคนทรัพยากรมารวมกันแล้วอำนวยความสะดวกให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ปัจจัยในการบริหารมีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. คนหรือบุคคล (Man) เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงาน หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีคนที่ปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีจะออกมาได้ต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อองค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ
2. เงิน (Money) หน่วยงานจำเป็นที่จะต้องมีงบประมาณเพื่อการบริหารงานหากขาดงบประมาณ การบริหารงานของหน่วยงานก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมาย
3. ทรัพยากรหรือวัสดุ (Material) การบริหารจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหาร หากหน่วยงานขาดวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหารแล้วก็ย่อมจะเป็นอุปสรรคหรือไม่ก็เกิดปัญหาในการบริหารงาน
4. การบริหารจัดการ (Management) เป็นภารกิจของผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาโดยตรง คือเป็นกลไกและตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการประมวลผลผลักดันและกำกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ประการให้สามารถดำเนินไปได้โดยมีประสิทธิภาพจนบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานตามที่ต้องการ

ความหมายของการบริหารจัดการ

นักบริหารและนักวิชาการให้คำจำกัดความของคำว่า การบริหารหรือการจัดการไว้ต่างกันตามทัศนะของแต่ละบุคคลที่สำคัญไว้ดังนี้

เกษม จันทรแก้ว (2540) ได้ให้ความหมายว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะการดำเนินการนำวัตถุดิบสู่ระบบด้วยระบบกระบวนการผลิตจนได้ผลผลิตตามที่กำหนดไว้การบริหารจึงเป็นการดำเนินการให้ทุกโครงการทำหน้าที่สัมพันธ์กัน เป็นเรื่องยากที่จะทำให้เกิดการผสมผสานกันถ้าไม่วางแผนการดำเนินการที่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่วางแผนบริหารอย่างไรอย่างไก็ดีผู้บริหารมีหน้าที่อำนาจการ (Directing) ตามอำนาจหน้าที่จากหน่วยงาน (Organizing) ที่เป็นผู้รับผิดชอบควบคุม (Controlling) ในการนำแผนงาน (Planning) ที่ได้กำหนดไว้แล้วไปดำเนินการร่วมกันกับทรัพยากร (Assembling Resource) ทำให้การผลิตหรือการใช้ปัจจัยการบริหาร (ได้แก่ คน งบประมาณ เครื่องมือ อุปกรณ์ สวัสดิการ ฯลฯ) ก่อให้เกิดผลผลิตขั้นสุดท้าย

สรุปว่า การบริหารเป็นการดำเนินการที่ผู้บริหารมีหน้าที่ในการสั่งการในการบริหารจัดการควบคุมและนำแผนที่กำหนดไว้ไปดำเนินการให้แล้วเสร็จ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ให้ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” ได้ดังนี้

การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูงเป็นคำนิยามใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการและคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึงผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐหรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999) การบริหารคือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/ Directing) หรืออำนาจการ และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

สรุปว่า การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การการสั่งการหรืออำนาจการและการควบคุม ซึ่งมีความสัมพันธ์ กับทรัพยากรองค์กร (6 Ms)

วิโรจน์ สารรัตน์ (2543) ได้กล่าวว่า การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การ โดยอาศัยหน้าที่หลักทางการบริหารอย่างน้อย 4 ประการ คือการวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบที่จะให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การวางแผน (Planning) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สำคัญประการหนึ่งซึ่งนักวิชาการทั้งหลายกำหนดขึ้น จะเริ่มต้นด้วยหน้าที่ทางการวางแผนเป็นอันดับแรกจึงแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนเป็นอย่างดี โดยที่องค์ประกอบของกระบวนการวางแผนองค์การหนึ่งๆประกอบด้วย การกิจ

จุดหมายและแผน โดยภารกิจเป็นข้อประกาศอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายหรือเหตุผลพื้นฐานในการดำรงอยู่ขององค์การและขอบข่ายงานเฉพาะขององค์การหรือที่ให้องค์การแตกต่างจากองค์การอื่น สำหรับจุดหมายเป็นเป้าหมายแห่งอนาคต หรือผลลัพธ์สุดท้ายที่องค์การต้องการให้บรรลุผล ขณะเดียวกัน แผนงานหมายถึงวิถีทางที่จะก่อให้เกิดการกระทำเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์การ

การจัดองค์การ (Organizing) เป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สืบเนื่องจากการวางแผนกล่าวคือ เมื่อองค์การจัดทำจุดหมายและแผนเชิงยุทธศาสตร์แล้ว ผู้บริหารควรต้องออกแบบ 13 โครงสร้างองค์การ เพื่อให้การบริหารงานบรรลุจุดหมายแผนเชิงยุทธศาสตร์ขององค์การนั้นการออกแบบโครงสร้างองค์การเป็นกิจกรรมที่ควรได้รับการตรวจสอบอยู่เสมอเนื่องจากปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างองค์การเกิดขึ้นมากมาย

การนำ (Leading) เป็นสถานะที่ผู้นำใช้ความพยายามที่จะให้มีอิทธิพลต่อผู้อื่นเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุจุดหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การที่ผู้นำจะเป็นผู้นำที่มีศักยภาพดังกล่าวดำเนินได้พึงทำความเข้าใจทฤษฎีการจูงใจ (Motivation) ภาวะผู้นำ (Leadership) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการบริหารกลุ่ม (Group) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

การควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการวางระเบียบกฎเกณฑ์เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การบรรลุผลตามจุดหมายที่กำหนดไว้มุ่งให้เกิดความมั่นใจว่าสมาชิกในองค์การได้ประพฤติปฏิบัติไปในทิศทางที่จะทำให้บรรลุผลตามมาตรฐานการทำงานที่กำหนดไว้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งขององค์การ การเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์และพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของสมาชิกในองค์การ

สรุปว่า การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การต้องอาศัยหลักทางการบริหาร 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำและการควบคุมซึ่งกระบวนการดังกล่าวผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบที่จะทำให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จักรกริช หมอบประกอบ (2547) สรุปไว้ว่า การบริหารมีความสำคัญต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากหากขาดเสียซึ่งการบริหาร 4M ที่ดีในข้อหนึ่งข้อใดก็จะทำให้งานนั้นเกิดอุปสรรคในการปฏิบัติงานส่งผลกระทบต่อการทำงานในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อกัน และจะทำให้การทำงานนั้นไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานนั้น ๆ และการทำงานของผู้นับปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาในหน่วยงานที่มีกระบวนการบริหารหรือการจัดการที่ดีจากความหมายดังกล่าวข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่อง

และประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การประเด็นสำคัญของการบริหารจัดการจะเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิตโดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลการนำกระบวนการบริหารมาใช้ในโลกยุคโลกาภิวัตน์นี้เป็นการเปิดกว้างอย่างยิ่งสำหรับผู้บริหารในการบริหารไม่จำเป็นจะต้องกำหนดตายตัวว่าจะใช้เทคนิคใดใช้กระบวนการใดเพราะมันขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเป้าหมายของงานเป็นสำคัญสถานภาพของผู้บริหารเองก็จะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์และโอกาสเช่นกันผู้บริหารเองจะต้องมีความรู้จริงในทุกกระบวนการแต่การที่จะนำมาใช้นั้นขึ้นอยู่กับความเหมาะสมดังกล่าว

การทำงานของผู้ปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บริหาร การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารจะต้องเข้ามาเป็นผู้กำหนดตายตัวว่าจะใช้กระบวนการใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และเป้าหมายของงานเป็นสำคัญผู้บริหารจะต้องมีความรู้ในทุกกระบวนการที่จะนำมาใช้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและโอกาส

พยอม วงศ์สารศรี (2542) การบริหารงานไม่ว่าจะเป็นองค์การหรือรัฐบาลหรืองานธุรกิจเอกชนต่างมีจุดมุ่งหมายสำคัญที่ต้องการให้งานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างประหยัด มีประสิทธิภาพและพัฒนาอยู่เสมอองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานคือคน เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการในบรรดาเหล่านี้เป็นที่ยอมรับกันว่า “คน” เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีค่าในแต่ละองค์การจะมีงานที่รับผิดชอบอยู่จำนวนหนึ่งซึ่งจะต้องปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลตามเป้าหมาย ดังนั้น ในแต่ละองค์การจึงต้องมี “บุคคล” ซึ่งเรียกว่า ข้าราชการ บ้าง เจ้าหน้าที่ บ้าง หรือพนักงาน บ้าง เป็นผู้ปฏิบัติงานงานจึงสำเร็จ และได้ผลตามเป้าหมายโดยทั่วไป การเลือกสรรบุคคลเข้ามาทำงานในหน่วยราชการหรือองค์การธุรกิจขนาดใหญ่ ๆ จะมีการกำหนดหลักเกณฑ์เป็นอย่างดี เช่น มีการกำหนดพื้นฐานความรู้มีการสอบแข่งขันสอบคัดเลือกเมื่อผ่านการทดสอบแข่งขันหรือการสอบคัดเลือกได้แล้วยังกำหนดให้มีการทดลองปฏิบัติงานระยะหนึ่งก่อนเมื่อปรากฏว่าเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ แล้วจะบรรจุแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประจำอีกต่อไป แต่การบรรจุแต่งตั้งบุคคลเข้าปฏิบัติงานดังกล่าวแม้จะมีการกำหนดคุณสมบัติและกฎเกณฑ์ไว้อย่างดีแล้วก็ตาม แต่ก็ไม่ได้เป็นเครื่องประกันที่ดีในการคัดเลือกบุคลากรได้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่เสมอไป ทั้งนี้ เพราะปัจจุบันนี้วิทยาการต่าง ๆ ได้เจริญรุดหน้าไปมากได้มีการค้นพบหลักการและกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่งนำมาใช้แทนของเก่าได้อย่างดี ดังนั้นคนที่เคยเหมาะสมอยู่ในระยะแรกเข้าทำงานอาจกลายเป็นคนที่ไม่เหมาะสมไปได้โดยง่ายในระยะเวลาต่อมา ประกอบกับบุคลากร เมื่อปฏิบัติงานไปนาน ๆ อาจจะเกิดความเบื่อหน่ายความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานน้อยลงดังนั้นหากได้มีการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถความ

ชำนาญและให้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ย่อมทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้นอันเป็นผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การบริหารงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างก็มีจุดมุ่งหมายสำคัญที่ต้องการให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบสำคัญในการบริหารคือคน เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ ซึ่ง “คน” เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีค่า

Freemen (1992) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการวางแผนการ จัดองค์การ ภาวะผู้นำและการควบคุมการทำงานของสมาชิกขององค์กรและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

Drucker (1998) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ทำภายในสภาพองค์การที่กล่าวนั้น ทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์การที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์การซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่นๆเครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสนเทศต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

Bartol & Martin (1997) ได้ให้ความหมาย การบริหารว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบผลสำเร็จโดยการวางแผนการ จัดองค์การ การใช้ภาวะผู้นำและการควบคุม

การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารงานจัดการใด ๆ ที่องค์กรได้ใช้ทรัพยากรซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้หรือศิลปะและกระบวนการการกระทำกิจกรรมอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่วางไว้โดยใช้คน เงิน วัสดุสิ่งของและการจัดการ การกระทำนั้น ๆ จะเป็นไปในทางสร้างสรรค์ มีการดำเนินการเพื่อให้คงอยู่มีการวางแผน การ จัดองค์การ การจูงใจการควบคุมและการกระทำที่ทำให้เกิดการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอย่างมีระบบแบบแผน

Herbert (1947) ให้นิยามว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน

Newman & Charles (1964) อธิบายว่า การบริหารเป็นกระบวนการทางสังคมที่ประกอบด้วยชุดของกิจกรรม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและกิจกรรมต่าง ๆ นั้น มักจะเกี่ยวข้องกับการติดต่อสัมพันธ์

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการค่ายมวยไทยนั้น ต้องมีปัจจัยในการดำเนินการโดยอาศัยหลัก 4M ซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการบริหารจัดการ ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือของบุคลากรในค่ายมวย

ทำงานร่วมมืออย่างเต็มที่ อยู่ด้วยกันแบบพี่น้องครอบครัวเดียวกัน เข้าใจบทบาทหน้าที่ของการทำงานแต่ละตำแหน่ง และรักษามลประโยชน์ของค่ายมวยเพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ค่ายมวยตั้งเป้าไว้

6.2 ทฤษฎีหมุดเชื่อมโยง (Linking Pin Function Theory)

Likert (1977) ได้กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีหมุดเชื่อมโยงไว้ว่า

1. การทำงานเป็นกลุ่มจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและทำให้มีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้นอีกด้วย
2. การทำงานเป็นกลุ่มใช้ในทุกระดับขององค์กร ซึ่งจะขึ้นอยู่กับหมุดเชื่อมโยงก็คือผู้บังคับบัญชาหรือผู้แทน
3. การวางแผนและการแก้ปัญหาเป็นกลุ่มให้กลุ่มตัดสินใจโดยสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจผูกพันยอมรับนับถือกัน

จากทฤษฎีและแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่า การบริหารองค์กรจะครอบคลุมเรื่องการทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน ความพึงพอใจต่อการทำงานและบทบาทของผู้บริหารเพื่อให้องค์กรดำเนินไปโดยมีประสิทธิภาพ

Gulick&Lydall (1973) เป็นนักทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มการศึกษาการจัดการตามหลักการบริหารได้เสนอหลักที่เกี่ยวกับการบริหาร ซึ่งคนที่เป็นผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และงบประมาณ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCORB” ซึ่งประกอบด้วย รายละเอียดดังต่อไปนี้

P = Planning หมายถึงการวางแผนงาน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงนโยบาย (Policy) ทั้งนี้ เพื่อให้แผนงานที่กำหนดขึ้นไว้มีความสอดคล้องกันในการดำเนินงาน แผนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความรู้ในทางวิทยาการและวิจารณ์ญาณวินิจฉัยเหตุการณ์ในอนาคตแล้วกำหนดวิธีการโดยถูกต้องอย่างมีเหตุมีผล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปโดยถูกต้องและสมบูรณ์

O = Organizing หมายถึงการจัดส่วนราชการหรือองค์การ ซึ่งในการศึกษาบางแห่งก็พิจารณารวมไปกับการปฏิบัติงานหรือวิธีการจัดการ (Management) ด้วยเรื่องการจัดแบ่งส่วนงานนี้จะต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน เช่น การจัดแบ่งงาน (Division of Work) เป็นกรมกองแผนก โดยอาศัยปริมาณงานคุณภาพของงานหรือจัดตามลักษณะของงานเฉพาะอย่าง (Specialization) ก็ได้ นอกจากนี้อาจพิจารณาในแง่ของการควบคุม (Control) และหรือพิจารณาในแง่หน่วยงาน

(Organization) เช่นหน่วยงานหลัก (Line) หน่วยงานที่ปรึกษา (Staff) หรือบ้างก็เรียกเป็นหน่วยงานหลัก (Line) หน่วยแนะนำหรือที่ปรึกษา (Staff) และหน่วยงานช่วยเหลือหน่วยงานอนุกร (Auxiliary) เป็นต้น

S = Staffing หมายถึง การจัดหาบุคคลและเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับการจัดแบ่งหน่วยงานที่แบ่งไว้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งหมายถึง การจัดเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล (Personnel Administration) เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความสามารถมาปฏิบัติงานให้เหมาะสม (Competent Man for Competent Job) หรือ Put the Right Man on the Right Job กับรวมถึงการที่จะเสริมสร้างและธำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพในการทำงานของคนงานและพนักงานด้วย

D = Directing หมายถึง การศึกษาวิธีการอำนวยการรวมทั้งการควบคุมงานและนิเทศงานตลอดจนศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษยสัมพันธ์ (Humanrelations) และการจูงใจ (Motivation) เป็นต้น การอำนวยการในที่นี้รวมถึงการวินิจฉัย สั่งการ (Decision Making) ซึ่งเป็นหลักอันสำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการบริหารงานและขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานมากเหตุเพราะการที่จะอำนวยการให้ภารกิจดำเนินไปด้วยดีได้จำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่ดีและมีการสั่งการที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละลักษณะของการตัดสินใจ

Co = Coordinating หมายถึง ความร่วมมือประสานงานเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและราบรื่นศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการที่จะช่วยให้การประสานงานดีขึ้น เพื่อช่วยแก้ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงานการร่วมมือประสานงานเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในการบริหารเพราะเป็นกิจวัตรประจำวันที่จะต้องพึงกระทำในการปฏิบัติงาน และเป็นสิ่งที่มีอยู่ทุกระดับของงานการร่วมมือประสานงานเป็นหน้าที่ของผู้บังคับบัญชาที่จะต้องจัดให้มีขึ้นในหน่วยงานของตนเพราะเป็นปัจจัยสำคัญในอันที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

R = Reporting หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานตลอดรวมถึงการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ที่จะต้องแจ้งให้ประชาชนทราบด้วยอันที่จริงการรายงานนี้มีความสัมพันธ์กับการติดต่อสื่อสาร (Communication) อยู่มากการรายงานโดยทั่วไป หมายถึง วิธีการของสถาบันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อเท็จจริงหรือข้อมูลแก่ผู้สนใจมาติดต่อสอบถามผู้บังคับบัญชา และหรือผู้ร่วมงาน ฯลฯ ความสำคัญของรายงานนั้นอยู่ที่จะต้องอยู่บนรากฐานของความจริง

B = Budgeting หมายถึง การงบประมาณโดยศึกษาให้ทราบถึงระบบและกรรมวิธีในการบริหารเกี่ยวกับงบประมาณ และการเงินตลอดจนการใช้วิธีการงบประมาณและแผนงานเป็นเครื่องมือในการควบคุมงาน วิธีการบริหารงบประมาณโดยทั่วไปมักมีวงจรที่คล้ายคลึงกันอย่างที่เรียกว่า “วงจรงบประมาณ” (Budget Cycle) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมงบประมาณและการเสนอขออนุมัติ (Executive Preparation and Submission)
2. การพิจารณาให้ความเห็นชอบของฝ่ายนิติบัญญัติ (Legislation Authority)
3. การดำเนินการ (Execution)
4. การตรวจสอบ (Audit)

สรุปได้ว่า ทฤษฎีหมดเชื่อมโยงของรูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยเพื่อการสอนชาวต่างประเทศนั้น ผู้บริหารจะต้องทำมีหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือการวางแผนจัดการค่ายมวย หลักการจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงานและการงบประมาณ ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้เป็นหลักการสำคัญต่อการนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารค่ายมวยไทย เพื่อการสอนชาวต่างประเทศของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

6.3 การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ปัจจัยสำเร็จธุรกิจค่ายมวยไทย พบว่าปัจจัยสำเร็จต่างๆมีดังนี้

เตชิตา ไชยอ่อน (2558) ศึกษากลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักมวยชาวต่างชาติ มีความคาดหวังสูงต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยระดับสูงสุด และรายดำนดังนี้

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

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยมี 2 ด้าน คือ

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด

งานวิจัยข้างต้นถือว่าเป็นงานวิจัยที่เป็นตัวอย่างสำหรับตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยที่ต้องการความสำเร็จของการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีคู่มือมาตรฐานค่ายมวยไทยที่ได้จัดทำขึ้นมาใช้ในการบริหารค่ายมวยไทยสู่สากล

วิทยา ด้านอํารงกุล (2546) “การบริหาร : Management” ไว้ว่า กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วยงานสำคัญ 5 ประการ คือ

ขั้นที่ 1 กำหนดวิสัยทัศน์ (vision) และพันธกิจ (mission) ขององค์การ

วิสัยทัศน์ หมายถึง ข้อความที่บ่งบอกถึงทิศทางที่องค์กรมุ่งไปสู่ในอนาคตผู้นำองค์กรจะต้องกำหนดนึกในใจว่าอนาคตขององค์การที่พึงปรารถนา ใฝ่ฝันและมีความเป็นไปได้นั้นจะมีลักษณะเช่นใด ภาพในใจนี้อาจจะชัดเจนหรือไม่ก็ตามแต่จะเป็นภาพที่ชี้ถึงอนาคตที่ต้องการจะเดินไปถึง เป็นสภาพอนาคตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เช่น เครือเจริญโภคภัณฑ์อาหาร กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “จะเป็นครัวของโลก”

พันธกิจ หมายถึง เหตุผลของการมีอยู่ขององค์กรนั้น ๆ พันธกิจเป็นสิ่งสะท้อนถึงคุณค่าความตั้งใจ และความมุ่งมั่นขององค์กรที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งกำหนดเป้าหมายขององค์การและแผนต่าง ๆ เช่น ธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้บริการทางการเงินครบวงจรโดยเฉพาะด้านที่อยู่อาศัย โดยคำนึงถึงนโยบายของรัฐประโยชน์ของสังคมและคุณภาพชีวิตของประชาชน

ขั้นที่ 2 กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ต้องเปลี่ยนวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้ในขั้นที่หนึ่งให้เป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ เป้าหมายนี้เป็นการระบุว่าองค์กรต้องการอะไรในอนาคต ต้องเป็นเป้าหมายโดยรวมขององค์การไม่ใช่แผนหรือส่วนงานเช่น บริษัท ซีพีเซเว่นอีเลฟเว่น ตั้งเป้าหมายจะขยายสาขาให้ได้ 3,000 สาขาภายใน 2 ปีข้างหน้า

ขั้นที่ 3 กำหนดกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การปฏิบัติที่จะนำให้องค์การไปสู่จุดที่ต้องการจากจุดที่เป็นอยู่ ณ ปัจจุบันภายใต้โอกาส อุปสรรคจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กร เช่น ไร่ ไหว ตั้งเป้าหมายว่าจะชนะมามาภายใน 4 ปี กลยุทธ์หนึ่งที่ไร่ ไหวอาจจะกำหนดคือการพยายามออกกะหมี่รสชาติใหม่ ๆ และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกช่องทางรวมทั้งขยายตลาดในต่างประเทศด้วย

ขั้นที่ 4 นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นขั้นที่นำเอากลยุทธ์ที่กำหนดไว้แล้วมาเปลี่ยนเป็นแผนปฏิบัติการ ในขั้นนี้จำเป็นจะต้องรวมเอาหน้าที่ต่าง ๆ ทางการบริหารเข้ามาไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการจัดองค์การ การนำและบังคับบัญชา และการควบคุมเช่นจะต้องกำหนดว่าจะต้องทำกิจกรรมอะไรในรายละเอียด จะต้องจ้างพนักงานเข้ามาเท่าไรจะต้องใช้งบประมาณขนาดไหน ใครจะเป็นผู้ดำเนินการ และวัดผลความสำเร็จของงานอย่างไร

ขั้นที่ 5 ประเมินผลขั้นนี้อาจจะเรียกว่า การควบคุมเชิงกลยุทธ์ ซึ่งหมายถึง กระบวนการในการประเมินความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามกลยุทธ์และการปรับปรุงแก้ไขในกรณีที่มีความเบี่ยงเบนไป

จากแผนที่วางไว้ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความแน่ใจว่าการใช้ทรัพยากร ตลอดจนการปฏิบัติงานของพนักงานของทั้งองค์กรจะไปในทิศทางที่กำหนดไว้ การควบคุมและประเมินผลนี้จะต้องเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุที่โอกาสและอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่นคู่แข่งแนะนำสินค้าตัวใหม่ เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง แนวโน้มใหม่ ๆ ทางสังคมเปลี่ยนไป ลูกค้ามีความต้องการใหม่ ๆ ดังนั้น การบริหารกลยุทธ์จึงเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง (ongoing process) จะต้องมีการควบคุม ตรวจสอบ ปรับปรุงและแก้ไขอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ได้เสมอแหล่งที่มา

ยาเป็น เรื่องจรูญศรี (2552) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย

1. ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ได้ให้ความหมายของ การบริหารเชิงกลยุทธ์ไว้ 3 ประการ ดังนี้

ความหมายที่ 1 การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) เป็นกระบวนการซึ่งรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน 3 ประการ คือ

1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (Strategic analysis) เป็นงานที่จะต้องทำให้ล่วงหน้าและต้องมีการพัฒนา จึงจะเป็นการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม

2) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy formulation) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ต้องทำให้ล่วงหน้าให้เป็นแผน ซึ่งได้ผลลัพธ์ คือ กลยุทธ์ที่กำหนด

3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์และการควบคุม (Strategy implementation and control) เป็นกระบวนการกำหนดแผนการปฏิบัติ การมองเห็นความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ให้เป็นจริง

ความหมายที่ 2 กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management process) หมายถึง ขั้นตอนการบริหารเพื่อให้บรรลุภารกิจ (Mission) ขององค์กร โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะผู้ที่ได้ผลประโยชน์จากองค์กร (Stakeholders) ซึ่งเป็นปัจจัยในสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ และกำหนดนโยบายขององค์กร ประกอบด้วย ลูกค้า (Customer) พนักงาน (Employee) ชุมชนในท้องถิ่น (Community) และผู้ถือหุ้น (Stockholder)

ความหมายที่ 3 การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) เป็นศาสตร์และศิลป์ในการกำหนด 1) กลยุทธ์ (Strategy formulation) 2) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Strategy implementation) 3) การประเมินผลกลยุทธ์ (Strategy evaluation)

สารโวจน์ โอพิทักษ์ชีวิน (2548) ได้ให้ความหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) หมายถึง ชุดของการตัดสินใจ และการกระทำที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ ในการจัดสร้างแผนและการปฏิบัติตามแผนที่ได้ออกแบบมา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management) หมายถึง กระบวนการในการจัดทำกลยุทธ์ และการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่กำหนดอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

2. กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ หรือการบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Schermerhorn, 1999) หรือเป็นกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้บริหารจากทุกส่วนขององค์กรในการกำหนดกลยุทธ์และปฏิบัติตามกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร (Bateman and Snell, 1999) ซึ่งการจัดการเชิงกลยุทธ์มีกระบวนการ 3 ขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผนกลยุทธ์ 2) การนำไปปฏิบัติ 3) การประเมินผล หรือหมายถึง กระบวนการบริหาร 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์ 2) การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร 3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และ 4) การรักษา ควบคุมกลยุทธ์ โดย ข้อ 3 และ ข้อ 4 ถือว่าเป็นการปฏิบัติตามกลยุทธ์

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ 4 ขั้นตอน (Bovee and others, 1999) ได้อธิบายถึงขั้นตอนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญ ได้ดังนี้

เป็นการตรวจสอบภารกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goals) แล้วประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อกำหนดส่วนประกอบ ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการทำงานในองค์กร ขั้นตอนที่สำคัญ คือ การสำรวจอิทธิพลของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และผู้ที่มีผลประโยชน์ในบริษัท (Stakeholder) เพื่อพิจารณาผลกระทบ กล่าวคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อองค์กร ภารกิจ และความสามารถที่จะบรรลุเป้าหมาย นั่นคือ การวิเคราะห์ SWOT

(1) กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย และค่านิยม (Establishment of mission, vision, goals and value)

ก. วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นทิศทางในระยะยาว ซึ่งองค์กรต้องการ

ข. ภารกิจ (Mission) เป็นจุดมุ่งหมายขั้นพื้นฐานและขอบเขตการดำเนินงานขององค์กรตลอดจนค่านิยมขององค์กร

ค. เป้าหมาย (Goals) เป็นสิ่งที่ต้องการต้องการในอนาคต เป็นผลลัพธ์หรือเป้าหมายสำคัญซึ่งเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ค่านิยม และความเจริญเติบโตในระยะยาวขององค์กร

ง. วัตถุประสงค์ (Objectives) เป็นผลลัพธ์ที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง สามารถวัดได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการต้องการ

จ. ค่านิยมหลัก (Core value) เป็นพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรซึ่งจะมีผลกระทบต่อค่านิยมและความเชื่อถือว่าสิ่งใดเหมาะสมหรือไม่ โดยจะนำไปกำหนดเป็นวัฒนธรรมองค์กร (Corporate culture)

(2) การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) เป็นการเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อช่วยผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งช่วยผู้บริหารกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการทำงานขององค์กร หรือหมายถึงวิธีการซึ่งช่วยผู้บริหารในการกำหนดจุดแข็งขององค์กร โดย

ก. จุดแข็ง (S : Organizational Strengths) เป็นความสามารถที่จะต้องใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ข. จุดอ่อน (W : Organizational Weaknesses) เป็นลักษณะที่ต้องแก้ไข

ค. โอกาส (O : Environmental Opportunities) เป็นสถานการณ์ซึ่งมีศักยภาพ (ข้อได้เปรียบ) ซึ่งช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

ง. อุปสรรค (T : Environmental Threats) เป็นปัญหาวิกฤตที่จะทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย

(3) แมทริกซ์ TOWS เป็นเครื่องมือสมัยใหม่สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยภายใน (Internal factors)	จุดแข็งภายใน [Internal strengths (S)]	จุดอ่อนภายใน [Internal weaknesses (W)]
ปัจจัยภายนอก (External factors)		
โอกาสจากภายนอก [External opportunities (O)]	กลยุทธ์ SO: มาก-มาก (SO strategy: maxi-maxi) รุกไปข้างหน้า	กลยุทธ์ WO: น้อย-มาก (WO strategy: mini-maxi) พัฒนาภายใน
อุปสรรคจากภายนอก [External threats (T)]	กลยุทธ์ ST: มาก-น้อย (ST strategy: maxi-mini) สร้างพันธมิตร	กลยุทธ์ WT: น้อย-น้อย (WT strategy: mini-mini) ปรับเปลี่ยนภายใน

ภาพที่ 2.4 แสดงแมทริกซ์ TOWS สำหรับการกำหนดกลยุทธ์

ที่มา : Wehrich and Koontz (1993)

กลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ (Four alternative strategies) แสดงทางเลือก 4 ประการของแมทริกซ์ TOWS กลยุทธ์ถือเกณฑ์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก อุปสรรคและโอกาส และสภาพ

ก. กลยุทธ์ WT (WT strategy) อยู่ในมุมขวาตอนล่าง มีเป้าหมายที่สร้างให้เกิดจุดแข็งและอุปสรรคต่ำสุด ซึ่งต้องการให้บริษัทใช้รูปแบบการร่วมลงทุน (Joint venture) การตัดตอน (Retrench) เลิกผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกำไร (Liquidate)

ข. กลยุทธ์ WO (WO strategy) พยายามที่จะให้เกิดจุดอ่อนต่ำสุด และโอกาสสูงสุด ดังนั้นองค์การที่มีจุดอ่อนในบางกรณีอาจจะพัฒนาองค์การหรือต้องการความสามารถเฉพาะอย่าง (เทคโนโลยีหรือบุคคลที่มีทักษะ) จากภายนอก มีทางเลือกที่เป็นไปได้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบของโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอก

ค. กลยุทธ์ ST (ST strategy) ถือเกณฑ์จุดแข็งขององค์การที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม เป้าหมาย คือ ทำให้เกิดจุดแข็งสูงสุดและมีอุปสรรคต่ำสุด ดังนั้น องค์การอาจใช้จุดแข็งด้านเทคโนโลยี การเงิน การจัดการ หรือการตลาดเพื่อจัดการอุปสรรคของอันจะเกิดจากคู่แข่ง

ง. กลยุทธ์ SO (SO strategy) เป็นสถานการณ์ที่องค์การต้องการสูงสุด โดยองค์การใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยทั่วไปเป้าหมายขององค์การจะเปลี่ยนจากตำแหน่งอื่นของแมทริกซ์นี้ถ้ามีจุดอ่อนพยายามแก้ไขปัญหา เพื่อเปลี่ยนให้เป็นจุดแข็งถ้าเผชิญอุปสรรคต้องพยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส

ทั้งนี้ ปัจจัยที่แสดงในแมทริกซ์ TOWS เป็นการวิเคราะห์ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในเปลี่ยนแปลงได้ ปัจจัยบางประการมีการเปลี่ยนแปลงมาก ในขณะที่บางปัจจัยมีการเปลี่ยนแปลงน้อย ดังนั้นผู้ออกแบบกลยุทธ์ต้องเตรียมแมทริกซ์ TOWS หลายแบบ ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

1. การกำหนดกลยุทธ์ขององค์การ (Formulate the organizational strategy)

กลยุทธ์ (Strategy) เป็นรูปแบบของการปฏิบัติและการจัดสรรทรัพยากรที่ออกแบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ การกำหนดกลยุทธ์ในทุกกระดับต้องพิจารณา ถึงภารกิจ (Mission) ขององค์การ และผลลัพธ์ จากการวิเคราะห์สถานการณ์ กลยุทธ์ขององค์การประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ 3 ระดับ คือ 1) การพัฒนากลยุทธ์ระดับบริษัท 2) การพัฒนากลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ 3) การพัฒนากลยุทธ์ระดับหน้าที่

(1) การพัฒนากลยุทธ์ระดับบริษัท (Developing corporate-level strategy) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate strategy) เป็นการกำหนดลักษณะทั้งหมดและจุดมุ่งหมายขององค์การ กำหนดผลิตภัณฑ์ธุรกิจที่จะเพิ่มเข้ามา หรือเลิกกระทำ ตลอดจนกำหนดทรัพยากรที่จะใช้ภายในธุรกิจ

ก. กลยุทธ์หลัก (Grand strategy) เป็นกลยุทธ์ทั่วไปเพื่อความเข้าใจในการกำหนดการปฏิบัติที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมายในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การเจริญเติบโต 2) กลยุทธ์ความคงที่ 3) กลยุทธ์การตัดทอนให้น้อยลง

ข. กลยุทธ์การจัดสรรทรัพยากร (Portfolio strategy) เป็นการค้นหาส่วนประสมของการลงทุนที่ดีที่สุดจากบรรดาโอกาสที่เป็นทางเลือกของธุรกิจ หรือเป็นกลยุทธ์ในระดับบริษัท ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และตำแหน่งของแต่ละหน่วยธุรกิจ เพื่อสร้างส่วนประสมที่สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การให้ได้ดีที่สุด

(2) การพัฒนากลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Developing business – level strategy) หมายถึง การค้นหาวิธีการแข่งขันของแต่ละบริษัทหรือแต่ละหน่วยธุรกิจ โดยทั่วไปจะใช้วิธีการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย การสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง มี 3 โมเดล คือ 1) โมเดลการปรับตัว 2) กลยุทธ์การแข่งขัน และ 3) โมเดลวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

(3) การพัฒนากลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Developing functional-level strategy) เป็นกลยุทธ์ขององค์การ ระดับที่ 3 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ระดับหน้าที่ ผู้บริหารจะกำหนดกลยุทธ์ระดับหน้าที่เพื่อให้การสนับสนุนการบริหารกลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ ซึ่งมีขอบเขตแคบกว่าระดับหน่วยธุรกิจ

เกี่ยวข้องกับแต่ละหน้าที่ขององค์การ 6 ประการ ได้แก่ การตลาด การเงิน การปฏิบัติการ ทรัพยากรมนุษย์ วิจัยและพัฒนา และทรัพยากรข้อมูล

2. การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (Implement the strategy)

หลังจากที่องค์การมีการกำหนดภารกิจ และเป้าหมาย การวิเคราะห์สถานการณ์ และการพัฒนาการปฏิบัติการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการทำงาน กลยุทธ์เหล่านั้นจึงมีการปฏิบัติการ โดยมีการประสานงานภายใต้กลยุทธ์ ซึ่งจะสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยประยุกต์ใช้ 4 หน้าที่ในกระบวนการจัดการ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning)
 2. การจัดองค์การ (Organization)
 3. การชักนำ (Leading)
 4. การควบคุม (Controlling)
- ## 3. การรักษา การควบคุมกลยุทธ์ (Maintain strategic control)

ระบบการควบคุมเชิงกลยุทธ์ (Strategic control system) เป็นระบบที่ออกแบบเพื่อให้การสนับสนุนผู้บริหารในการประเมินความก้าวหน้าขององค์การให้เป็นไปตามกลยุทธ์ และเมื่อมีข้อแตกต่างก็มีการแก้ไขปรับปรุง ซึ่งโดยทั่วไป ผู้บริหารใช้คอมพิวเตอร์ MIS เพื่อรวบรวม เก็บรักษา วิเคราะห์ และรายงานรายละเอียดที่ต้องการเพื่อรักษาการควบคุมกลยุทธ์

สมบัติ อิศรานุรักษ์ (2552) ได้อธิบายกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ ได้แสดงกระบวนการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (วรรณพร เทพหัสดิน ณ อยุธยา สุทธิปริดา , 2549) ที่พบว่า องค์การส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 60 – 90) มักจะประสบปัญหาความล้มเหลวในการบริหารยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นผลมาจากการที่องค์การมีรูปแบบการบริหารงานในแบบแยกส่วน มีขั้นตอนการทำงานที่ต่างคนต่างทำ ต่างคนต่างรายงานตรงต่อผู้บังคับบัญชาตามสายบังคับบัญชาของตนเอง นั่นคือการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติภายในองค์การยังขาดความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ Kaplan และ Norton ได้พัฒนา แผนผังเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ขึ้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการแนวใหม่ เพื่อใช้ในการอธิบายและแสดงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยต่าง ๆ 4 มิติของ Balanced Scorecard อันได้แก่ มิติด้านการเงิน (Financial Perspective) มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal Perspective) และมิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (พิมาดา เชื้อสกุลวนิช, 2549)

3. แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)

แผนที่ยุทธศาสตร์ หมายถึง การแสดงหรือสาธิตกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร ซึ่งเชื่อมโยงกับมุมมองทั้งสี่ประการจาก Balanced Scorecard เพื่อให้เห็นว่า สินทรัพย์ใด ๆ ในองค์กร ไม่ว่าจะวัดได้หรือไม่ก็ตาม อย่างเช่น สินทรัพย์ที่สัมผัสไม่ได้ ย่อมสามารถถูกแปลงออกมาให้กลายเป็นความมั่งคั่งที่จับต้องได้ หรือแปลงสิ่งที่เรามองไม่เห็น สัมผัสไม่ได้ เช่น ความรู้และทักษะของพนักงาน ตลอดจนภาพลักษณ์คุณภาพในการจัดการขององค์กร ชื่อเสียงที่สะสมมานานแรมปี ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ จะสามารถถูกสร้างให้สอดคล้องอยู่บนระนาบเดียวกันได้ ถ้าเรามี ทิศทาง หรือ “แผนที่” ที่ชัดเจน และแผนที่ยุทธศาสตร์ คือ ลายแทงชุมชนทรัพย์ที่นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในเชิงรูปธรรมได้ (สมพงษ์ สุวรรณจิตกุล, 2547)

การมุ่งสู่องค์กรที่มีขีดสมรรถนะสูง (High Performance Organization) มีปัจจัยองค์ประกอบอยู่หลายประการ เริ่มต้นจากการวางยุทธศาสตร์และการบริหารการเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปอย่างมีระบบสามารถควบคุมและลดความเสี่ยงหรือเพิ่มโอกาสในการบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยครอบคลุมเรื่องของการวางแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ในแต่ละมิติให้มีความสัมพันธ์กันในเชิงเหตุผลและการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์เข้ากับระบบการวัดประเมินผลการดำเนินงานอย่างสมดุล (Balanced Scorecard) สามารถถ่ายทอดตั้งแต่ในระดับองค์การลงมาจนถึงระดับทีมงานหรือตัวบุคคล (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2549)

แผนผังเชิงยุทธศาสตร์ หรือแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการแนวใหม่จากแนวคิดของ Robert S. Kaplan และ David P. Norton ที่มองว่า “การบริหารจัดการจะทำได้เลยหากไม่สามารถประเมินผลได้และ การประเมินผลในสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายได้ ก็ไม่อาจทำได้เช่นกัน” ดังนั้น ซึ่ง Kaplan และ Norton ได้พัฒนาแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ขึ้นเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อใช้ในการอธิบายและแสดงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยต่าง ๆ 4 มิติของ Balanced Scorecard (พิมาดา เชื้อสกุลวนิช, 2549) อันได้แก่

1. มิติด้านการเงิน (Financial Perspective)
2. มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3. มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal Perspective)
4. มิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

โดยเฉพาะการเชื่อมโยงการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เข้ากับกระบวนการสร้างคุณค่า (value-creating processes) ให้แก่องค์กร

วงจรของการจัดการแผนผังเชิงกลยุทธ์ (พิมาดา เชื้อสกุลวิช, 2549) ได้อธิบายถึง ความสำคัญ และหลักการของการทำแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความสำคัญของการทำแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ สามารถช่วยองค์กรได้ดังนี้

1.1 กำหนดกรอบแนวทางของกระบวนการหลักภายในที่สำคัญเพื่อให้สามารถดำเนินงานไปในทิศทางที่เหมาะสม และมุ่งสู่การบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

1.2 ประสานเชื่อมโยงในเรื่องการลงทุนและการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การใช้เทคโนโลยีและทุนองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.3 ทราบข้อบกพร่องหรือช่องว่างของกลยุทธ์ และความเชื่อมโยงที่ขาดหายไประหว่างการจัดทำยุทธศาสตร์ และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้สามารถดำเนินการปรับปรุงแก้ไขได้รวดเร็วทันการณ์

2. หลักสำคัญของแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ มีความหมายดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสมดุลและเชื่อมประสาน ความแตกต่าง และความขัดแย้งอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินต่อไปได้

2.2 ยุทธศาสตร์เกิดจากสมมุติฐานที่ว่า ลูกค้าผู้รับบริการมีความต้องการ และค่านิยมที่แตกต่างกันทำให้มีความจำเป็นในการสร้างความหลากหลายให้เกิดกับตัวสินค้าและบริการ เพื่อที่จะสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้เกิดความพึงพอใจได้

2.3 คุณค่าจะถูกสร้างขึ้นโดยผ่านกระบวนการเชิงธุรกิจภายในองค์กร หากองค์กรสามารถบริหารจัดการกระบวนการภายในได้อย่างดีแล้ว ก็มักจะบรรลุผลสำเร็จได้

2.4 ยุทธศาสตร์เป็นจุดรวมของปัจจัยหลักในการเสริมสร้างให้เกิดการการเกื้อหนุนทำให้เกิดการบูรณาการขององค์ประกอบต่าง ๆ แบบองค์รวม กล่าวคือ เป็นการพิจารณาให้ความสำคัญในทุกองค์ประกอบนั่นเอง

2.5 การจัดวางยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดให้เกิดคุณค่าของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ และสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรสามารถบรรลุเป้าประสงค์ตามที่กำหนดไว้

แผนผังเชิงยุทธศาสตร์ จะอธิบายหลักการเหตุผลของยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ที่ชัดเจนของการดำเนินงาน รวมไปถึงการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ และ Balanced Scorecard จะช่วยแปลงเป้าประสงค์ของแผนผังเชิงยุทธศาสตร์เป็นการวัดผล (measures) และกำหนดค่าเป้าหมาย (targets) ซึ่งองค์กรจะต้องมีการวางแผนปฏิบัติการ (action plan) และการบริหารจัดการทรัพยากรให้สามารถสนองต่อ

เป้าหมายที่กำหนด หรืออาจเรียกแผนปฏิบัติการดังกล่าวนี้ว่าเป็นการริเริ่มเชิงยุทธศาสตร์ (strategic initiatives)

สรุปได้ว่า รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยเพื่อการสอนชาวต่างประเทศจะประสบความสำเร็จต้องมีการจัดทำแผนผังเชิงยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องของแนวทางการบริหารจัดการค่ายมวยให้ประสบผลสำเร็จและมุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับแผนยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการ ผ่านกระบวนการสร้างคุณค่าภายในค่ายมวย โดยที่การกำหนดเป้าประสงค์และกรอบแนวทางการสร้างคุณค่าของค่ายมวยนั้น จะเน้นในเรื่องของความสามารถในการแปลงยุทธศาสตร์ไปสู่แผนปฏิบัติงานจริง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การพัฒนาบุคลากรภายในค่ายมวยเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องมีการดำเนินการอย่างจริงจัง เพราะหากบุคลากรได้รับการพัฒนาและเกิดความเข้าใจที่ดีแล้ว ก็จะทำให้สามารถนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติให้เกิดผลได้อย่างแท้จริง

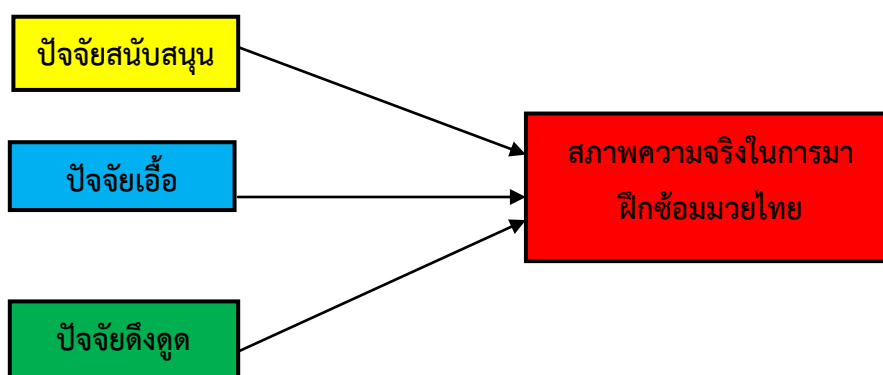
6.3 การบริหารจัดการมวยไทยสู่สากล

กรอบการศึกษา ของวินัย พูลศรี (2555) เรื่องการจัดการมรดกภูมิปัญญาของชาติไทยสู่รูปแบบธุรกิจสากล แบ่งเป็น 4 ด้าน 1) การพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร มีรูปแบบการบริหารจัดการแผนพัฒนาสร้างหลักสูตรอบรมบุคลากรทุกระดับ นำวิทยาศาสตร์การกีฬาพัฒนาทักษะมวยไทย ตั้งสถาบันผลิตบุคลากรระบบสารสนเทศ รัฐมีนโยบายเชิงรุก องค์กร ภาครัฐ เอกชน กำหนดทิศทางการบริหารจัดการเป็นระบบ 2) พัฒนาการจัดการแข่งขันให้เป็นมาตรฐานสากล หน่วยงานองค์กรรับผิดชอบ กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับ รูปแบบเป็นมาตรฐานเดียวกันและเป็นสากล 3) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สนามมวย ค่ายมวยและการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทางกีฬามาประยุกต์ ใช้กับมวยไทย สรุปจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ แบ่งเป็น 3 ด้าน 1) สนามมวยไทยเวทีแห่งชาติต้นแบบเป็นเอกลักษณ์ศิลปะมวยไทยเป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ยิมเนเซียมเอกลักษณ์ไทย ห้องอำนวยความสะดวก เวทีมวย ดนตรี ร้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสารสนเทศ ศูนย์ฟิตเนต ห้องพยาบาล ห้องประวัติมวยไทย ศูนย์แสดงวัฒนธรรมไทยแบบครบวงจร สำนักงานสถาบันผลิตบุคลากร ที่พัก และสถาบันเทรนนิ่งรูปแบบสากล 2) ค่ายมวยไทยอาชีพต้นแบบรูปแบบเอกลักษณ์ไทย มียิมเนเซียม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักนักกีฬา เวทีมาตรฐานอุปกรณ์ฝึกซ้อม ดนตรีประกอบการแข่งขัน ร้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสารสนเทศห้องฟิตเนต ห้องประวัติมวยไทย ประวัติค่าย ประวัตินักมวย ห้องเรียนรู้วิทยาศาสตร์การกีฬา และที่พักมาตรฐาน 3) หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยที่ใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะมวยไทยที่ถูกต้อง มาตรฐาน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับครูผู้ช่วย (C License) ระดับครู (B License) และระดับอาจารย์ (A License) เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ฝึกสอนเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ

ในธุรกิจอาชีพ 4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกีฬามวยไทยอาชีพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบทุกระดับแบบบูรณาการโดยมีรูปแบบการพัฒนา บริหารจัดการเป็นระบบ ตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ กำหนดการบริหารจัดการบุคลากรภาครัฐ เอกชน องค์กรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาระบบฐานข้อมูลให้ทันสมัย กำหนดกฎ ข้อบังคับให้ปฏิบัติแบบเดียวกัน และการตลาดสิทธิประโยชน์ การจัดการความรู้เผยแพร่ในเชิงธุรกิจแบบครบวงจร

คู่มือการบริหารค่ายมวยไทยอาชีพได้กำหนดปัจจัยต่าง ๆ ที่สัมพันธ์ต่อการศึกษาสภาพความจริงของการเรียนมวยไทย ประกอบด้วย

ความต้องการทำธุรกิจ ต้องการเป็นนักมวย ต้องออกกำลังกาย ต้องการฝึกมวยไทยไว้ป้องกันตัว ต้องการเพื่อการเรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ความศรัทธาต่อครูมวยไทย เพื่อนคนไทย และเพื่อนชาวต่างประเทศ ค่าใช้จ่ายถูก ธรรมชาติสวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย วัฒนธรรมโดดเด่น อธิปไตยและความเป็นไทยของคนไทย ที่พัก อาหารไทย สถานที่ฝึกซ้อม ความรู้ เทคนิคและทักษะมวยไทย การจัดรายการแข่งขัน เจ้าหน้าที่สนามบิน บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ เทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมมวยและองค์กรมวยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนอื่น ๆ ตามที่วางหลักการไว้ใน ภาพประกอบ 55 ที่อธิบายถึงกรอบแนวคิดปัจจัยที่สัมพันธ์กับสภาพจริงในการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ



ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดปัจจัยที่สัมพันธ์กับสภาพจริงในการมาฝึกซ้อมมวยไทยของนักท่องเที่ยว

ที่มา : ชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2558)

สรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจค่ายมวยไทยเพื่อการสอนชาวต่างชาติ เป็นธุรกิจที่อยู่ในช่วงตลาดที่มีความต้องการสูง มีสินค้าเป็นลักษณะเฉพาะ มีต้นทุนด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทยอยู่ในตัว มีการส่งเสริมสนับสนุนด้านนโยบายด้านการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังแต่จากปัญหาที่พบจากการวิจัย

ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าค่ายมวยยังคงต้องการการพัฒนาอีกหลายด้าน ในขณะที่กลยุทธ์ในการใช้มวยไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวยังขาดข้อมูลที่สำคัญและที่จำเป็นในการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ โดยเฉพาะข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ระบุถึงการใช้ชีวิตและความเป็นอยู่ในค่ายมวยไทย ความคาดหวัง ความเป็นจริง ความสำเร็จและต้องการในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการมาเรียนรู้ที่ค่ายมวยไทย

6.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับค่ายมวยไทย

ค่ายมวยไทยเป็นสถานที่ในการเรียนรู้และฝึกซ้อมศิลปะป้องกันตัวมวยไทย ซึ่งตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 ได้กำหนดเป็นกฎหมายมวยฉบับแรก ซึ่งได้กำหนดเป็นกฎกระทรวง ข้อบังคับและระเบียบไว้ว่า

1. ระเบียบคณะกรรมการกีฬามวยว่าด้วยมาตรฐานและสวัสดิการค่ายมวย พ.ศ.2542 (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม ครั้งที่ 7)

ซึ่งตามระเบียบสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย (2557) ว่าด้วยมาตรฐานและสวัสดิการค่ายมวย พ.ศ.2543 กำหนดให้บริการการจัดการค่ายมวยมาตรฐาน และมีการจัดสวัสดิการให้แก่ นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องได้รับสวัสดิการอย่างเหมาะสมอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 9 (5) และมาตรา 46 แห่งพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 คณะกรรมการกีฬามวยจึงออกระเบียบ กำหนดให้หัวหน้าค่ายมวยบริหารจัดการค่ายมวยให้มีมาตรฐานและจัดให้มีสวัสดิการแก่นักมวยผู้ฝึกสอน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวยไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบคณะกรรมการกีฬามวย ว่าด้วยมาตรฐานและสวัสดิการค่ายมวยพ.ศ. 2543”

ข้อ 2 ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในระเบียบนี้

“ค่ายมวย” หมายความว่าสังกัดของนักมวย

“หัวหน้าค่ายมวย” หมายความว่าผู้เป็นเจ้าของค่ายมวย

“นักมวย” หมายความว่าผู้ซึ่งเข้าแข่งขันกีฬามวย

“ผู้ฝึกสอน” หมายความว่าผู้ซึ่งทำหน้าที่ฝึกสอนศิลปะมวยไทยหรือมวยสากล

“บุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง” หมายความว่า ผู้ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในค่ายมวย ได้แก่ผู้ช่วยผู้ฝึกสอนพี่เลี้ยงนักมวย และผู้ทำการฝึกซ้อมเพื่อเป็นนักมวย

“สวัสดิการ” หมายความว่า การให้ความช่วยเหลือแก่นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง

ข้อ 4 หัวหน้าค่ายมวยต้องบริหารจัดการค่ายมวยให้มีมาตรฐานดังนี้

1. กำหนดให้มีชื่อค่ายมวยเพียงชื่อเดียวซึ่งหัวหน้าค่ายมวยใช้เป็นชื่อในการขอลงทะเบียนเป็นหัวหน้าค่ายมวยต่อนายทะเบียนทั้งนี้การกำหนดชื่อค่ายมวยดังกล่าวต้องเป็นชื่อที่ไม่ซ้ำพ้องหรือคล้ายคลึงกับค่ายมวยอื่นที่ได้รับอนุญาตจากนายทะเบียนและไม่เป็นชื่อต้องห้ามหรือขัดกับกฎหมายว่าด้วยชื่อบุคคล

2. จัดให้มีสถานที่ฝึกซ้อมของนักมวยหรือผู้ทำการฝึกซ้อมเพื่อเป็นนักมวย ณ สถานที่ตั้งของค่ายมวย หรือสถานที่อื่นตามที่หัวหน้าค่ายมวยกำหนดซึ่งเป็นสถานที่ที่มีสุขอนามัยเหมาะสมและมีขนาดพอเหมาะกับจำนวนบุคลากรประจำค่ายมวยพร้อมด้วยอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการฝึกซ้อมหรือฝึกสอนนักมวยหรือผู้ทำการฝึกซ้อมเพื่อเป็นนักมวยโดยต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของการฝึกซ้อมหรือการฝึกสอนเป็นสำคัญ

3. กรณีค่ายมวยไม่มีสถานที่ฝึกซ้อมตาม (2) ให้หัวหน้าค่ายมวยดำเนินการบริหารจัดการโดยวิธีอื่น เพื่อให้ให้นักมวยได้รับการฝึกสอน และฝึกซ้อมในสถานที่ฝึกซ้อมอื่นได้ทั้งนี้ สถานที่ใช้ในการฝึกซ้อมหรือฝึกสอนดังกล่าว ต้องมีมาตรฐานตามที่กำหนดใน (2) ด้วย

ข้อ 5 หัวหน้าค่ายมวยมีหน้าที่และต้องปฏิบัติดังนี้

1. ไม่จัดให้นักมวยที่สังกัดค่ายมวยอื่นเข้าแข่งขันชกมวยในนามค่ายมวยที่ตนเองเป็นหัวหน้าค่ายมวย

2. ต้องจัดให้มีระเบียบปฏิบัติภายในของค่ายมวย และปิดประกาศโดยเปิดเผยเพื่อให้ นักมวยผู้ฝึกสอน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องทราบและถือปฏิบัติ

3. ต้องสอดส่องดูแลควบคุมให้นักมวย ผู้ฝึกสอน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎหมายกติกากในการแข่งขัน และระเบียบของค่ายมวยโดยเคร่งครัด

4. ต้องควบคุมดูแลให้นักมวย ผู้ฝึกสอน และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามระเบียบของสนามมวยไม่ก่อความวุ่นวายหรือกระทำการใด ๆ ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีการใช้สิทธิใดๆ ต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องเที่ยงธรรม

5. จัดให้มีการอบรมเพื่อปลูกฝังให้เป็นคนมีระเบียบวินัยตามโอกาสตลอดจนส่งเสริมให้มีความเข้าใจในการวางแผนชีวิตและการดำรงชีพในอนาคตอย่างมีคุณภาพ

6. ส่งเสริมให้นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในค่ายมวยได้รับความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังต่อไปนี้

6.1 กติกามาตรฐานสำหรับการแข่งขันกีฬามวย

6.2 ทักษะการฝึกซ้อมที่ถูกวิธีและการใช้อุปกรณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มพูนสมรรถภาพทางกาย และการรักษาสุขภาพหรืออาจรวมถึงด้านกายภาพด้วยก็ได้

6.3 ความรู้เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยและความรู้เรื่องการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

7. สอดส่องดูแลสุขภาพของนักมวยที่ได้รับการกระทบกระเทือนต่อระบบประสาทสมองจากการแข่งขันกีฬามวยในระหว่างพักฟื้นให้เป็นไปตามหลักการการรักษาพยาบาลตามความเหมาะสม

8. กรณีนักมวยที่เป็นผู้เยาว์ให้หัวหน้าค่ายมวยดูแลความปลอดภัยของนักมวยในการเข้าแข่งขันกีฬามวยเป็นสำคัญพิเศษด้วย

ข้อ 6 หัวหน้าค่ายมวยต้องจัดให้มีสวัสดิการแก่นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องตามสมควร ดังนี้

1. สวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลโดย

ก. จัดให้นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องได้รับการตรวจสุขภาพตามระยะเวลาอันสมควร

ข. กรณีเกิดอุบัติเหตุหรือบาดเจ็บระหว่างการฝึกซ้อมหรือแข่งขันนักมวยต้องได้รับการรักษาพยาบาลทันทีพร้อมทั้งดูแลช่วยเหลือค่ารักษาพยาบาล ค่ายาเวชภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ รวมถึงติดตามเรียกร้องสิทธิค่าตอบแทนที่พึงได้รับตามสิทธิอันเกิดจากการฝึกซ้อมและแข่งขัน

ค. กรณีนักมวยได้รับการกระทบกระเทือนต่อระบบประสาทสมองจากการแข่งขันกีฬามวยต้องได้รับการตรวจร่างกายโดยหัวหน้าค่ายมวยต้องปฏิบัติตามคำสั่งแพทย์โดยเคร่งครัดและต้องให้ความช่วยเหลือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าเวชภัณฑ์ ค่าอาหารและค่าใช้จ่ายอื่นเพื่อการยังชีพตามความจำเป็น

2. สวัสดิการด้านการศึกษาโดยส่งเสริมสนับสนุนช่วยเหลือให้นักมวยได้รับการศึกษาอย่างเหมาะสมกรณีนักมวยอยู่ในวัยเยาว์ให้หัวหน้าค่ายมวยจัดให้นักมวยได้รับการศึกษาจนกว่าจะจบการศึกษาภาคบังคับกรณีนักมวยเรียนจบการศึกษาภาคบังคับตามกฎหมายแล้วหากมีความประสงค์จะศึกษาต่อไปให้หัวหน้าค่ายมวยให้การส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือตามควรแก่กรณี

3. สวัสดิการด้านที่พักอาศัยโดยจัดอุปกรณ์เครื่องนอน สื่อสันทนาการตามความเหมาะสม

4. สวัสดิการด้านโภชนาการโดยส่งเสริมสนับสนุนให้มีเครื่องบริโภคและอาหารบำรุงร่างกายตามหลักโภชนาการ

5. สวัสดิการด้านการดำรงชีพโดยช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตในระหว่างที่ไม่มีรายได้จากการแข่งขันกีฬามวยตามควรแก่กรณี

6. สวัสดิการด้านอื่นๆ ตามที่เห็นสมควร เช่น การประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ ทัศนศึกษา เครื่องอุปโภค ฯลฯ

ข้อ 7 ให้หัวหน้าค่ายมวยจัดสวัสดิการต่าง ๆ ตามที่กำหนดในระเบียบนี้ให้แก่ นักมวย ผู้ฝึกสอนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องโดยสม่ำเสมอและเป็นธรรม

ข้อ 8 กรณีที่หัวหน้าค่ายมวยมิได้ดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้ซึ่งอาจเป็นเหตุให้มีการเพิกถอนทะเบียนหัวหน้าค่ายมวยตามมาตรา 39 หรือมาตรา 40 ให้หัวหน้าค่ายมวยยินยอมให้นายทะเบียนเข้าไปดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือบริหารจัดการค่ายมวยหรือมอบหมายให้ผู้ใดผู้หนึ่งเป็นผู้บริหารจัดการค่ายมวยนั้นต่อไปได้แล้วแต่กรณี

ข้อ 9 ให้นายทะเบียนเป็นผู้รักษาการและให้มีอำนาจตีความและวินิจฉัยปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามระเบียบนี้

สรุปได้ว่า ระเบียบคณะกรรมการกีฬามวยว่าด้วยมาตรฐานและสวัสดิการค่ายมวย พ.ศ. 2542 (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม ครั้งที่ 7) สร้างขึ้นเพื่อดูแลสวัสดิการและผลประโยชน์ต่าง ๆ ของนักมวย หัวหน้าค่าย และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวย ให้เป็นไปอย่างยุติธรรม

2. เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพ

วิสัยทัศน์เป็นเป้าหมายอนาคตของค่ายมวยไทยซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพเป็นเกณฑ์มาตรฐานที่ทรงคุณค่าและสร้างประโยชน์ต่อการส่งเสริมกีฬามวยไทยทั้งใน และต่างประเทศ เป็นเกณฑ์มาตรฐานที่ได้รับในวงการมวยไทยอย่างกว้างขวางว่าแสดงถึงความเป็นเลิศ และการมีมาตรฐานของค่ายมวยไทยที่มีความสมบูรณ์ในการเป็นองค์กรกีฬาอาชีพอีกทั้งยังได้กำหนดวัตถุประสงค์ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มีการนำแนวทางเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยไปใช้ในการปรับปรุงตามความสามารถในการดำเนินกิจการมวยไทยของค่ายมวย

2. เพื่อให้การรับรองมาตรฐาน และประกาศเกียรติคุณให้กับค่ายมวยไทยที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการค่ายมวยที่เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานมวยไทยอาชีพ

3. เพื่อเป็นกลไกในการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศของค่ายมวยที่ประสบความสำเร็จตามเกณฑ์มาตรฐานมวยไทยอาชีพกับค่ายมวยอื่นๆที่ต้องการการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นนานาชาติได้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานกีฬาเอกลักษณ์ของประเทศไทย โดยการพัฒนาค่ายมวยไทยให้มีความเป็นเลิศในการบริหารจัดการค่ายมวยในทุก ๆ ด้านที่เป็นองค์ประกอบของการเป็นกีฬาอาชีพ และระบบบริหารจัดการองค์กรกีฬาอาชีพของวงการกีฬาแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ยังได้ลักษณะสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพไว้ดังนี้

1. เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพไม่ได้มีการกำหนดวิธีการแต่กำหนดเป็นมาตรฐานที่ควรจะมี ซึ่งค่ายมวยไทยอาชีพสามารถที่จะกำหนดวิธีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานและศักยภาพของค่ายมวยที่แตกต่างกันไป

2. เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพจุดเน้นอยู่ที่ผลลัพธ์ ไม่ใช่การมุ่งเน้นที่วิธีการเครื่องมือหรือโครงสร้างของค่ายมวยเพราะฉะนั้นค่ายมวยจึงควรมีการพัฒนา และแสดงให้เห็นว่ามีวิธีปฏิบัติแนวทางที่สร้างสรรค์ปรับใช้ได้และมีความยืดหยุ่น เพื่อให้บรรลุมาตรฐานของเกณฑ์ เพื่อเสริมสร้างค่ายมวยทำการปรับปรุงทั้งอย่างค่อยเป็นค่อยไปและอย่างก้าวกระโดด รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างพื้นฐานค่ายมวยด้วย

3. เกณฑ์มาตรฐานในแต่ละมาตรฐานมีความเกี่ยวโยงกัน และในบางประเด็นอาจจะมีปรากฏในหลายมาตรฐาน ซึ่งเป็นลักษณะของการพัฒนาที่ต้องสัมพันธ์กันในแต่ละด้านตามมาตรฐานนั้น ๆ

4. เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพจัดทำขึ้นมาภายใต้แนวคิดที่สำคัญคือ

1. การบริการค่ายมวยอย่างมีวิสัยทัศน์และความรับผิดชอบของหัวหน้าค่ายมวย
2. การสร้างความเป็นเลิศในการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นค่ายมวยที่มุ่งเน้นการทำธุรกิจมวยอย่างมืออาชีพโดยการมุ่งเน้นการบริหารค่ายมวยที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางการพัฒนา
3. การเรียนรู้ของค่ายมวย นักมวย และบุคลากรของค่ายมวยอย่างต่อเนื่อง
4. การที่ค่ายมวยต้องตระหนักถึงความสำคัญ และเห็นคุณค่าของนักมวย บุคลากรระดับต่างๆของค่ายมวย และผู้ที่เกี่ยวข้อง

5. ความคล่องตัวในการบริหารจัดการค่ายมวยอย่างมืออาชีพ

6. บริหารค่ายมวยที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสู่อนาคต
 7. การริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาค่ายมวย และการอนุรักษ์มวยไทยให้ยั่งยืน
 8. การบริหารจัดการค่ายมวยเป็นองค์กรธรรมาภิบาลที่ร่วมดูแลชุมชน สังคม
 9. การบริหารค่ายมวยที่มุ่งเน้นการบรรลุผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
 10. การพัฒนาค่ายมวยอย่างเป็นระบบตามองค์ประกอบ และระบบบริหารจัดการตามมาตรฐาน การเป็นองค์ประกอบกีฬาอาชีพ ของการกีฬาแห่งประเทศไทย
5. เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพจะแบ่งตามแนวคิดของการสร้างมาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพ สู่การเป็นกีฬาอาชีพที่ยั่งยืน ตามมาตรฐานกีฬาอาชีพ ของการกีฬาแห่งประเทศไทยซึ่งประกอบด้วย 8 มาตรฐาน
1. มาตรฐานที่ 1 โครงการสร้างพื้นฐานค่ายมวยไทยอาชีพ
 2. มาตรฐานที่ 2 การบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่าย
 3. มาตรฐานที่ 3 การบริหารแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพ
 4. มาตรฐานที่ 4 การบริหารลูกค้าของค่ายมวยไทยอาชีพ
 5. มาตรฐานที่ 5 การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ การทำนุบำรุง อนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะแม่ไม้มวยไทย
 6. มาตรฐานที่ 6 การบริหาร และการพัฒนานักมวยและบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพ
 7. มาตรฐานที่ 7 การจัดการกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญและบุคลากรการสนับสนุนของค่ายมวยไทยอาชีพ
 8. มาตรฐานที่ 8 การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีและการประเมินผลผลิตรายค่ายมวยไทยอาชีพ

โดยได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานในด้านต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้

มาตรฐานที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพ

ความสำคัญของการเริ่มต้นการพัฒนาค่ายมวยให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนด้วยโครงสร้างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพ : โครงสร้างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานค่ายมวยไทยอาชีพ คือ ภาพรวมของค่ายมวยไทยอาชีพเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของเจ้าของค่ายหรือหัวหน้าค่ายหรือผู้บริหารของค่ายมวย วิธีการดำเนินงาน และความท้าทายที่สำคัญที่ค่ายมวยเผชิญอยู่ และจะเกิดขึ้นในการดำเนินการค่าย มวยไทยในอนาคต

มาตรฐานที่ 2 การบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่ายมวย

ในหมวดการบริหารค่ายมวยไทยอาชีพของหัวหน้าค่ายมวยนี้ เป็นมาตรฐานแนวปฏิบัติแก่หัวหน้าค่ายมวย ในการตรวจประเมินว่าการกระทำของหัวหน้าค่ายมวยได้ชี้แนะ และทำให้ค่ายมวยมีความยั่งยืนอย่างไร รวมทั้งตรวจประเมินการกำกับดูแลค่ายมวย และวิธีการที่ค่ายมวยใช้เพื่อบรรลุผลด้านการอนุรักษ์ เผยแพร่ มวยไทย การปฏิบัติตามกฎหมาย จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพใหญ่ รวมทั้งการสนับสนุนการพัฒนาของชุมชนที่สำคัญ

มาตรฐานที่ 3 การบริหารแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานการบริหารแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทยอาชีพ มุ่งหวังประเมินความเป็นค่ายมวยที่พร้อมสู่การเป็นองค์กรกีฬาอาชีพที่เข้มแข็ง เป็นการกำหนดให้ค่ายมวยไทยอาชีพจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของค่ายมวยไทยอาชีพ และศักยภาพของค่ายมวย และมีการปรับเปลี่ยนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไป ตลอดจนวิธีการวัดผลความก้าวหน้า ทั้งนี้มาตรฐานดังกล่าวนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละค่ายมวยไทยอาชีพขึ้นอยู่กับขนาด สภาพแวดล้อม และปัจจัยประกอบอื่น ๆ ของค่ายมวยอาชีพนั้น ๆ

มาตรฐานที่ 4 การบริหารลูกค้าของค่ายมวยไทยอาชีพ

มาตรฐานของการมุ่งเน้นลูกค้า เป็นมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาเพื่อให้เป็นฐานในการดำเนินกิจกรรมมวยไทยอาชีพ สร้างความมั่นคงทางกิจการ และการดำเนินธุรกิจกีฬาอาชีพของค่ายมวยด้วยการสร้างความผูกพันกับลูกค้าเพื่อความสำเร็จด้านตลาดกีฬาอาชีพในระยะยาว ในการสร้างความผูกพันนี้ครอบคลุมถึงวิธีการสร้างวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นลูกค้า รวมทั้งวิธีการที่ค่ายมวยไทยอาชีพรับฟัง “เสียงของลูกค้า” และใช้สารสนเทศนี้เพื่อปรับปรุง และค้นหาโอกาสในการสร้างและพัฒนาค่ายมวยให้มีความเข้มแข็ง

มาตรฐานที่ 5 การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ การทำนุ บำรุง อนุรักษ์ และเผยแพร่แม่ไม้มวยไทย

ในมาตรฐานของ การวัด การวิเคราะห์ การทำนุ บำรุง อนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะแม่ไม้มวยไทย เป็นการตรวจประเมินว่า ค่ายมวยไทยอาชีพเลือกรวบรวม วิเคราะห์ จัดการ และปรับปรุงข้อมูลและสินทรัพย์ทางความรู้มวยไทยอย่างไร และค่ายมวยไทยอาชีพมีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างไร มีวิธีการทบทวนและใช้ผลการทบทวนเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินการอย่างไร

มาตรฐานที่ 6 การบริหาร และการพัฒนานักมวยและบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพ

ในมาตรฐานนี้ เป็นการสร้างมาตรฐาน ว่าค่ายมวยไทยอาชีพควรมีวิธีการ ในการสร้างความผูกพัน จัดการ และพัฒนานักมวยและบุคลากรของค่ายมวยไทยอาชีพ เพื่อนำศักยภาพของนักมวยและ

บุคลากรมาใช้อย่างเต็มที่ให้สอดคล้องไปในทางเดียวกันกับเป้าประสงค์ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ โดยรวมค่ายมวยไทยอาชีพ มาตรฐานนี้ให้พิจารณาความสามารถของค่ายมวยไทยอาชีพ ในการประเมินความสามารถ และการบริหารบุคลากร และความสามารถในการสร้างสภาพแวดล้อมของบุคลากรที่ก่อให้เกิดผลการดำเนินการที่ดี

มาตรฐานที่ 7 การจัดการกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญ และกระบวนการสนับสนุนของค่ายมวยไทยอาชีพ

ในหมวดการจัดการกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญและกระบวนการสนับสนุนของค่ายมวยไทยอาชีพ เป็นการตรวจประเมินว่าค่ายมวยไทยอาชีพมีวิธีการอย่างไรในการบริหารจัดการค่ายมวยรวมทั้งวิธีการในการออกแบบ จัดการ และปรับปรุงกระบวนการที่สำคัญ ทั้งระบบ การบริหารจัดการการฝึกซ้อม และการชกมวยของนักมวย การบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์การสร้างแฟนคลับและความนิยม การจัดการธุรกิจและสิทธิประโยชน์ รวมทั้งการจัดการกระบวนการสนับสนุนของค่ายมวย เพื่อดำเนินงานให้การบริหารจัดการค่ายมวยดังกล่าวได้สร้างคุณค่าแก่ลูกค้า วงการมวยไทย และทำให้มวยไทยอาชีพประสบความสำเร็จและยั่งยืน

มาตรฐานที่ 8 การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปี และการประเมินผลลัพธ์ค่ายมวยไทยอาชีพ

ในหมวดการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีและการประเมินผลลัพธ์ค่ายมวยไทยอาชีพ เป็นการกำหนดมาตรฐานเพื่อให้ค่ายมวยได้สรุปผลการดำเนินงาน สรุปบทเรียน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นแนวทางให้การตรวจประเมินผลการดำเนินการ และการปรับปรุงในด้านที่สำคัญทุกด้านของค่ายมวยไทยอาชีพ ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านผลผลิต ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นลูกค้าผลลัพธ์ด้านการเงิน และการตลาด ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพของกระบวนการ และผลลัพธ์ด้านการนำค่ายมวยไทย นอกจากนี้ยังตรวจประเมินระดับผลการดำเนินการของค่ายมวยไทยอาชีพเปรียบเทียบกับคู่แข่งและค่ายมวยไทยอาชีพอื่นที่เสนอผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงด้วย

สรุปได้ว่า เกณฑ์มาตรฐานค่ายมวยไทยอาชีพสร้างขึ้นมาเพื่อปรับปรุงความสามารถในการดำเนินกิจการมวยไทยของค่ายมวยรับรองมาตรฐาน ประกาศเกียรติคุณให้กับค่ายมวยไทยที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการค่ายมวย กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศของค่ายมวยและเป็นการแสดงให้เห็นนานาชาติได้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการยกระดับมาตรฐานกีฬาเอกลักษณ์ของประเทศไทย

7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของผลการจัดกิจกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

สุธาสิณี สุธรรมมา (2558) กล่าวว่า ผลกระทบการท่องเที่ยวหมายถึง การเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมจากสิ่งเดิมที่เคยเป็นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นสภาพแวดล้อมใหม่ ในการท่องเที่ยวมี ผลก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านบวก และผลกระทบทางด้านลบ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในด้านของ ผลกระทบ ทางด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบทางด้านสังคม และผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

7.1 ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

1.1 ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจทางบวก

ธีระยุทธ บัวจันทร์ (2559) กล่าวว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีดังนี้

1. ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในพื้นที่ มีการสร้างอาชีพให้แก่คนในท้องถิ่น ไม่ ว่าจะเป็นการทำงานในธุรกิจต่างๆ
2. ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม เป็นกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มการลงทุน
3. หน่วยงานภาครัฐยังได้ประโยชน์จากการเก็บภาษี เกิดการลงทุนและงบประมาณสนับสนุน จากภาครัฐให้พื้นที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว
4. เกิดรายรับที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

ฉันทะ จันทะเสนาและศักดิ์ชาย นาคนก (2562) กล่าวว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการ ท่องเที่ยว มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวทำให้มีนักลงทุนมากขึ้น
2. การท่องเที่ยวส่งผลต่อการจ้างงาน
3. ท้องถิ่นมีรายได้จากการเก็บภาษี

Weerakoon Ranjan (2016) ได้ศึกษา การทบทวนวิธีการประเมินผลกระทบเหตุการณ์กีฬา พบว่า การแข่งขันกีฬามีผลกระทบทางเศรษฐกิจ มีดังนี้

1. การดึงดูดการลงทุนในพื้นที่มากขึ้น
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง โทรคมนาคม
3. การส่งเสริมรายได้ของประชาชน
4. การสร้างงานใหม่ในชุมชน
5. การเพิ่มความต้องการของสินค้าและบริการโดยการดึงดูดธุรกิจใหม่ให้มีเพิ่มมากขึ้น

ธนวรรธน์ พลวิชัย และปรีดา โพธิ์ทอง (2561) กล่าวว่าผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีดังนี้

1. มีเงินหมุนเวียนของธุรกิจในพื้นที่ ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร หรือบริการนำเที่ยว เป็นต้น
2. มีเงินหมุนเวียนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การจัดการแข่งขัน เช่น ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านค้าแพงลอย บริการรถขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น
3. รายได้จากการแข่งขัน เช่นรายได้จากผู้สนับสนุน รายได้จากการถ่ายทอดทางโทรทัศน์ การขายบัตรเข้าชม เป็นต้น
4. การเดินทางกลับมายังสถานที่การจัดกิจกรรมอีกครั้ง

1.2 ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจทางลบ (พิทยะ ศรีวัฒนสาร, 2553)

1. การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เป็นช่วงฤดูกาล ซึ่งหาเป็นช่วง Low Season ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มีรายได้ลดลง
2. อาจก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานของแรงงานท้องถิ่น ธุรกิจอื่นซบเซา
3. แหล่งท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวมากขึ้นส่งผลให้พื้นที่นั้นเกิดค่าครองชีพที่สูงขึ้น
4. มูลค่าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมีราคาสูง รายได้ไม่กระจายสู่ชุมชน มีรายได้เข้าสู่กลุ่มนายทุนเท่านั้น

7.2 ผลกระทบทางด้านสังคม

2.1 ผลกระทบทางบวก

ธนวรรธน์ พลวิชัย และปรีดา โพธิ์ทอง (2561) กล่าวว่าผลกระทบเชิงบวกทางสังคมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีดังนี้

1. การจ้างงานชั่วคราวและการจ้างงานแบบถาวร
2. ประชาชนและเยาวชนมีความสนใจเล่นกีฬาเพิ่มมากขึ้น
3. สถานที่ในการเล่นกีฬาได้รับการปรับปรุง
4. การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ของพื้นที่ที่จัดกิจกรรม และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว
5. ความสุขที่ได้รับจากการเข้าร่วมชมการแข่งขัน

พิทยะ ศรีวัฒนสาร (2553) กล่าวว่าผลกระทบทางสังคมทางบวกของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีดังนี้

1. เป็นการพักผ่อนหย่อนใจของบุคคลซึ่งจะช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน พร้อมๆกับการแสวงหาความรู้ในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว
2. ทำให้เกิดมิตรภาพและเป็นการกระตุ้นความสัมพันธ์อันดีของบุคคล
3. ส่งผลให้ประชาชนได้เห็นถึงความสัมพันธ์ของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค
4. มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น ที่มาจากเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดรายได้แก่คนภายในชุมชน
5. สาธารณูปโภคและสาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้น
6. คนในท้องถิ่นมีอาชีพเสริม เป็นการกระจายรายได้ มีการจ้างงาน คุณภาพชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น
7. ลดปัญหาการย้ายถิ่นฐานไปยังเขตเมือง

2.2 ผลกระทบเชิงลบ

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงสังคมและวิถีชีวิตของชุมชน เปลี่ยนแปลงค่านิยมดั้งเดิม เมื่อเกิดแหล่งท่องเที่ยวมักมีแรงงานเข้ามาทำงานในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาอาชญากรรมเพิ่มขึ้น ปัญหายาเสพติด ลักขโมย หญิงขายบริการ ความแออัดของชุมชน เป็นต้น อารยา จันทรสกุล (2561) กล่าวว่าผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงลบทางด้านสังคมมีดังนี้

1. สร้างความรบกวนให้แก่คนท้องถิ่น การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความวุ่นวาย ทั้งในด้านการส่งเสียงดัง การจราจรที่ติดขัด
2. ทำให้ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวลดลง การมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปส่งผลให้การเข้ารับบริการต่างๆ เพิ่มระยะเวลาที่นานขึ้น เช่น การรอคิวเพื่อเข้ารับบริการ ทั้งในร้านอาหาร โรงแรม การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
3. ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ราคาสินค้าและบริการในพื้นที่เพิ่มจำนวนที่สูงขึ้น
4. ความไม่เพียงพอของสาธารณูปโภค การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวต้องใช้สาธารณูปโภคเพิ่มขึ้นจากเดิม หากสาธารณูปโภคไม่เพียงพอที่จะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือมีการบริหารจัดการที่ไม่ดีพอ ส่งผลให้เกิดปัญหาในพื้นที่ ทั้งต่อคนที่อาศัยในชุมชนนั้น เช่น ความแออัดของการจราจร ความแออัดของสนามบิน เป็นต้น

7.3 ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ผลกระทบที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ (พรบ.ส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2535)

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ย่อมเกิดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมทางบวกและทางลบ หากเป็นผลกระทบทางบวกเป็นสิ่งที่เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่ แต่ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นผลกระทบทางลบมักก่อให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมให้แก่พื้นที่ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาสะสมระยะยาว (สไบทอง กันนะ, 2556)

7.2 ผลกระทบทางบวก (ธีระยุทธ บัวจันทร์, 2559)

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ธรรมชาติให้เกิดประโยชน์และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า

2. การปรับปรุงภูมิทัศน์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้ดีขึ้น เช่น การสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน การสร้างที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

3. การสร้างกฎระเบียบต่างๆ เข้ามาควบคุมดูแลทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม

7.3 ผลกระทบเชิงลบ

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาบุกรุกพื้นที่ธรรมชาติ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2. ปัญหาด้านการคมนาคม

3. ปัญหาขยะมูลฝอย

4. ปัญหาทางด้านสาธารณสุขโรคการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ประกอบกิจการตามแหล่งท่องเที่ยว มีปัญหาด้านมลภาวะ

5. ปัญหาขยะมูลฝอย ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากเกินไปและผู้ประกอบการที่ไม่สามารถกำจัดมูลฝอยที่ไม่เหมาะสม ความมั่งคั่งของร้านอาหาร รีสอร์ท ก่อให้เกิดการทำลายภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว

6. ปัญหาจากการคมนาคมขนส่งที่ทำให้เกิดจราจรติดขัด

7. ปัญหาน้ำเน่าเสีย จากผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ที่ปล่อยน้ำเสียลงให้พื้นที่ธรรมชาติ

8. ปัญหาจากมลพิษทางอากาศ จากการคมนาคมขนส่ง

9. การก่อสร้างที่มาจากการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยว

10. กิจกรรมนันทนาการส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ค้นคว้า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนี้

8.1 งานวิจัยภายในประเทศ

เฉลิม อุ่นทอง (2547) ได้ศึกษาเรื่องมวยไทยยุคโลกาภิวัตน์ การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทย และศึกษากระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยในยุคโลกาภิวัตน์ดำเนินการวิจัยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทั้งปฐมภูมิ และทุติยภูมิ เก็บข้อมูลโดยวิธีสังเกตและสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่าง 5 สนาม ได้แก่ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ค่ายมวยศศิประภาyim ศูนย์สอนศิลปะมวยไทยด้านภยยาเสพติด โรงเรียนมวยไทยและสนามมวยเวทีลุมพินี แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนา วิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยมีทั้งการยกครูหรือการมอบตัวเป็นศิษย์การร่ายรำไหว้ครู การแต่งกายของนักมวยไทยเครื่องรางของขลัง วงดนตรี และดนตรีที่บรรเลงประกอบการชกมวยไทยและกระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยมีวิวัฒนาการมาหลายร้อยปีตั้งแต่สมัยสุโขทัย ถึงแม้จะมีความแตกต่างกันบ้างทั้งในเรื่องการยกครู คือ เมื่อสมัยก่อนต้องทำทุกครั้งก่อนมีการถ่ายทอดศิลปะมวยไทย แต่ปัจจุบันการยกครูเป็นบางแห่งการร่ายรำไหว้ครูก่อนการชกของนักมวยซึ่งสมัยก่อนพิถีพิถันมาก แต่ปัจจุบันแสดงการร่ายรำไหว้ครูไปเพราะเป็นสิ่งที่ปฏิบัติต่อๆ กันมาเท่านั้น ไม่นับมากนักในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง สมัยก่อนนับถือและเชื่อมาก แต่ปัจจุบันไม่เชื่อมากนัก วงดนตรีที่บรรเลงประกอบการชกมวยไทยสมัยก่อนบรรเลงกันสด ๆ แต่ปัจจุบันมีการแสดงสดบ้าง แต่ก็มีบางสนามที่ใช้วิธีการเปิดแถบบันทึกเสียงหรือแผ่นบันทึกเสียงแทนการบรรเลงสด ในเรื่องการแต่งกายสมัยก่อนไม่มีกติกากำหนด ปัจจุบันให้มีการสวมนวมสวมกางเกงตามสีมุมของตนเอง สวมกระชับ ในสมัยก่อนใช้อาวุธมวยไทยครบทั้งหมด เท้า เข่า ศอก ปัจจุบันใช้เฉพาะที่นักมวยถนัดเท่านั้น อาวุธมวยไทยใช้ไม่ครบระบบแบบแผน และประเพณีของศิลปะมวยไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป เพราะจุดมุ่งหมายของถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเปลี่ยนไปจากเดิม คือ แต่เดิมมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเป็นนักรบเพียงอย่างเดียวปัจจุบันนักมวยและครูมวยจะมุ่งฝึกการใช้อาวุธที่ทำให้ได้คะแนนมากที่สุด เนื่องจากผู้จัดการแข่งขันชกมวยไทยจะต้องจัดการแข่งขันชกมวยไทยตามความนิยมของผู้ชม ทำให้หัวหน้าค่ายมวยต้องผลิตนักมวยตามความต้องการของผู้ชม และผู้จัดการแข่งขันชกมวยไทย การศึกษากระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยยุคโลกาภิวัตน์จากกลุ่มตัวอย่างพื้นที่ภาคสนาม 5 สนาม พอสรุปได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยทั้ง 5 สนาม มีความแตกต่างกันคือ มีทั้งใช้ป้องกันตนเองและช่วยเหลือผู้อื่นในหน้าที่ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ เพื่อเป็นการออกกำลังกาย เพื่ออนุรักษ์แม่ไม้มวยไทย เพื่อสร้างนักมวยอาชีพและอนุรักษ์ศิลปะมวยไทยเผยแพร่วัฒนธรรมการชกมวยไทย เพื่อสร้างक्रमมวยไทย เพื่อสร้างกรรมการตัดสินมวยไทย ผู้รับการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยก็เช่นกัน มีความแตกต่างกัน คือ นายร้อยตำรวจชั้นปีที่ 2 ผู้ที่สนใจทั่วไปผู้ชมการแข่งขันชกมวยไทยก็ถือว่าเป็นผู้รับการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเช่นกัน ลักษณะวิชาการถ่ายทอดศิลปะมวยไทย มีทั้งการกำหนดหลักสูตรไว้แน่นอน และไม่กำหนดหลักสูตรक्रमมวยสอนจากประสบการณ์และสอนไปตามที่ผู้เรียนสนใจ เพื่อรับรองวัตถุประสงค์ของการถ่ายทอดเนื้อหาที่ถ่ายทอดมีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ สำหรับภาคทฤษฎีสอนประวัติมวยไทย สอนการเป็นกรรมการตัดสินมวยไทย ภาคปฏิบัติ สอนการไหว้ครูและศิลปะการใช้อาวุธมวยไทย สอนดนตรีที่บรรเลงประกอบการแข่งขันชกมวยไทย สอนการเป็นक्रमมวยไทย การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยให้ความสำคัญกับแบบแผนและทักษะการต่อสู้มากกว่าเรื่องคุณธรรมเน้นศิลปะการใช้อาวุธมวยไทยมากกว่าการร่ายรำไหว้ครู

2. วิธีการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยเป็นถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียนปฏิบัติตาม จากนั้นผู้เรียนฝึกฝนกันเองโดยมีครูคอยแนะนำแก้ไขสำหรับผู้ฝึกเป็นนักมวยอาชีพจะฝึกให้มีความทรหดอดทนของร่างกายตลอดจนการใช้อาวุธแม่ไม้มวยไทยที่คล่องแคล่วสำหรับการถ่ายทอด เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เน้นในเรื่องลีลาท่าทางที่มีความละเอียดอ่อน และสวยงาม นอกจากนี้การวิจัยพบว่าผู้เรียนศิลปะมวยไทยมีความเชื่อเกี่ยวกับความกตัญญูรู้คุณครูบาอาจารย์ เคารพนับถือในตัวครู มีการเคารพระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง และเชื่อในเรื่องเครื่องรางของขลังอีกด้วย สำหรับสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดของक्रमมวยแก่ผู้เรียน ได้แก่ สิ่งพิมพ์ หนังสือป้ายโฆษณาต่าง ๆ การแพร่สัญญาณภาพทางโทรทัศน์ วิทยุทัศน์ เทปบันทึกเสียง และการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต มีการวัดและประเมินผล โดยการสอบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติหากเป็นการฝึก เพื่อเป็นนักมวยอาชีพวัดผลด้วยผลการชกแข่งขันบนเวที

ทรงพล นาคเอี่ยม (2550) ได้ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของความหลากหลาย ในเชิงศิลปะการป้องกันตัวไทย : กรณีศึกษามวยไทยสายพระยาพิชัยดาบหักโดยมีแนวคิดการบูรณาการองค์ความรู้ทางสังคมศาสตร์มาใช้ในการวิจัยทางพลศึกษาโดยนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและปรากฏการณ์วิทยามาใช้วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมประเภทศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทย เนื่องจากวิธีคิดต่างๆที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสังคมไปสู่ความทันสมัยได้ส่งผลกระทบต่อความเป็นวัฒนธรรมที่เคยมีความหลากหลายในอดีตให้เปลี่ยนแปลงไป โดยงานวิจัยนี้ได้ใช้การวิเคราะห์ผ่านกรณีของสายพระยาพิชัยดาบหัก ซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวโบราณสายหนึ่งของไทยที่มีการสืบ

ทอดมาจนถึงปัจจุบันจากการศึกษาพบว่า ประวัติของมวยสายพระยาพิชัยดาบหักบอกเล่าถึงการแสดงคุณค่าที่มีความหลากหลายของศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวในสังคมประเพณีไทย ทั้งองค์ความรู้และวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับทั้งวิถีชีวิต ความเชื่อ และระบบคุณค่าของสังคมยุคนั้นอย่างแยกไม่ออก แต่เมื่อสังคมไทยพัฒนาเข้าสู่ความทันสมัย ด้วยวิถีคิดต่าง ๆ ในยุคดังกล่าว ทำให้เกิดการกำหนดตำแหน่งหน้าที่เพียงหนึ่งเดียวให้กับองค์ความรู้เหล่านั้น จึงส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่เคยแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จนกระทั่งปัจจุบันได้เกิดการรื้อฟื้นความหลากหลายทางวัฒนธรรมใหม่ โดยศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทยได้ถูกจัดการด้วยแนวทางที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อประโยชน์ตามแต่ละกลุ่มความต้องการที่ถูกแยกย่อยออกไป ซึ่งแนวคิดแบบจารีตนิยมมองการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการเสื่อมสลาย ในขณะที่แนวคิดแบบสมัยนิยมมองว่าเป็นพัฒนาการ อย่างไรก็ตามการจัดการทั้งสองแนวคิดจะต้องดำเนินควบคู่กันไปในวงการศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทย เนื่องจากการสร้างแนวทางอย่างหลากหลายและมีความสัมพันธ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อกัน จะส่งผลให้องค์ความรู้ประเภทนี้สามารถสร้างคุณค่าสูงสุดให้สังคมได้ทุกยุคสมัยสืบต่อไป

รวย ตั้งมุกตาทัทกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องสภาพและปัญหาการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4 ผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4 โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยภาพรวมพบว่า ด้านผู้เรียน (ผู้ต้องขัง) อยู่ในระดับปานกลางด้านบุคลากร (ผู้บริหาร ครูผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้อง) อยู่ในระดับน้อย ด้านสื่อ/อุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านหลักสูตรการฝึกอบรมมวยไทย อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมมวยไทย อยู่ในระดับปานกลาง ด้านงบประมาณอยู่ในระดับน้อย

2. ปัญหาการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4 ด้านผู้เรียน (ผู้ต้องขัง) พบว่า มีร่างกายแข็งแรงแต่ไม่มีพื้นฐานด้านมวยไทย และมีความแตกต่างระหว่างผู้เรียนมาก ด้านบุคลากร(ผู้บริหาร ครูผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้อง) พบว่า บุคลากรมีน้อย และมีงานประจำที่เต็มมืออยู่แล้ว จึงทำการสอนไม่ได้เต็มที่ ด้านสื่อ/อุปกรณ์ พบว่า อุปกรณ์ในการฝึกมวยไทยไม่เพียงพอ มีราคาแพง และยังเสื่อมสภาพเร็ว ด้านสถานที่ พบว่า สถานที่คับแคบ ไม่มีพื้นที่สำหรับสร้างเวทีมวย ด้านหลักสูตรการฝึกอบรมมวยไทย พบว่า ยังไม่มีหลักสูตรที่ได้มาตรฐานในการฝึกอบรม ด้านการจัดกิจกรรมฝึกอบรมมวยไทย พบว่า ครูผู้สอนไม่สามารถจัดกิจกรรมการฝึกตามตารางได้ เนื่องจาก ต้องทำงานที่เร่งด่วนก่อน ด้านงบประมาณ พบว่า ยังขาดแคลนงบประมาณสนับสนุน โดยเฉพาะในการจัดซื้อวัสดุฝึก

ชาญชัย รัตนวงศะวัต (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในจังหวัดมหาสารคามต่อมวยไทยโดยใช้แบบสอบถามทัศนคติแบบมาตราส่วนประเมินค่าและแบบปลายเปิด ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติที่ดีที่สุดต่อมวยไทยของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในจังหวัดมหาสารคามคือการเรียนมวยไทยเป็นการอนุรักษ์มรดกทางด้านกีฬาของไทยและมวยไทยฝึกการป้องกันตนเองและคุ้มครองผู้อื่นได้ ทัศนคติที่ดีต่อมวยไทย รองลงมาได้แก่เห็นว่ามวยไทยทำให้เกิดน้ำใจนักกีฬารู้แพ้รู้ชนะรู้ภัยช่วยเสริมสร้างจิตใจให้เข้มแข็งช่วยเสริมสร้างสมรรถภาพร่างกายการเรียนมวยไทย ทำให้เกิดความกล้าหาญ การเรียนมวยไทยช่วยส่งเสริมความรักชาติและความภูมิใจในประวัติศาสตร์ของชาติไทย ทำให้มีความอดทนมากขึ้น การเรียนรู้และปฏิบัติตามกฎระเบียบกติกามวยไทยส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมการเล่นมวยไทยสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง การเรียนมวยไทยช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในตนเองช่วยเสริมสร้างการมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยสร้างรายได้และอาชีพการเรียนมวยไทยส่งเสริมวัฒนธรรมเกี่ยวกับการศึกษาเล่าเรียนตามระเบียบประเพณีไทย มีความเหมาะสมทั้งกับนักเรียนหญิงและนักเรียนชาย ควรจะมีหลักสูตรการเรียนมวยไทยในชั้นเรียนช่วยส่งเสริมการยอมรับความสามารถของผู้อื่น มวยไทยสร้างความสามัคคีในหมู่คณะมวยไทยสร้างความกตัญญูรู้คุณช่วยให้มีการตัดสินใจที่ดี มีส่วนช่วยเสริมให้ผู้เรียนมีสติปัญญาดีและสร้างความเป็นธรรมทัศนคติต่อมวยไทย รองลงนักเรียนเห็นว่ามวยไทยไม่เหมาะสมกับผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ ทำให้เกิดอุบัติเหตุถึงแก่ชีวิตหรือร่างกายพิการ มีกฎระเบียบและวิธีในการเล่นที่ยุ่ยากมีความโหดร้ายทารุณการเรียนมวยไทยทำให้เกิดพฤติกรรมที่ก้าวร้าวสร้างค่านิยมให้ตกเป็นทาสการพนันและทัศนคติต่อมวยไทยที่ไม่ดีของนักเรียนได้แก่มวยไทยเป็นวิชาที่ไม่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันเพราะล้าสมัยเป็นกีฬาที่ใช้แต่ร่างกายไม่ใช่สมอง เป็นกีฬาของคนไม่มีความรู้และเป็นกิจกรรมของนักเลงอันธพาลผู้มีอิทธิพลในส่วนของปัญหาอุปสรรคข้อเสนอแนะแนวทางและความต้องการของนักเรียนพบว่าความไม่พร้อมในหลาย ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการขาดอุปกรณ์ที่ทันสมัยความไม่พร้อมในด้านผู้เรียนประกอบด้วยเวลาที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการฝึกซ้อมสถานที่เรียนไม่เอื้ออำนวยรวมทั้งการขาดอุปกรณ์ในการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนมวยไทยและผลเปรียบเทียบทัศนคติต่อมวยไทยของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 โดยภาพรวมพบว่านักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในจังหวัดมหาสารคามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อมวยไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติ และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมวยไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่าเป็นเช่นไร ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อมวยไทยเป็น

อย่างไร และมีกลยุทธ์และปัจจัยทางการสื่อสารการตลาดอะไรบ้างที่ส่งผลต่อชาวต่างชาติในการมาศึกษาศาสตร์มวยไทยผลการวิจัยพบว่า

1) มวยไทยมีความเป็นศิลปะ มีความสวยงามในการออกกำลังกาย การใช้วัยยะทุกส่วนในการชกมวยไทย การยอมรับนับถือการควบคุมจิตใจ รู้แพ้รู้ชนะ อาวุธมวยไทยหมัดเท้าเข้าศอกดีกว่าการต่อสู้อย่างอื่น ใช้ได้ในทุกท่าหลากหลาย ใช้กำลังและเทคนิคอย่างมาก ต้องฝึกอย่างหนักจะมาเรียนต้องเดินทางมาที่ค่ายมวยไทยฝึกกับเทรนเนอร์ที่เป็นคนไทย

2) ทศนคติต่อมวยไทยของชาวต่างชาติมีทัศนคติทางบวกต่อค่ายมวยไทย ผู้ฝึกสอน เห็นว่าการเรียนมวยทำให้ค่ายมวยได้ประโยชน์ ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ผู้ฝึกสอนมีความสามารถในการถ่ายทอด บางคนเห็นว่าถ้าใช้ภาษาต่างประเทศสอนจะทำให้เรียนง่ายขึ้น ส่วนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ค่ายมวยมีสถานที่และอุปกรณ์ที่ดีชาวต่างชาติอยากกลับมาฝึกมวยที่ประเทศไทยอีกทั้งเมื่อกลับไปแล้วและจะชวนเพื่อนชาวต่างชาติมาเรียนมวยไทย บางคนอยากชกมวยไทยบนเวทีจริง ๆ

3) กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาด

พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารการตลาดในการชักจูงชาวต่างชาติโดยใช้ สื่อต่างๆแบบผสมผสานกัน เช่น ค่ายแฟร์เท็กซ์ใช้การนำนักมวยไปชกยังต่างประเทศ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สิ่งพิมพ์แผ่นพับ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการใช้กิจกรรมพิเศษ เช่นการมีส่วนร่วมของค่ายในการส่งนักมวยไทยเข้าร่วมเรียลลิตี้มวยไทย การแฝงตราสัญลักษณ์และสินค้าของค่าย ส่วนค่ายแก้วสัมฤทธิ์และค่ายป.ประมุขจะใช้สื่อหลากหลายน้อยกว่า แต่ที่เหมือนกันทั้ง 3 ค่ายคือ การเห็นความสำคัญของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการทำเว็บไซต์ และใช้เมลล์ติดต่อสื่อสารโดยค่ายแฟร์เท็กซ์และค่ายแก้วสัมฤทธิ์ใช้ชาวต่างชาติดูแลและตอบคำถาม ติดต่อประสานงานระหว่างค่ายและชาวต่างชาติ และกลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือใช้นักมวยชูค่าย เช่น นฤพนธ์ จากค่ายแฟร์เท็กซ์ อนุวัฒน์ แก้วสัมฤทธิ์จากค่ายแก้วสัมฤทธิ์ และบัวขาว ป.ประมุขจากค่ายป.ประมุข

พระราชพงษ์ สิทธิปรี (2551) ได้ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนจากการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ กรณีศึกษา ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ 2008 ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบโดยตรงในการจัดการแข่งขัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิหลังหักค่าใช้จ่าย เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 1 เดือนก่อนหน้า ส่วนผลกระทบทางอ้อม พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการได้รับผลกระทบโดยอ้อมในระดับปานกลาง กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมที่พักอาศัย มีแนวโน้มที่ได้รับผลกระทบโดยเหตุจูงใจมากที่สุด ด้านทัศนคติที่มีต่อการจัดการแข่งขันพบว่า ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดการแข่งขันโดยรวมมากที่สุด

ณัฐพล เฟื่องประภัสสร (2553) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาการบริหารจัดการของคณะกรรมการกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการบริหารจัดการด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 3.49) และเห็นด้วยกับการบริหารจัดการด้านสถานที่ ($\bar{X}$ = 2.95) ด้านการรายงาน ($\bar{X}$ = 2.86) ด้านการจัดการ ($\bar{X}$ = 2.78) ด้านการวางแผน ($\bar{X}$ = 2.76) ด้านการอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 2.71) ด้านการจัดการองค์กร ($\bar{X}$ = 2.66) ด้านการประสานงาน ($\bar{X}$ = 2.63) ด้านการจัดหาบุคลากร ($\bar{X}$ = 2.62) แต่ไม่เห็นด้วยกับการบริหารจัดการด้านงบประมาณ ($\bar{X}$ = 2.27) 2. คณะอนุกรรมการฝ่ายต่างๆ ในคณะกรรมการบริหารกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย เห็นด้วยกับการบริหารจัดการในทุกด้าน คือ ด้านการประสานงาน ($\bar{X}$ = 3.09) ด้านการบริหารบุคลากร ($\bar{X}$ = 2.98) ด้านสถานที่ ($\bar{X}$ = 2.96) ด้านการวางแผน ($\bar{X}$ = 2.95) ด้านการจัดการ ($\bar{X}$ = 2.94) ด้านการอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 2.92) และด้านงบประมาณ ($\bar{X}$ = 2.78) 3. นิสิตนักศึกษาและบุคลากรต่างๆ ที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของ ก.ก.ม.ท.

ต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล (2554) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาหลักสูตรรายวิชามวยไทยระดับมัธยมศึกษาตอนต้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาหลักสูตรรายวิชามวยไทย ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ของโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา และโรงเรียนกำแพงแสนวิทยา โรงเรียนละ 80 คน ผลการวิจัยพบว่า หลักสูตรรายวิชามวยไทย ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยผ่านขั้นตอนการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไข ทำให้ได้เอกสารหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษาได้

ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร (2554) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติไทยในกีฬามวยไทยโดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) วิเคราะห์ความหมาย และกระบวนการประกอบสร้างความหมายของมวยไทยที่เกี่ยวข้องกับ “ความเป็นชาติ” ในอดีต 2) วิเคราะห์ความหมาย และกระบวนการประกอบสร้างความหมายเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ “ความเป็นชาติ” ของ “สื่อมวยไทย” ในปัจจุบัน 3) วิเคราะห์บทบาทของ “สื่อมวยไทย” ในปัจจุบัน ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร “ความเป็นไทย” โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และแบ่งการวิเคราะห์ไว้ 2 แนวทางคือ (1) วิเคราะห์เชิงพัฒนาการ ใช้การวิเคราะห์เอกสาร และ (2) วิเคราะห์ภาคตัดขวาง ใช้การวิเคราะห์ด้วยบท โดยเก็บข้อมูล 4 กลุ่มแยกตามลักษณะของสื่อคือ 1) ภาพยนตร์ไทยเกี่ยวกับมวยไทย 2) การแข่งขันมวยไทยทางโทรทัศน์ 3) คลิปวิดีโอการแข่งขันมวยไทยจาก youtube.com และ 4) การแข่งขันมวยไทยที่เวทีมวยลุมพินี ผลการวิจัยพบว่า (1) มวย

ไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันแบ่งได้ 4 ยุค คือ 1) ยุคนักรบ 2) ยุคนักรบพระราชา 3) ยุคนักกีฬา และ 4) ยุคสินค้าและอัตลักษณ์ชาติ โดยแต่ละยุคสัมพันธ์กับบริบทสังคม ที่มีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาจากปัจจัยภายใน และภายนอกที่มีส่วนผลักดัน โดยยุคที่มวยไทยถูกใช้สร้างอัตลักษณ์ชาติตามแนวคิดตะวันตกคือ ยุคปัจจุบัน (ยุคสินค้าและอัตลักษณ์ชาติ) (2) “สื่อมวยไทย” ทั้ง 4 ประเภทมีระดับในการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นชาติ” ต่างกัน มวยไทยที่ลุ่มพินีสร้าง “ความเป็นไทย” มากที่สุด ตามมาด้วยมวยไทยทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์มวยไทย และคลิปมวยไทยใน youtube.com ขณะที่คลิปมวยไทยใน youtube.com สร้าง “ความเป็นอื่น” มากที่สุดตามมาด้วย ภาพยนตร์มวยไทย มวยไทยทางโทรทัศน์ และมวยไทยที่เวทีลุมพินี 3) บทบาทของมวยไทยต่อการสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นไทย” มี 5 บทบาทด้วยกันคือ 1) บทบาทแบบเดิมเพื่อ “บอกกับตัวเอง” 2) บทบาทเพื่อ “บอกกับคนอื่น” 3) บทบาทด้านเศรษฐกิจ 4) บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ “รสนิยมแบบไทย ๆ” และ 5) บทบาทที่ “ปรับตัว” เพื่อปรับประสาน (articulation) เข้ากับความเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์

อนุวัฒน์ ถืออยู่ (2554) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทย. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคเดลฟาย 3 รอบ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านมวยไทย จำนวน 17 ท่าน และจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นหัวหน้าค่ายมวยไทยจำนวน 349 คน นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทยที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 9 ด้าน 31 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย 1) มาตรฐานด้านการบริหารค่ายมวยไทย 2) มาตรฐานด้านการฝึกซ้อมและอุปกรณ์การฝึกซ้อม 3) มาตรฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกีฬาในการพัฒนาสมรรถนะนักมวยไทย 4) มาตรฐานด้านการอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะมวยไทย 5) มาตรฐานด้านการจัดการสถานที่อุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ฝึกและความปลอดภัยให้แก่ นักมวย 6) มาตรฐานด้านการส่งเสริมความรู้และการพัฒนาตนเองให้กับนักมวยและบุคลากรที่เกี่ยวข้องภายในค่ายมวย 7) มาตรฐานด้านการจัดการในการแข่งขันของนักมวย 8) มาตรฐานด้านการตามกฎหมายระเบียบและแนวทางพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 9) มาตรฐานด้านเกียรติประวัติค่ายมวยไทยความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยทุกด้านในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด

สมัคร ชมชื่น (2554) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการกลายเป็นนักมวยไทยอาชีพ การวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการเป็นนักมวยไทยอาชีพ 2) เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่มีส่วนผลักดันเข้าสู่กระบวนการกลายเป็นนักมวยไทยอาชีพ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคือ 1) นักมวยไทยจำนวน 13 คน และ 2) ครอบครัวของนักมวยไทยอาชีพจำนวน 8 ครอบครัว พื้นที่ในการศึกษาคือ

ค่ายมวยวีระโยธิน ในเขตตำบลศิลา อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอน และกระบวนการวิจัยที่เน้นระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ที่เข้ามาเป็นนักมวยไทยอาชีพล้วนเป็นผู้ที่มีความชอบในศิลปวัฒนธรรมของมวยไทยอาชีพ จึงมีแนวคิดที่มีลักษณะส่วนคล้ายกัน โดยส่วนมากเพื่อต้องการเลื่อนชั้นทางสังคมของตนเองและครอบครัว เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงเพื่อห่างไกลจากสิ่งเสพติดและความสำเร็จในมวยไทยอาชีพ จากการวิเคราะห์ทฤษฎีสัญลักษณ์สัมพันธ์ ภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมดังกล่าวในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทเดียวกันผู้วิจัยได้มองออกเป็น 3 ขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 1) ขั้นการเล่นบท 2) ขั้นการเล่นบทบาท และ 3) ขั้นการสวมบทบาทนักมวยไทยอาชีพ แต่ละขั้นตอนในกระบวนการเป็นกลไกหล่อหลอมให้เด็กคนหนึ่งเป็นนักมวยไทยอาชีพได้อย่างสมบูรณ์

2. เงื่อนไขที่มีส่วนผลักดันเข้าสู่ความเป็นนักมวยไทยอาชีพ ได้แก่ 1) ครอบครัว และเครือญาติ 2) เพื่อนที่มีส่วนสำคัญด้านการชักชวน และ 3) สื่อที่ส่วนต่อการปลูกฝังแนวคิดที่ดีต่อนักมวยไทยอาชีพ เงื่อนไขเหล่านี้ได้ให้โอกาสและชี้ช่องทาง เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นนักมวยไทยอาชีพ

วินัย พูลศรี (2555) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการมรดกภูมิปัญญาของชาติไทยสู่รูปแบบธุรกิจสากล แบ่งเป็น 4 ด้าน 1) การพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร มีรูปแบบการบริหารจัดการ แผนพัฒนาสร้างหลักสูตรอบรมบุคลากรทุกระดับ นำวิทยาศาสตร์การกีฬาพัฒนาทักษะมวยไทยตั้งสถาบันผลิตบุคลากรระบบสารสนเทศ รัฐมีนโยบายเชิงรุก องค์กร ภาครัฐ เอกชน กำหนดทิศทางการบริหารจัดการเป็นระบบ 2) พัฒนาการจัดการแข่งขันให้เป็นมาตรฐานสากล หน่วยงานองค์กรรับผิดชอบ กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ รูปแบบเป็นมาตรฐานเดียวกันและเป็นสากล 3) การพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกสนามมวย ค่ายมวยและการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีทางกีฬามาประยุกต์ ใช้กับมวยไทย สรุปจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ แบ่งเป็น 3 ด้าน 1) สนามมวยไทย เวทีแห่งชาติต้นแบบเป็นเอกลักษณ์ศิลปะมวยไทยเป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ยิมเนเซียมเอกลักษณ์ไทย ห้องอำนวยความสะดวก เวทีมวย ดนตรี ร้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสารสนเทศ ศูนย์ฟิตเนส ห้องพยาบาล ห้องประวัติมวยไทย ศูนย์แสดงวัฒนธรรมไทยแบบครบวงจร สำนักงานสถาบันผลิตบุคลากร ที่พัก และสถาบันเชิงรูปแบบสากล 2) ค่ายมวยไทยอาชีพต้นแบบรูปแบบเอกลักษณ์ไทย ยิมเนเซียม สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องพักนักกีฬา เวทีมาตรฐานอุปกรณ์ฝึกซ้อม ดนตรีประกอบการแข่งขัน ร้านผลิตภัณฑ์ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสารสนเทศห้องฟิตเนส ห้องประวัติมวยไทย ประวัติค่าย ประวัตินักมวย ห้องเรียนรู้วิทยาศาสตร์การกีฬา และที่พักมาตรฐาน 3) หลักสูตรสมรรถนะครูมวยไทยที่ใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะมวยไทยที่ถูกต้อง

มาตรฐาน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับครูผู้ช่วย (C License) ระดับครู (B License) และระดับอาจารย์ (A License) เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ฝึกสอนเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศในธุรกิจอาชีพ 4) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการกีฬามวยไทยอาชีพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบ ทุกระดับแบบบูรณาการโดยมีรูปแบบการพัฒนาบริหารจัดการเป็นระบบ ตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ กำหนดการบริหารจัดการบุคลากรภาครัฐ เอกชน องค์กรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ พัฒนาระบบฐานข้อมูลให้ทันสมัย กำหนดกฎ ข้อบังคับให้ปฏิบัติแบบเดียวกัน และการตลาดสิทธิประโยชน์ การจัดการความรู้เผยแพร่ในเชิงธุรกิจแบบครบวงจร

ทวีทรัพย์ เขยผักแว่น (2555) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตซอลอาชีพในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นในการพัฒนากีฬาฟุตซอลให้เป็นกีฬาอาชีพในประเทศไทย 2) สร้างรูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตซอลอาชีพในประเทศไทย 3) ประเมินรูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตซอลอาชีพในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ประเทศไทยมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนากีฬาฟุตซอลให้เป็นกีฬาอาชีพ 2) รูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตซอลอาชีพในประเทศไทย ประกอบด้วยโครงสร้างของรูปแบบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการสโมสร ด้านงบประมาณ ด้านการตลาด สิทธิประโยชน์ ประชาสัมพันธ์และแฟนคลับ และด้านการพัฒนานักกีฬาฟุตซอล 3) การประเมินรูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตซอลอาชีพในประเทศไทยมีความเป็นไปได้ในระดับมากในการนำไปใช้จริง

วีรพล วิเศษศิลป์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ ผลการวิจัยพบว่า มาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ ประกอบด้วย มาตรฐานหลัก 5 มาตรฐาน 5 องค์ประกอบ 25 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 1) ทักษะครูมวยไทยอาชีพ 7 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2) ความรู้ด้านความเป็นครู 5 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 3) คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ 6 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 4) ความรู้ด้านการปฏิบัติงาน 4 ตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบที่ 5) อุปนิสัยครูมวยไทย 3 ตัวบ่งชี้ โดยองค์ประกอบสมรรถนะวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้มากที่สุด ร้อยละ 33.78 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองพบว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงทุกองค์ประกอบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มาก ($X^2 = 675.47$, $df = 513$, $P\text{-value} = 0.000$, $RMSEA = 0.025$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.92$) และองค์ประกอบที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) สูงมากกว่าร้อยละ 50 องค์ประกอบสมรรถนะวิชาชีพ ($R^2 = 0.77$) องค์ประกอบความรู้ ($R^2 = 0.68$) ตามลำดับ กำหนดค่าน้ำหนักการประเมินตามความสำคัญขององค์ประกอบ และให้นำมาใช้ประเมินเพื่อการรับรองมาตรฐานในการประกอบวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพทุก 5 ปี

รุ่งอรุณ สุทธิพงษ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาหลักสูตรพิเศษक्रमวยไทยระดับสูงสำหรับยอดนักมวยไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของหลักสูตรพิเศษक्रमวยไทยระดับสูงสำหรับยอดนักมวยไทย ได้ประเด็นสมรรถนะ 34 รายการ จากค่าดัชนีจัดเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุงระหว่าง 0.163 ถึง 0.576 2) หลักสูตรพิเศษक्रमวยไทยระดับสูงสำหรับยอดนักมวยไทย ประกอบด้วย หลักการเหตุผล วัตถุประสงค์ คุณสมบัติของผู้เข้ารับการอบรม การวัดและประเมินผล โครงสร้างหลักสูตร มี 9 รายวิชา กิจกรรมการอบรม สื่อการอบรม และกิจกรรมเสริมหลักสูตร 3) ยอดนักมวยไทยมีความรู้ความเข้าใจ มีเจตคติต่อศิลปะมวยไทย และมีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมกาปฏิบัติงานหลังการฝึกอบรมมากกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความพึงพอใจโดยรวมต่อหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด มีทักษะการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยอยู่ในระดับดีมากและผลลัพธ์ที่ปรากฏต่อหน่วยงานมีผลดีเพิ่มขึ้นคิดเป็น ร้อยละ 68.67 แสดงว่าหลักสูตรมีประสิทธิภาพ

ธีระพล พบลาภ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์คุณค่าศิลปะมวยไทยพบว่า

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

2. ศิลปะมวยไทยมีคุณค่าต่อการพัฒนาและสร้างเสริมความเข้มแข็งทางด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและศาสนา และด้านการศึกษา ทำให้ประเทศไทยดำรงอยู่อย่างมีคุณภาพและมีความสุขมาจนถึงปัจจุบัน โดยคุณค่าของศิลปะมวยไทยในแต่ละด้านอาจปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและบริบททางสังคม

3. การถ่ายทอดศิลปะมวยไทยในอดีตเป็นไปตามวิถีชีวิตในสังคม ผู้ถ่ายทอดคือ พระ ครูตามสำนัก/ค่าย ครูในวัง สถานที่ถ่ายทอดคือ วัด วัง สำนัก/ค่าย สำนักอาษา ในปัจจุบันมีการถ่ายทอดในสถาบันการศึกษา และตามสำนัก/ค่ายเท่านั้น ความรู้ที่ถ่ายทอดคือ ความรู้ด้านทักษะการต่อสู้ ความรู้ด้านคุณธรรม ครูจะเป็นต้นแบบที่ถูกต้องในการถ่ายทอดและให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง วัดผลและประเมินผลโดยพิจารณาจากความสามารถในการต่อสู้ได้จริง ส่วนในสถาบันการศึกษาจะมีการทดสอบทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ครูผู้สอนมักจะสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนให้ไม่เครียด มีความสนุกสนานแต่ก็มีระเบียบวินัยด้วย คุณค่าดังกล่าวสะท้อนผ่านศาสตร์และศิลป์ด้านมวยไทยไว้อย่างชัดเจนไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะ

ของความสามัคคี ความกตัญญู ตลอดจนความเข้มแข็งและมีวินัยมีกระบวนการผ่านครุมวยไทยในแต่ละที่ จนถึงมาตรฐานวิชาชีพครุมวยไทยอาชีพ

พงศ์ธร แสงวิภาค (2557) ได้ศึกษาเรื่องศิลปะมวยไทย มรดกทางวัฒนธรรมไทยสู่สากล ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยในอดีตถึงปัจจุบันในเรื่องการยกครูหรือการมอบตัวเป็นศิษย์การร่ายรำไหว้ครูการแต่งกายของนักมวยเครื่องรางของขลังวงดนตรีไทยรวมทั้งเครื่องดนตรีไทย และศึกษากระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยตั้งแต่ในยุคอดีตจนถึงยุคปัจจุบันตามประเด็นที่ได้กล่าวไว้ในเบื้องต้น ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงให้เห็นในแต่ละประเด็นที่ได้ศึกษาการดำเนินการวิจัย ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิเก็บข้อมูลโดยวิธีการสังเกตและการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง 5 สนามจำนวน 50 คน ได้แก่ สนามมวยเวทีลุมพินี สนามมวยเวทีมวยสยาม อ้อมน้อย ค่ายมวยศศิประภาyim โรงเรียนสอนมวยไทยเจริญทองเกียรติบ้านช่อง และภาควิชาพลานามัย คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาในช่วงเวลา 2 ปี โดยผลการศึกษาพบว่าระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยมีทั้งการยกครูหรือการมอบตัวเป็นศิษย์การร่ายรำไหว้ครูการแต่งกายของนักมวยไทย เครื่องรางของขลัง วงดนตรีไทยและเครื่องดนตรีไทยที่ใช้บรรเลงประกอบการชกมวยไทย นอกจากนั้นกระบวนการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยตั้งแต่ในยุคอดีตจนถึงในยุคปัจจุบันนั้น มีวิวัฒนาการสืบทอดกันเรื่อยมา ซึ่งมีความแตกต่างกันบ้างจากในอดีตไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการยกครูหรือการมอบตัวเป็นศิษย์ คือ ในสมัยก่อนก่อนที่ครูมวยจะถ่ายทอดศิลปะมวยไทยให้แก่ศิษย์ จะต้องมีการทำพิธียกครูหรือมอบตัวเป็นศิษย์ทุกครั้งแต่ปัจจุบัน พิธีดังกล่าวมีเพียงบางสำนักบางค่ายมวยไทยที่ถือปฏิบัติอยู่ การร่ายรำไหว้ครูของนักมวยไทยในสมัยก่อนมีความสวยงามชวนให้ประทับใจ แต่ในปัจจุบันการร่ายรำไหว้ครูเป็นเพียงสิ่งที่ปฏิบัติต่อกันมาเท่านั้น ไม่มุ่งเน้นเท่าที่ควร ความเชื่อเรื่องเครื่องรางของขลังในอดีต สมัยก่อนให้ความสำคัญนับถือมากแต่ปัจจุบันไม่เชื่อกันนัก วงดนตรีที่บรรเลงประกอบการชกมวยไทยในสมัยก่อนใช้การบรรเลงสด ในปัจจุบันการบรรเลงดนตรีสดก็ยังคงมีอยู่จะมีบ้างที่บางแห่งที่ใช้วิธีการเปิดแถบบันทึกเสียงหรือแผ่นบันทึกเสียงแทนการแต่งกายของนักมวยไทยในสมัยก่อนไม่มีกติกากำหนดแน่นอนชัดเจนในปัจจุบันกติกากำหนดให้มีการสวมหมวกสวมกางเกงตามสีมุมของตัวเอง และสวมกระชับนักมวยไทยในสมัยก่อนจะใช้อาวุธมวยไทยอย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นหมัดเท้า เข่าและศอก ซึ่งแตกต่างกับนักมวยไทยในสมัยปัจจุบันที่จะใช้อาวุธมวยไทยเพียงเท่าที่ตนเองถนัด ระบบแบบแผนและประเพณีของศิลปะมวยไทยในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปเพราะจุดมุ่งหมายในการถ่ายทอดศิลปะมวยไทยนั้น ได้เปลี่ยนไปจากเดิม คือ จากเดิมในอดีตนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อการเป็นทหารหรือนักรบเป็นหลักแต่ปัจจุบันมีจุดมุ่งหมายหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการถ่ายทอดศิลปะ

มวยไทยเพื่อไปเป็นนักมวยไทยอาชีพ เพื่อเป็นผู้ฝึกสอนศิลปะมวยไทยเพื่อเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้ของชาติ และเพื่อการเรียนการสอนของสถาบัน การศึกษาศิลปะมวยไทยในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง นอกจากค่ายมวยไทยแล้วยังมีการถ่ายทอดโดยโรงเรียนสอนมวยไทยที่เปิดสอนให้กับผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะชาวต่างชาติซึ่งถือเป็นกีฬาอาชีพอย่างเต็มตัวประเภทหนึ่งในยุคปัจจุบันที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ไปสู่ประเทศต่าง ๆ หรือในทวีปต่างๆซึ่งถ้าจะมองในแง่บวกแล้ว ถือได้ว่ามวยไทยนั้นได้รับการยอมรับไปสู่ในระดับสากลมากขึ้น แต่ถ้าเราหันมามองในอีกแง่หนึ่งต้องยอมรับว่าได้มีการพัฒนาจนกลายเป็นธุรกิจ ในเชิงกีฬา การต่อสู้ทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยมีการจัดให้มีการแข่งขันอยู่เป็นประจำสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตามศิลปะมวยไทยที่ได้ตกทอดมาสู่ปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นการไหว้ครูศิลปะท่าทางการต่อสู้รวมไปถึงดนตรีที่ใช้บรรเลงทำนองเพลงในการไหว้ครูและการแสดงการต่อสู้ในศิลปะมวยไทยนั้น ก็ยังคงดำรงอยู่ แม้จะมีบ้างบางส่วนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมของทุนนิยมก็ตามแต่ก็ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ของมรดกทางวัฒนธรรมไทยที่มีมายาวนานของชาติไทยและพร้อมที่จะพัฒนาก้าวสู่สากลให้ทั่วโลกได้ ประจักษ์ต่อไป

เดชิตา ไชยอ่อน (2558) ได้ศึกษาเรื่องกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มีความคาดหวังต่อคุณภาพการ ให้บริการของค่ายมวยไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักมวยชาวต่างชาติ มีความคาดหวังสูงต่อ คุณภาพการให้บริการของค่ายมวยระดับสูงสุด และรายดำนดังนี้

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

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านคุณภาพ การใช้บริการของค่ายมวยมี 3 ด้าน คือ

1. ด้านบุคลากร
2. ด้านการส่งเสริมการตลาด
3. ด้านราคา

งานวิจัยข้างต้นถือว่าเป็นงานวิจัยที่เป็นตัวอย่างสำหรับตัวแปรด้านการศึกษาความคาดหวังและ ความสำเร็จของการมาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยของนักท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังมีคู่มือ

มาตรฐานค้ายมวยไทยที่ได้จัดทำขึ้นมาใช้ในการบริหารค้ายมวยไทยสู่สากลซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำเร็จทางธุรกิจค้ายไทยไทยอาชีพ

วีระ กัจฉปศิริพันธ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์ศิลปมวยไทยแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการบริหารศูนย์อนุรักษ์ศิลปมวยไทยแห่งชาติที่ได้พัฒนาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านงบประมาณและเงินสนับสนุน องค์ประกอบด้านบุคลากร องค์ประกอบด้านการสร้างภาคีเครือข่ายกิจกรรมส่งเสริมมวยไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ องค์ประกอบด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงาน องค์ประกอบด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบด้านกระบวนการบริหารจัดการ องค์ประกอบด้านระบบฐานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ องค์ประกอบด้านหลักธรรมาภิบาล ขวัญและกำลังใจ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการ อนุรักษ์มวยไทยแห่งชาติมี 46 ตัวแปร ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านงบประมาณและเงินสนับสนุนจำนวน 7 ตัวแปร องค์ประกอบด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานจำนวน 6 ตัวแปร องค์ประกอบด้านระบบฐานข้อมูลและการประชาสัมพันธ์จำนวน 6 ตัวแปร องค์ประกอบด้านการสร้างภาคีเครือข่ายช่วยกิจกรรมส่งเสริมมวยไทยในประเทศและต่างประเทศจำนวน 4 ตัวแปร องค์ประกอบด้านหลักธรรมาภิบาล ขวัญและกำลังใจ จำนวน 5 ตัวแปร องค์ประกอบด้านบุคลากร จำนวน 5 ตัวแปร องค์ประกอบด้านวัสดุ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ตัวแปร และองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการจำนวน 7 ตัวแปร

จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่นเกาะ สมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า คนท้องถิ่นที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงและไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง จะได้รับผลกระทบที่แตกต่าง ซึ่งคนท้องถิ่นที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงจะได้รับผลกระทบสูงกว่าคนท้องถิ่นที่ไม่ได้ประกอบอาชีพโดยตรงทั้งในภาพรวมและรายด้าน ผลกระทบที่ได้รับในภาพรวมคนเกาะสมุยในระดับมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวมีผลดีต่อการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่นเกาะสมุยมากกว่าผลเสีย ซึ่งมีความคิดเห็นว่าผลกระทบด้านบวกที่มีเด่นมากที่สุด คือการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจดีขึ้นและทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น ส่วนผลกระทบด้านลบที่ชัดที่สุด คือการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทรัพยากรธรรมชาติจากการสร้างโรงแรมและที่พัก รองลงมา คือ ที่มีปริมาณขยะมูลฝอยเป็นจำนวนมากและยังขาดการจัดการที่ดี ในส่วนของผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง มีประเด็นที่มีผู้ให้ความคิดเห็นตรงกันมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวทำให้ที่มีรายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนผลกระทบด้านลบที่มีความเห็นมากที่สุดคือมีขยะและสิ่งปฏิกูลเพิ่มมากขึ้นและขาดการจัดการที่ดี รองลงมาคือ เกิดการตัดไม้ทำลายป่า การบุกรุกธรรมชาติและพื้นที่สาธารณะทั้งป่าไม้และทางทะเล

วัฒนา โคตรสมบัติ (2558) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาแบบการบริหารจัดการค้าขายมวยไทยอาชีพ มีวัตถุประสงค์ 1) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการค้าขายมวยไทยอาชีพ และ 2) ตรวจสอบรูปแบบการบริหารจัดการค้าขายมวยไทยอาชีพ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ หัวหน้าค้าขาย ผู้ฝึกสอน และนักมวยจำนวน 10 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง และหัวหน้าค้าขายที่จดทะเบียนกับสำนักคณะกรรมการการกีฬามวยจำนวน 364 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 13 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการบริหารจัดการค้าขายมวยไทยอาชีพ ประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ 23 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการวางแผน ค่าผันแปรเท่ากับ 1.55 มี 8 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ วิสัยทัศน์ ภารกิจพันธกิจ กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ กำหนดแผนงาน การปฏิบัติตามแผน การประเมินผล องค์ประกอบที่ 2 ด้านการดำเนินการ ค่าความผันแปรเท่ากับ 1.12 มี 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ ชี้แจงการปฏิบัติงานตามแผนการบริหารจัดการมี 5 องค์ประกอบ

ศรันยา พรหมจิโน, ชูเกียรติ ชัยบุญศรี และ อนุภาค เสาร์เสาวภาคย์ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ผลกระทบด้านเศรษฐกิจในด้านบวกคือ ประชาชนมีอาชีพที่หลากหลายมากขึ้นมีการลงทุนภายในชุมชนเพิ่มขึ้นทำให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มมากขึ้น เกิดการจ้างงานภายในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ในส่วนผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจในด้านลบ พบว่า ค่าใช้จ่ายของคนในชุมชนจึงสูงขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคมีราคาสูงขึ้น ส่วนผลกระทบทางด้านสังคม พบว่า ทำให้คนในชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารได้มากยิ่งขึ้น ผลในด้านลบทางสังคม คือ ปัญหาเสพยาเสพติด และปัญหาความขัดแย้ง การให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของคนในชุมชนลดน้อยลง ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในด้านบวก พบว่า ชุมชนก็ให้มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของชุมชน ส่วนทางลบส่งผลเสีย เรื่องของการขยายตัวของชุมชนไม่เป็นระเบียบ เกิดการรุกรานพื้นที่สาธารณประโยชน์ ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาน้ำเสีย มลพิษต่อภาวะทางอากาศในชุมชนเพิ่มขึ้นก็เพิ่มขึ้น ปริมาณการจราจรและสถิติอุบัติเหตุเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งทำให้เกิดเสียงดังรบกวนความสงบของชุมชน

นปภัสร ชุสุวรรณ (2559) ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทางด้านการตลาด ได้แก่ การสร้างแรงจูงใจให้เกิดการอยากเดินทางมาชม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของมวยไทย นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการแข่งขันพบว่าควรมีการจัดมวยที่คู่ชกมีความเสมอภาค การจัดคู่ชกที่สร้างความสนุก และการตัดสินมวยที่มีความเป็นสากลที่สามารถอธิบายให้ชาวต่างชาติได้เข้าใจมากขึ้น

พัชรมน รัชพลเดช และอนุพงษ์ แต่ศิลปาสิต (2560) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยง กับกลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย ที่มีหน้าที่ในระดับการจัดการ ได้แก่ นายสนามมวย ผู้จัดการรายการแข่งขัน (โปรโมเตอร์) และ หัวหน้าค่าย แต่ละฝ่ายต่างมีบทบาทสำคัญต่อการทำหน้าที่การจัดการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำบุคลากร และการประเมินผล เพื่อก่อให้เกิดรายการแข่งขันมวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักกีฬาประเภทการบริการออกสู่สายตาผู้ชม ผลการประชุมสนทนากลุ่มโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการ จัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การจัดการของสนามมวย 2) การจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพสนามมวย 3) การจัดการด้านภูมิปัญญามวยไทย 4) การจัดการด้านผู้ชม 5) การพัฒนาการจัดการแข่งขัน

ชาญชัย ยมดิษฐ์และบารมี ชูชัย (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวยุโรปชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย
- 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทยต่อนักท่องเที่ยวยุโรปชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย

3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 465 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวยุโรปชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยผลการวิจัยพบว่า 1) ชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวยุโรปชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยนั้น พบว่า มีความสุขกับการเรียนมวยไทย และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในค่ายมวยมีความเครียดและความวิตกกังวลในเรื่องการเงิน และการสื่อสารด้านภาษามากที่สุด 2) คุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ที่มาเรียนมวยไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การดูแลเอาใจใส่จากหัวหน้าค่าย และมีความปลอดภัยในค่ายมวยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของค่ายมวย ($\bar{x} = 4.26$) การจัดบรรยากาศการเรียนการสอนที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.24$) และการจัดครูฝึกที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 4.21$) ตามลำดับ 3) ปัจจัยที่ส่งผลในคุณภาพการให้บริการในค่ายมวยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการเรียงตามความสำคัญได้แก่ 1) ด้านอาคารสถานที่ 2) ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน 3) ด้านบุคลากร 4) ด้านความปลอดภัย

พัชรมน รัชพลเดช และอนุพงษ์ แท้ศิลปะสาธิต (2560) รูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าภาพรวมการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับกลุ่มบุคคล 3 ฝ่าย ที่มีหน้าที่ในระดับการจัดการ ได้แก่ นายสนามมวย ผู้จัดการรายการแข่งขัน (โปรโมเตอร์) และหัวหน้าค่าย แต่ละฝ่ายต่างมีบทบาทสำคัญต่อการทำหน้าที่การจัดการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำบุคลากร และการประเมินผล เพื่อก่อให้เกิดรายการแข่งขันมวย ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักกีฬาประเภทการบริการออกสู่สายตาผู้ชม ผลการประชุมสนทนากลุ่มโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การจัดการของสนามมวย 2) การจัดการสภาพแวดล้อมกายภาพสนามมวย 3) การจัดการด้านภูมิปัญญามวยไทย 4) การจัดการด้านผู้ชม 5) การพัฒนาการจัดการแข่งขันสำคัญ: การจัดการการกีฬา, การจัดการแข่งขันมวยไทย, มวยไทย, ธุรกิจมวยไทยอาชีพ

ประภัสสร มีน้อยและนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ได้ทำการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0 พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0 คือ “SPORT- K Model” ประกอบด้วย S – Standard, P – Participation, O – Organizing, R – Responsibility, T – Technology and Innovation และ K – Knowledge (3) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรมสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยวชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และ กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รองรับไทยแลนด์ 4.0 (4) รับรองรูปแบบและ

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย (Policy Meeting)

ฉันทะ จันทะเสนา และศักดิ์ชาย นาคนก (2561) ได้ศึกษา ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพชีวิตชาวเกาะ จำนวน 5 เกาะ เกาะคือเกาะช้าง เกาะเต่า เกาะพะงัน เกาะสมุย และเกาะภูเก็ต พบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต การท่องเที่ยวของช่วยเพิ่มโอกาสในการทำงาน สร้างงานให้กับชาวเกาะ และชาวเกาะยังมีทัศนคติว่า ธุรกิจของเกาะจะขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวส่งผลให้มีนักลงทุนเข้ามาลงทุนภายในเกาะ และสร้างรายได้จากภาษีมาสู่ทั้งระดับท้องถิ่นและ ประเทศ ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของชาวเกาะยกระดับความเจริญด้านถนน ไฟฟ้า ประปา และสาธารณูปโภคต่าง ๆ แต่การท่องเที่ยวส่งผลให้ค่าครองชีพบนเกาะเพิ่มสูงขึ้น ราคาสินค้า ราคาที่ดินและอสังหาริมทรัพย์สูงขึ้น การท่องเที่ยวส่งผลให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มขึ้น และมีการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้ที่อยู่อาศัยเกาะเพิ่มมากขึ้น

สรุปจากงานวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่ามวยไทยเป็นศิลปะทางวัฒนธรรมที่สามารถเรียนรู้ เพื่อประโยชน์ด้านการสร้างเสริมสมรรถภาพร่างกายด้านจิตใจสติปัญญา อารมณ์ สังคม ฝึกเพื่อใช้ในการต่อสู้ป้องกันตัวช่วยเหลือผู้อื่น และการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาของชาติไทยอีกมิติหนึ่ง เพื่อเป็นอาชีพเป็นเชิงพาณิชย์ ซึ่งประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกีฬามวยไทยมากขึ้น แต่ก็ยังขาดแนวทางรูปแบบที่เป็นธุรกิจมาตรฐานหรือความเป็นสากล โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่แท้จริงและเกี่ยวข้อง อีกทั้งด้านนโยบายของภาครัฐภาคเอกชนขาดความต่อเนื่องจริงจังในการพัฒนามวยไทยเป็นกีฬาอาชีพ ดังนั้นการศึกษาพัฒนาเกี่ยวกับกีฬามวยไทยในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกีฬาขั้นพื้นฐาน กีฬาสมัครเล่น กีฬาเพื่อความเป็นเลิศซึ่งเป็นพื้นฐานการพัฒนาสู่กีฬาอาชีพในการพัฒนากีฬาให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการก็ประสบปัญหามากมายทั้งด้านงบประมาณ ด้านบุคลากร ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวปัญหาอุปสรรคในการพัฒนากีฬา อาชีพนักกีฬาคณะหนึ่งที่มีความสามารถแข่งขันเป็นอาชีพจะมีผู้เกี่ยวข้องหรือร่วมงานเป็นทีมงานสามารถสร้างเป็นรายได้เป็นธุรกิจได้ กล่าวโดยสรุปกีฬาอาชีพต้องมีเกณฑ์มาตรฐานเป็นระบบ เป็นกระบวนการสากล ใช้หลักการตลาดกีฬา (Sport Marketing) มาประยุกต์ใช้กับอาชีพธุรกิจกีฬาดำเนินการจัดการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในโลกของการแข่งขันย่อมมีการพัฒนารูปแบบและการอนุรักษ์ศิลปมวยไทยให้สู่ระดับสากลสู่ระดับโลกในอนาคตต่อไป

รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยเพื่อสอนชาวต่างประเทศ ที่มีประสิทธิภาพต้องมีรูปแบบการบริหารที่ดี มีองค์ประกอบทางด้านโครงสร้างพื้นฐานของค่ายมวยไทยอาชีพที่ดี มีการบริหารจัดการค่ายมวยของหัวหน้าค่ายมวยไทยอย่างมืออาชีพ วางแผนกลยุทธ์ของค่ายมวยไทย มีการบริการลูกค้าที่ดี มีการ

วัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ การทำนุบำรุง อนุรักษ์และเผยแพร่ ศิลปะแม่ไม้มวยไทยอยู่เป็นประจำ มีการบริหาร พัฒนานักมวยและบุคลากรของค่ายมวยไทยอยู่เสมอ มีการจัดกระบวนการดำเนินงานที่สำคัญสนับสนุนของค่ายมวยไทยและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีโดยการประเมินผลลัพธ์ค่ายมวยไทยอย่างต่อเนื่อง

ณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง (2560) ได้ศึกษาความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย พบว่า ผลการศึกษาพบว่าความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การดูแลร่างกาย การดูแลจิตใจ และการดูแลจิตวิญญาณ โดยมี 1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความน่าสนใจของ Package ท่องเที่ยว การแนะนำจากบริษัททัวร์ โรงแรม รถโดยสารหน่วยงาน และบุคคลอื่นๆ และ 2) ปัจจัยด้านบริการสุขภาพ คุณภาพของบริการ ได้แก่ ความหลากหลายบริการ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ความพอเพียงของบุคลากรที่ให้การดูแลสุขภาพศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน โดยภาคเหนือจะเน้นเรื่องความสงบและการบำบัดจิตใจ ภาคกลางเน้นการพักผ่อนร่างกายจิตใจ และสัมผัสกับวัฒนธรรมพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น ภาคใต้เน้นการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม และกรุงเทพมหานครเน้นการดูแลสุขภาพภายใต้ภาวะที่เร่งรีบ โดยช่องว่างทางธุรกิจ คือ 1) ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว 2) บอมน้ำร้อน/น้ำพุร้อน ที่มีอยู่ ไม่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3) บริการสุขภาพที่ได้รับความนิยมในกระแสโลกแต่มีผู้ให้บริการในประเทศไทยไม่เพียงพอ และ 4) ขาดแคลนบุคลากรที่มีศักยภาพในการดูแลสุขภาพบางประเภท

สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย รูปแบบโครงสร้าง พบว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาวีเคราะห์ดี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลประโยชน์ทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และสังคม ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลเสียทางวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ปัจจัยผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬามีอิทธิพลต่อปัจจัยสถานที่ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ปัจจัยผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬามีอิทธิพลต่อปัจจัยผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และปัจจัยผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

มวยไทยถือเป็นกีฬาต่อสู้ป้องกันตัวที่ชาวต่างประเทศให้การยอมรับมากที่สุด มีการเรียนการสอนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีชาวต่างประเทศที่ทำงานวิจัยเกี่ยวกับมวยไทย ดังนี้

Schissel (2008) ได้ศึกษาเรื่อง มวยไทยและการสร้างรูปแบบการต่อสู้ในครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ใช้เวลาสี่เดือนลงพื้นที่ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 ด้วยการเป็นสมาชิกครัวเรือนชนบทของหมู่บ้านหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเพื่อฝึกมวยไทย โดยทั่วไปมวยไทยและวัฒนธรรมของการต่อสู้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การตีไก่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรืออีสานนั้น เป็นการปฏิบัติอยู่ในชีวิตประจำวัน การวิจัยนี้เน้นการปฏิบัติและเป็นไปได้ทั้งสองแบบ เรื่องที่ทําเป็นนัยในตัวตนและบนพื้นฐานการตีความที่อยู่ในบริบทของเจตนาธรรมที่มีความหมายไปในทางเดียวกันเพื่อสร้างองค์ความรู้ในการวิจัย ผู้วิจัยเสนอว่าจากการเคลื่อนไหวทั้งในและนอกสังเวียน นักมวยไทยแสดงออกถึงวัฒนธรรมที่สวຍงามของความไม่พึงผ่านการผสมผสานระหว่างสัญลักษณ์ที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษที่ลวงลับซึ่งเป็นคุณลักษณะของลูกผู้ชายในสังคมชนบทที่ยากจนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย

Glogower (2009) ได้ศึกษาเรื่อง การป้องกันตัวที่ดีทำให้คุณดูสวยงาม การป้องกันตัวที่แย่ ทำให้คุณดูน่าเกลียด : เพศในมวยไทยคิกบ็อกซิ่ง เสนอว่า ความนิยมที่สูงขึ้นของศิลปะการต่อสู้แบบผสม (Mixed Martial Arts : MMA) ทำให้มีชายและหญิงจำนวนเพิ่มขึ้นได้เข้าร่วมในกีฬาที่ดุเดือดนี้ เช่น การต่อสู้มวยไทยคิกบ็อกซิ่ง ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีเชิงเพศ (Gender Theory) ว่าโครงสร้างทางเพศในระดับมหภาคมีผลต่อประสบการณ์ส่วนตัวในสถาบันทางสังคม จึงได้ศึกษาผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้หญิงในชั้นเรียนมวยไทยคิกบ็อกซิ่ง ผู้วิจัยพบว่า มีปัจจัยหลัก 3 ประการที่ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ คือ การปรึกษาอภิปรายในเพศเดียวกัน (Gendered discourse) เทคนิคให้เกิดความเป็นกลางทางเพศ (Gender neutralizing techniques) และพื้นที่ทางเพศและกายภาพ (Gendered bodies and physical space) นอกจากทฤษฎีเชิงเพศ (Gender Theory) แล้ว งานวิจัยนี้ยังให้ความสนใจถึงการผิดเพี้ยนทางสังคม (Social deviance) ว่าทำไมผู้หญิงในชั้นเรียนมวยไทยคิกบ็อกซิ่ง ถึงเข้าร่วมในเทคนิคการให้ความเป็นกลางเรื่องเพศโดยเฉพาะบางเรื่อง พื้นที่ที่สร้างขึ้นจากโรงเรียนสอนศิลปะการต่อสู้สนับสนุนความต่อเนื่องของการครอบงำของเพศชายในกีฬาหลัก ๆ ผู้วิจัยสรุปว่า ถึงแม้จะมีโอกาสเพศหญิงยังล้มเหลวในการท้าทายโครงสร้างใหญ่ทางเพศ และ เสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติมถึงสาเหตุว่าทำไมความท้าทายนั้นยังถูกปิดกั้นในสถาบันทางการกีฬา

Meyers and Tony (2013) ได้ศึกษาเรื่องเทคนิคการชกมวยไทยของนักมวยไทยเปรียบเทียบกับนักมวยชาวอังกฤษในแง่การวิเคราะห์และทำตามแบบ โดยศึกษาจากนักมวยไทยและประเทศอังกฤษ จำนวนอย่าง 16 คนจำนวน 32 คนโดยการศึกษาข้ามวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ซึ่งมีความแตกต่างกันใช้รูปแบบการถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่านักมวยไทยใช้อาวุธเตะใช้การรุกและรับมากกว่านักมวยชาวอังกฤษโดยเฉพาะเข้าในการรุก มีการเตะตรงบริเวณลำตัวมากกว่านักมวยชาวอังกฤษ มีการถีบตรงและจับขามากกว่านักมวยชาวอังกฤษแต่นักมวยชาวอังกฤษมีแนวโน้มใช้อาวุธอื่นๆที่หลายหลายในการป้องกันตัว

Jahnm Aaron (2014) ได้ศึกษาเรื่องค่ายมวยไทยที่ดีที่สุดพบว่ามี 13 ลักษณะคือ ความสะอาด ความปลอดภัย อุปกรณ์ดีมีคุณภาพ ช่องว่างในการใช้อุปกรณ์ฝึกซ้อม เทรนเนอร์ชั้นดี สัดส่วนผู้เรียนต่อผู้ฝึกสอน 1 ต่อ 3 บรรยายการเรียนการสอน ผู้ช่วยผู้ฝึกสอนมีคุณภาพ เครือข่ายดี วินัยดี ราคายุติธรรม เอาใจใส่ ผู้เรียน สนับสนุนคุณภาพสิ่งแวดล้อมดี

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ด้านการพัฒนาองค์กรและค่ายมวยไทย ค่ายมวยไทยต้องมีการพัฒนาอย่างมีแผนและสม่ำเสมอ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของค่ายมวยไทย ทั้งนี้ผู้บริหารค่ายมวยไทยต้องใช้เครื่องมือและเทคนิคทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ ประกอบกระบวนการวิจัยเชิงแก้ปัญหา เป็นแม่แบบวัตถุประสงค์ของการพัฒนาค่ายมวยไทย 2) ด้านการบริหารจัดการให้ค่ายมวยไทยประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมี 5 ขั้นตอนตั้งแต่การวางแผน การจัดการ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงานและการควบคุมดูแลค่ายมวยไทย 3) ด้านหลักสูตรและการสอนมวยไทยหลักสูตรและการสอนมวยไทย ที่ดีและได้มาตรฐานหลายหลายครอบคลุมทุกความต้องการของผู้เรียน 4) ด้านการอนุรักษ์มวยไทย กีฬามวยไทยถือเป็นศิลปะประจำชาติไทยที่บรรพบุรุษได้ฝึกฝน ร่ำเรียน และเอาไว้ใช้ต่อสู้กับข้าศึกศัตรูที่มารุกรานแผ่นดินสยาม เพื่อรักษาผืนแผ่นดินไว้ให้ลูกหลานไทยได้ยืนอยู่ถึงทุกวันนี้ ลูกหลาน เยาวชน และคนไทย จึงควรที่จะมุ่งมั่น สืบสาน อนุรักษ์ศิลปะป้องกันตัวมวยไทยนี้ให้คงอยู่สืบต่อไป 5) ด้านเกี่ยวกับธุรกิจมวยไทย ซึ่งปัจจุบันศิลปะมวยไทยถือเป็นกีฬาต่อสู้ประจำชาติไทยที่คนทั่วโลกยอมรับ เห็นได้จากงานไหว้ครูมวยไทยโลก ณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งจัดต่อเนื่องมานานกว่า 14 ปี โดยจะมีชาวต่างชาติที่สนใจเข้าร่วมงานจำนวนกว่า 1,800 คน จาก 57 ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นว่ามีชาวต่างประเทศสนใจมวยไทยเป็นจำนวนมาก โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้เงินสูง นอกจากนี้แล้วยังมีชาวต่างชาติที่สนใจเรียนมวยไทยตามค่ายมวยที่มีมาตรฐานพร้อมรองรับทัวร์ต่างประเทศจำนวน 443 ค่าย ซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ และมีชาวต่างชาตินิยมเข้าชมมวยไทยในเวทีราชดำเนินและลุมพินี ซึ่งจัดทุกวัน

ทำให้เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจได้ดี นอกจากนี้แล้วในต่างจังหวัดในประเพณีหรืองานสำคัญต่างๆ จะนิยมจัดกิจกรรมการชมมวยไทยหรือการแสดงศิลปะมวยไทยเพื่อที่จะให้บุคคลจำนวนมากเข้ามามีส่วนรวม เช่น ประชาชนทั่วไปเข้ามาชมการแข่งขันและการแสดง มีการเปิดร้านขายสินค้า จำหน่ายอาหาร ทำให้เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนและรากหญ้าได้อย่างดีอีกด้วย 6) ด้านงานวิจัยต่างประเทศ มวยไทยถือเป็นกีฬาต่อสู้ป้องกันตัวที่ชาวต่างประเทศให้การยอมรับมากที่สุด มีการเรียนการสอนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มวยไทยถือเป็นเครือข่ายที่มีบทบาททั้งในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยมูลค่าของมวยไทยที่เกิดขึ้นทั้งในด้านกีฬาอาชีพ กีฬาเพื่อสุขภาพ สินค้าสนับสนุน สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 100,000 ล้านบาทต่อปี

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นนี้ดำเนินการเพื่อต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ของการวิจัย 5 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการ วิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 4) เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และ สิ่งแวดล้อม และ 5) เพื่อจัดทำคู่มือการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวย ไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ และเพื่อให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนในการศึกษา ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 พื้นที่ ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยและมา ชมมวยไทยในประเทศไทย โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มา เรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยในประเทศไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทย มาตรฐานหรือเวทีมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีเกณฑ์พิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 เกณฑ์ในการคัดเลือกของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1. สามารถสื่อสารเข้าใจความหมาย ฟัง พูด อ่าน เขียน ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ได้
2. เข้าร่วมโครงการด้วยความสมัครใจ

1.2 เกณฑ์ในการคัดเลือกค่ายมวยและเวทีมวยไทย มีดังนี้

1. เป็นค่ายมวยและเวทีมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. เข้าร่วมโครงการด้วยความสมัครใจ

1.3 กลุ่มตัวอย่างและการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยในประเทศไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานหรือเวทีมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน

1.3.2 การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากยังไม่เคยมีการเก็บข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยและมาชมมวยไทยในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ ดังนั้นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงใช้สูตรการคำนวณ โดยกำหนดจากค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด ดังสูตร (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2557)

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างในที่นี้กำหนดที่ระดับ 5%

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด 50%

Z = ค่าระดับความเชื่อมั่น ในที่นี้กำหนดไว้ที่ ระดับความเชื่อมั่น 95%
 Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.50)(.50)(1.96)^2}{.05^2}$$

$$n = \frac{(.50)(.50)(3.8416)}{.0025}$$

$$n = 384 \text{ คน}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ผู้วิจัยได้กำหนดเพื่อความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามเพิ่มเติมเป็นจำนวน 400 คน

1.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้แบ่งวิธีการสุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย จำนวน 400 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานหรือรองรับชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คนดังนี้

1.4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาฝึกมวยไทยในค่ายมวยไทย ได้แก่ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกภาคตะวันตก และภาคใต้ ซึ่งแบ่งขั้นตอนการสุ่มได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสำรวจและคัดเลือกค่ายมวยที่รองรับชาวต่างประเทศตามเกณฑ์คุณสมบัติการคัดเข้าของกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดการสุ่มตัวอย่างค่ายมวยด้วยสัดส่วนร้อยละ 30 (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2537) ของค่ายมวยในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทยซึ่งภาคอีสานไม่ทำการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่มีค่ายมวยที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพราะเป็นช่วงที่ไม่ใช่เทศกาลท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 นำรายชื่อค่ายมวยที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้มาสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยวิธีจับสลากจากรายชื่อค่ายมวย

ขั้นตอนที่ 3 ทำการสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic sampling)

1.4.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทย ใช้วิธีการเก็บจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในเวทีมวยไทยมาตรฐานหรือรองรับชาวต่างประเทศ จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ เวทีมวยราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยแม็กซ์มวยไทย และเวทีมวยนานาชาติรังสิต จำนวนทั้ง 400 คน โดยสุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบบบังเอิญพบ (Accidental sampling)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดกิจกรรมเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรมศิลปะการต่อสู้มวยไทย ค่ายมวยไทย สนามมวย กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจที่ต้องการรับบริการ และการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยมีเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีการเลือกจากการตรวจสอบสามเส้า (triangulation sampling) (ศิริพร จิรวัดน์กุล, 2558)

เป็นการใช้วิธีการเลือกหลายๆวิธี เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่หลากหลาย ข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล ที่เรียกว่า เทคนิคสามเส้า (triangulation Technique) (ศุภกิจ วงศ์วิวัฒนกิจ, 2550) ในรูปแบบต่างวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation) เป็นการใช้อย่างหลายวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน การกำหนดหน่วยของข้อมูลที่จะศึกษาอยู่ในสัดส่วนจำนวน จำนวนระหว่าง 30-50 คน (Morse,1994) ในการดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง อาจจะมีการลดทอนลงได้เมื่อเข้าสู่จุดอิ่มตัวของข้อมูล รวมถึงความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลที่ค้นพบเพื่อตอบคำถามการวิจัยได้

การอิ่มตัวในที่นี้ หมายถึง การอิ่มตัวทางข้อมูล หมายความว่า ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษาได้มาถึงจุดที่ไม่มีอะไรใหม่ ไม่มีอะไรแตกต่างไปจากข้อมูลที่รวบรวมมาก่อนหน้านี้ แม้ว่าการรวบรวมข้อมูลครั้งต่อ ๆ มา นักวิจัยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างที่แตกต่างออกไปก็ตาม รวมถึงข้อมูลที่ได้มาสามารถให้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดและความหมายของปรากฏการณ์ที่ศึกษาจนสามารถมองเห็นสิ่งที่ศึกษาได้

2. พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาในพื้นที่ของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคใต้ ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.1 การสร้างเครื่องมือ

3.1.1. ศึกษาเนื้อหา แนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

3.1.2 กำหนดจุดมุ่งหมายและขอบเขตของเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกประเด็นที่ต้องการแต่ละตัวแปรและสอดคล้องกับกรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.3 สร้างแบบสอบถามและกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อให้สอดคล้องและตรงกับทฤษฎีที่ใช้

3.2 การทดสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหา (Content validity)

นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ตรงตามเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหาตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และความเข้าใจของภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม หลังจากผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำ

แบบสอบถามและเครื่องมือที่ใช้มาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม ก่อนนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือต่อไป เลือกใช้ข้อคำถามรายข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

3.3 การทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability)

3.3.1 ทดสอบเครื่องมือโดยการนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งให้แบบสอบถามมีคุณภาพตามเกณฑ์และประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ไม่ควรน้อยกว่า 0.80 ขึ้นไป

3.3.2 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ไม่ควรน้อยกว่า 0.80 ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81, 0.84 และ 0.82 ตามลำดับ

3.3.3 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ด้านประสบการณ์ที่ต้องการได้รับการท่องเที่ยว ด้านสิ่งเร้าหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ไม่ควรน้อยกว่า 0.8 ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80, 0.83, 0.81, 0.82 และ 0.81 ตามลำดับ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 4 ชุด โดยชุดที่ 1 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ส่วนชุดที่ 2 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยจากเวทีมวยไทยมาตรฐานหรือรองรับชาวต่างประเทศ และชุดที่ 3 ศึกษาจากชุมชน ซึ่งแต่ละชุดมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

3.4.1.1 แบบถามสอบถามชุดที่ 1 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพ การศึกษา ลักษณะการเดินทาง ประเทศที่อยู่อาศัย รายได้ต่อเดือน ยานพาหนะในการเดินทาง/หรือท่องเที่ยว ช่องทางได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทย สถานที่พัก และราคาที่พัก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้มาเรียนมวยไทย ประกอบด้วย เหตุผลที่ทำให้ท่านมาเรียนมวยไทย ประสบการณ์การมาเรียนมวยไทย การใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหากิจกรมมวย อุปกรณ์ที่ใช้ฝึกมวย ช่วงเดือนที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ระยะเวลาที่เรียนมวยไทย กิจกรรมที่อยาก

เข้าร่วมระหว่างเรียนมวยไทย สถานที่ฝึกมวยไทย การเลือกร้านอาหาร กิจกรรมอื่นที่ทำระหว่างเรียนมวยไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้วยมวยไทย ผลลัพธ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่สร้างแรงดึงดูดให้เข้าร่วมเพิ่มขึ้น และพฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาเรียนไทย

ส่วนที่ 3 ลักษณะทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย ด้านประสบการณ์ที่ต้องการได้จากการท่องเที่ยว ด้านสิ่งเร้าหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น

3.4.1.2 แบบสอบถามชุดที่ 2 ศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในประเทศไทย โดยมีทั้งหมด 1 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานะภาพ การศึกษา ลักษณะการเดินทาง ประเทศที่อยู่อาศัย รายได้ต่อเดือน ยานพาหนะในการเดินทาง/หรือท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้มาชมมวยไทย ประกอบด้วย เหตุผลหลักที่เดินทางมาประเทศไทย เหตุผลที่ทำให้ท่านมาชมมวยไทย ประสบการณ์การมาชมมวยไทย ความต้องการซื้อสินค้ามวยไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้คุณเดินทางมาชมมวยไทย และปัจจัยที่ตรงที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว และพฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาชมมวยไทย

3.4.1.3 แบบสอบถามชุดที่ 4 ศึกษาจากชุมชน โดยมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสังคม เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสิ่งแวดล้อม เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้ 1 ตัวเลือกจากทั้งหมด 5 ตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 3 ชุด โดยสัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับมวยไทยและการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้

3.4.2.1 แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งในส่วนนี้จะมีเนื้อหาที่สำคัญ ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับมวยไทย ทิศทางและโอกาสการพัฒนามวยไทย และการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตจะมีวิธีการดำเนินการอย่างไร

3.4.2.2 แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.4.2.3 แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3 สัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

4. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของโครงการวิจัยระหว่างผลผลิต (output) และผลลัพธ์ (outcome) ของการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

วัตถุประสงค์	วิธีการดำเนินงาน	ผลลัพธ์
1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย	1. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทยในประเทศไทยด้วยแบบสอบถาม 2. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	1. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 2. ข้อมูลศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 3. ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล (ต่อ)

วัตถุประสงค์	วิธีการดำเนินงาน	ผลลัพธ์
	หัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการจัดค่ายมวย การท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3. ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค ของศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 4. ทำการวิเคราะห์โอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เพื่อหากลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	เชิงลึก
2.เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	1.ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการค่ายมวย / บริษัทนันทนาการ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้จัดการแข่งขันมวยไทยไฟท์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทมวยไทยโชว์ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งข้อมูลอีกประเด็นหนึ่งที่จะรวบรวมในขั้นตอนนี้คือ แนวทางการส่งเสริมการเข้าชมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลจะเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับค่ายมวยในแต่ละภาคและกรุงเทพมหานคร ที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเรียนมากที่สุด และบุคคลต่างๆ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น 2.ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยการประชุมสัมมนาร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในการร่วมกันพัฒนา ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
3.เพื่อพัฒนาด้านแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย	1.ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระดับลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการศึกษา คือ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก และการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการค่ายมวย ผู้จัดการแข่งขันมวยไทยไฟท์ นายกสมาคมมวยคิกบ็อกซิ่งแห่งประเทศไทย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทมวยไทยโชว์ ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เพื่อนำไปสู่การขยายผลพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล (ต่อ)

วัตถุประสงค์	วิธีการดำเนินงาน	ผลลัพธ์
	2. ทำการวิเคราะห์ต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยคณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นค่ายมวยต้นแบบและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) และส่วนประสมทางการตลาด 3. ทำการประชุมเพื่อพิจารณาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย	
4) เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม	1. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณของผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม จากชุมชนและผู้ประกอบการร้านค้า ที่พัก ด้วยแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากชุมชนและผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก 2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม	ได้ข้อเสนอแนะผลกระทบใน 3 มิติ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) จากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของประเทศไทย
5. เพื่อจัดทำคู่มือการจัดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่	ในขั้นตอนจัดทำคู่มือการจัดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนย่อย ออกเป็น 1. การสร้างเนื้อหา กำหนดรูปแบบลักษณะและองค์ประกอบของคู่มือโดยผู้วิจัย ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบวิธีการสร้างคู่มือจากเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งปรึกษาที่ปรึกษาที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 2. ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายและขอบเขตในการสร้างคู่มือ 3. ประชุมพิจารณาร่างคู่มือจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินคู่มือ นำผลการประเมินที่ได้กลับมาปรับปรุงแก้ไขคู่มือ	คู่มือการจัดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่

ตารางที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล (ต่อ)

วัตถุประสงค์	วิธีการดำเนินงาน	ผลลัพธ์
	4. การทดลองและประเมินคู่มือกับนักท่องเที่ยวโดยนำไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจและนำข้อเสนอแนะมาปรับแก้ไขคู่มือฯ 5. คณะผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะจากส่วนต่างๆมาปรับแก้ไขและผลิตคู่มือการ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่	

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จะใช้การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

5.2 การวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์ SWOT Analysis

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อหากกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้ข้อคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ต้องการได้รับการท่องเที่ยว สิ่งเราหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการดำเนินชีวิต ความสนใจ และความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว ด้วยวิธี K-Means Cluster Analysis

5.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

5.5 การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยยึดหลักองค์ประกอบ 7 ด้าน คือ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) และส่วนประสมทางการตลาด

5.6 การวิเคราะห์ความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม จะใช้การวิเคราะห์ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.7 การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย พ.ศ. 2562 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการ

ผลิตและผลผลิต (I/O analysis) ประเมินผลกระทบทั้งหมดที่เป็นผลรวมของผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนและมาชมมวยไทย (สมมติให้เป็นเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) โดยใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทยที่สำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism I/O table) ขนาด 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ที่เป็นข้อมูล ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ซึ่งคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ปรับตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวให้มีขนาด 26 x 26 สาขาการผลิต

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยต่อคนต่อครั้ง และนำผลที่ได้มาคำนวณเป็นผลรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand)

ขั้นตอนที่ 3 นำมูลค่ารวมของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Final Demand) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Analysis : I/O Analysis) ขนาด 26x26 สาขาการผลิต ด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมด (Total) ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) และทางอ้อม (Indirect Impact) ที่มีต่อการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (Total) 1 บาท เพื่อวัดผลกระทบอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยตรง (Type I – Multiplier) และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยอ้อม (Multiplier) จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ขั้นตอนที่ 5 คำนวณสัดส่วนร้อยละของการกระจายผลประโยชน์ไปสู่อุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกสาขาการผลิตในภาคการท่องเที่ยว (Direct) จำนวน 12 กลุ่ม และอุตสาหกรรมภายนอกภาคการท่องเที่ยว (Indirect) จำนวน 14 กลุ่มที่จัดทำขึ้นโดยกรมการท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

ในการวิจัยการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนากองตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการ กองท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย 4) เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม และ 5) เพื่อจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งผลการศึกษาข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคูณลักษณะ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทยในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ผลศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนากองตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการ กองท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 6 จัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมและมาเรียนมวยไทยในภาพรวม

1. คุณลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทยในภาพรวม

ก. ลักษณะเศรษฐกิจและสังคม

ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย ดังแสดงในตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวชายและหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีนักท่องเที่ยวที่เป็นชายสูงกว่าเล็กน้อย คือ สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาย คิดเป็นร้อยละ 59.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.8 เมื่อจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 36-45 ปี ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีเพียงร้อยละ 3.8 เท่านั้น นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งหนึ่ง มีสถานภาพโสด และมีนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 30.3

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวจีน คิดเป็นร้อยละ 32.0 โดยรองลงมาคือชาวออสเตรเลียและชาวอังกฤษ คิดเป็น ร้อยละ 12.3 และ ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาจากระดับการสำเร็จการศึกษาสูงสุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตารางที่ 4.1 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาชมไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	237	59.3
หญิง	163	40.8
2. อายุ (ปี)		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25	25	6.3
26-35	192	48
36-45	96	24.0
46-60	49	12.3
มากกว่า 60	15	3.8
5. สถานะภาพสมรส		
โสด	279	69.8
สมรส	121	30.3

ตารางที่ 4.1 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาชมไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษาสูงสุดที่สำเร็จ		
มัธยมศึกษา	38	9.5
อนุปริญญาตรี	106	26.5
ปริญญาตรี	222	55.5
ปริญญาโท	34	8.5
5. ท่านเดินทางมาจากประเทศใด		
อเมริกา	28	7.0
ออสเตรเลีย	49	12.3
บราซิล	6	1.6
แคนาดา	12	3.0
จีน	128	32.0
เดนมาร์ก	6	1.5
ฟินแลนด์	3	0.8
ฝรั่งเศส	26	6.5
เยอรมนี	22	5.5
ฮ่องกง	3	0.8
อินเดีย	6	1.5
อิหร่าน	7	1.8
อิตาลี	3	0.8
ญี่ปุ่น	10	2.5
เกาหลี	6	1.5
มาเลเซีย	9	2.3
รัสเซีย	13	3.3
เซาท์แอฟริกา	5	1.3
สิงคโปร์	15	3.8
สเปน	7	1.8
ไต้หวัน	8	2.0
อังกฤษ	29	7.3

ตารางที่ 4.1 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาชมไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. ลักษณะการเดินทาง		
คนเดียว	39	9.8
ครอบครัว	79	19.8
เพื่อน	145	36.3
บริษัททัวร์	132	33.0
ทีมงานค่ายมวย	5	1.3
7. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	61	15.3
นักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว	122	30.5
เจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ	90	22.5
พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	112	28.0
นักมวย	15	3.8
8. รายได้ต่อเดือน (เหรียญสหรัฐฯ)		
ไม่เกิน 500	26	6.5
501-1,000	30	7.5
1,001-1,500	40	10.0
1,501-2,000	67	16.8
2,001-2,500	34	8.5
2,501-3,000	41	10.3
3,001-3,500	68	17.3
มากกว่า 3,500	94	23.0

เมื่อพิจารณาลักษณะการเดินทางมาชมมวยไทย พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมมวยไทย กับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ เดินทางมาชมมวยไทยกับบริษัททัวร์ อาชีพหลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน และเจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.0 และร้อยละ 22.5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายได้ต่อเดือนจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 3,001-3,500 เหรียญสหรัฐ และ อยู่ในช่วง 1,501-2,000 เหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 17.3 และร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ข. เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยไทย

เหตุผลที่ทำให้ท่านมาชมมวยไทย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพื่อความบันเทิง	191	47.53
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	40	10.0
สัมผัสเอกลักษณ์ความเป็นไทย	61	15.3
เพื่อการทำธุรกิจมวยไทย	24	6.0
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทย	68	17.0
เพื่อเรียนรู้วิถีออกอาวุธของมวยไทย	16	4.0

จากตารางที่ 4.2 จะเป็นการนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยในประเทศ พบว่า เหตุผลที่ทำให้มาชมมวยไทย คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาชมมวยไทยเพื่อความบันเทิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.53 รองลงมาเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทย ร้อยละ 17.0 และเมื่อพิจารณาเหตุผลที่มาชมมวยไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ประเทศที่เดินทางมา อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และการศึกษา พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อความบันเทิง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นชาวจีน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐ มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นชาวจีน มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-3,500 เหรียญสหรัฐ มีสถานะภาพโสด และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อสัมผัสเอกลักษณ์ความเป็นไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวจีน มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อการทำธุรกิจมวยไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวอังกฤษ มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบอาชีพ นักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวจีน มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยเพื่อเรียนรู้วิถีออกอาวุธของมวยไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นชาวออสเตรเลีย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ค.ประสบการณ์ในการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์ในการมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประสบการณ์ในการมาชมมวยไทย	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	238	59.5
1 ครั้ง	84	20.83
2-3 ครั้ง	41	10.3
4-5 ครั้ง	37	9.3

จากตารางที่ 4.3 นี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยในประเทศไทย ในด้านประสบการณ์ในการมาชมมวยไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาชมมวยไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา คือ เคยมาชมมวยไทยแล้ว 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.83 และเมื่อพิจารณาข้อมูลประสบการณ์ในการมาชมมวยไทยจำแนกตามประเทศที่เดินทางมา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีประสบการณ์ในการมาชมมวยไทยเป็นครั้งแรก ส่วนใหญ่พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน

ง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลักดันหรือกระตุ้นให้คุณเดินทางมาชมมวยไทย

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลักดันหรือกระตุ้นให้คุณเดินทางมาชมมวยไทย

ปัจจัย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มวยไทยทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ๆ/วัฒนธรรมใหม่ๆ	90	22.5
มวยไทยทำให้ได้มุมมองใหม่ๆในชีวิต	29	7.3
มวยไทยทำให้ได้เติมพลังให้กับชีวิต	21	5.3
มวยไทยทำให้ได้สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	18	4.5
มวยไทยทำให้ได้รับความทรงจำที่ดีในชีวิต	20	5.0
มวยไทยทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด	81	20.3
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทย	141	35.3

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลักดันหรือกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างมาชมมวยไทย คือ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาคือ มวยไทยทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ๆ/วัฒนธรรมใหม่ๆ และมวยไทยทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด คิดเป็นร้อยละ 22.5 และร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

จ. ปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการความสนุกสนาน	105	26.3
ต้องการความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	69	17.3
ต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่	48	12.0
ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่	41	10.3
ต้องการค้นพบประสบการณ์ที่แท้จริง (ไม่มีการปรุงแต่ง)	75	18.8
ต้องการแหล่งช้อปปิ้งและซื้อของตามห้างสรรพสินค้า	62	15.5

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวคือ นักท่องเที่ยวต้องการความสนุกสนานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ต้องการค้นพบประสบการณ์ที่แท้จริง (ไม่มีการปรุงแต่ง) ต้องการความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และต้องการแหล่งช้อปปิ้งและซื้อของตามห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.8 ร้อยละ 17.3 และร้อยละ 15.5 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาปัจจัยใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ประเทศที่เดินทางมา อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ และการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการความสนุกสนาน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นชาวจีน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นชาวจีน มีอายุระหว่าง 46-60 ปี ประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,001-3,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวจีน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวอังกฤษ มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ประกอบอาชีพ นักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการค้นพบประสบการณ์ที่แท้จริง (ไม่มีการปรุงแต่ง) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ชาวออสเตรเลีย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวยที่ต้องการแหล่งช้อปปิ้งและซื้อของตามห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักท่องเที่ยวยชาวจีน มีอายุระหว่าง 46-60 ปี ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ฉ. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาชมมวยไทยครั้งนี้

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสอบถามค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมมวยไทยในครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมมวยไทยต่อครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เท่ากับ 1,890.14 บาท เมื่อแบ่งสัดส่วนค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่าใช้จ่ายของค่าบัตรเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด เท่ากับ 1,357.06 บาท รองลงมาคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เท่ากับ 301.54 บาท ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก 144.17 และค่าพาหนะในการเดินทาง 87.37 บาท ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการชมมวยไทยนั้นส่วนใหญ่จะเป็นค่าบัตรเข้าชมถึง ร้อยละ 71.80

2. คุณลักษณะและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย

ก. ลักษณะเศรษฐกิจและสังคม

ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยดังแสดงในตารางที่ 4.6 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย ร้อยละ 65.8 และเป็นหญิง ร้อยละ 34.0 และส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 21 – 25 ปี ร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี ร้อยละ 24.5 และมีนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เพียงร้อยละ 0.5

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.0 พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน ร้อยละ 16.0 และอาชีพที่พบน้อยที่สุด คือ นักมวย ร้อยละ 10.8 ตามลำดับ ในด้านการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 41.8 รองลงมาอนุปริญญาตรี ร้อยละ 28.8 และมัธยมศึกษา ร้อยละ 24.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานะโสด ร้อยละ 73.3

นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศออสเตรเลีย ร้อยละ 17.2 รองลงมา คือ ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 16.0 และประเทศจีน ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ลักษณะการเดินทางของผู้มาเรียนมวยส่วนใหญ่เดินทางคนเดียว ร้อยละ 48.8 รองลงมาเดินทางมากับเพื่อน ร้อยละ 25.50 และเดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป ร้อยละ 24.00 รองลงมาระหว่าง 3,001-3,500 เหรียญสหรัฐฯ ร้อยละ 19.3 และระหว่าง 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ ร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวดังประเทศที่มาเรียนมวยไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	263	65.8
หญิง	137	34.3
2. อายุ (ปี)		
15- 20	50	12.5
21-25	129	32.3
26-30	98	24.5
31-35	62	15.5
36-40	43	10.8
41-45	5	1.3
46-50	11	2.8
มากกว่า 50	2	0.5
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	60	15.0
นักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว	133	33.3
เจ้าหน้าที่รัฐ/รัฐวิสาหกิจ	100	25.0
พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	64	16.0
นักมวย	49	10.8
4. การศึกษา		
มัธยมศึกษา	97	24.3
อนุปริญญาตรี	115	28.8
ปริญญาตรี	167	41.8
ปริญญาโท	12	3.0
ปริญญาเอก	9	2.3

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. สถานะ		
โสด	293	73.3
แต่งงาน	107	26.8
6. ทานเดินทางมาจากประเทศใด		
ออสเตรเลีย	69	17.25
อังกฤษ	64	16.0
จีน	60	15.0
อเมริกา	35	8.75
อิตาลี	23	5.75
เยอรมัน	15	3.75
ไอร์แลนด์	15	3.75
ฝรั่งเศส	13	3.25
แคนาดา	12	3.0
สวีเดน	11	2.75
ญี่ปุ่น	10	2.50
อินเดีย	10	2.50
เลบานอน	9	2.25
คูไบ	6	1.50
สิงคโปร์	5	1.25
อิหร่าน	4	1.0
สก๊อตแลนด์	4	1.0
บราซิล	3	0.75
กรีซ	3	0.75
จอร์แดน	3	0.75
เกาหลี	3	0.75
สเปน	3	0.75

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สวิสเซอร์แลนด์	3	0.75
แอฟริกา	2	0.50
ฮ่องกง	3	0.75
นิวซีแลนด์	2	1.25
รัสเซีย	5	0.25
อินโดนีเซีย	4	1.0
7.ลักษณะการเดินทาง		
คนเดียว	195	48.8
ครอบครัว	51	12.8
เพื่อน	102	25.5
บริษัททัวร์	15	3.8
ทีมงานค่ายมวย	37	9.3
8. รายได้ต่อเดือน (เหรียญสหรัฐฯ)		
ไม่เกิน 500	20	5.0
501-1,000	42	10.5
1,001-1,500	40	10.0
1,501-2,000	29	7.3
2,001-2,500	64	16.0
2,501-3,000	32	8.0
3,001-3,500	77	19.3
มากกว่า 3,500	96	24.0

เมื่อจำแนกรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มากกว่า 3,500 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป ร้อยละ 24.00 รองลงมาระหว่าง 3,001-3,500 เหรียญสหรัฐฯ ร้อยละ 19.3 และระหว่าง 2,001-2,500 เหรียญสหรัฐฯ ร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
9.ยานพาหนะในการเดินทาง		
แท็กซี่	67	16.8
รถประจำทาง	14	3.5
รถจักรยานยนต์	157	39.3
รถยนต์	40	10.0
รถตุ๊กตุ๊ก	9	2.3
รถไฟฟ้า	18	4.5
รถตู้	67	16.8
เดิน	16	4.0
รถทัวร์(บริษัททัวร์)	12	3.0
10. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยชองทางใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
อินสตาแกรม	136	34.0
ไลน์	30	7.5
เฟซบุค	41	10.3
ทวิตเตอร์	31	7.8
โทรทัศน์	11	2.8
แมกกาซีน	34	8.5
ทัวร์/บริษัทนำเที่ยว	59	14.8
เพื่อน/ญาติ/บุคคลอื่น ๆ	166	41.5
การออกบูธมวยไทย	21	5.3
เว็บไซต์	94	23.5
บล็อกเกอร์	18	4.5

สำหรับยานพาหนะในการเดินทางส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 39.30 รองลงมาใช้แท็กซี่และรถตู้ ร้อยละ 16.80 และใช้รถยนต์ ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยจาก เพื่อน/ญาติ/บุคคลอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ อินสตาแกรม ร้อยละ 34.00 และเว็บไซต์ ร้อยละ 23.50 ช่องทางที่พบน้อยที่สุด คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 2.80

ตารางที่ 4.6 ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทย (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
11. ที่พัก		
ค่ายมวย/ยิมมวย	66	16.5
เกสเฮาส์	38	9.5
ห้องเช่า	111	27.8
อพาร์ทเมนต์	41	10.3
โรงแรม	144	36.0

ในส่วนที่พักของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยส่วนใหญ่จะพักที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ ห้องเช่า ร้อยละ 27.80 และค่ายมวย/ยิมมวย ร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ข. ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย

ตารางที่ 4.7 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.เหตุผลที่ทำให้ท่านมาเรียนมวยไทย		
แข่งขัน	28	7.0
สุขภาพ/ออกกำลังกาย	101	25.3
ลดน้ำหนัก	65	16.3
ตื่นเต้น/ท้าทาย	34	8.5
ทำธุรกิจ	28	7.0
เพื่อเป็นนักมวยอาชีพ	12	3.0
เพื่อศึกษาวิถีชีวิต และภูมิปัญญาไทย	41	10.3
เพื่อทักษะชีวิต	16	4.0
เพื่อเอาชนะตนเอง	20	5.0
เพื่อป้องกันตัว	44	11.0
เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่	11	2.8
2.ประสบการณ์ในการเรียนมวยไทย		
ครั้งแรก	119	29.8
2 ครั้ง	63	15.8

ตารางที่ 4.7 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3 ครั้ง	99	27.8
4 ครั้ง	27	6.8
5 ครั้ง ขึ้นไป	92	23.0
3 .อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการฝึกมวย		
นวมมวย	400	100.00
ผ้าพันมือ	393	98.3
กางเกงมวย	191	47.8
น้ำมันมวย	146	36.5
วาสลีน	53	13.3
ฟันยาง	64	16.0
ชุดลดน้ำหนัก	95	23.8
แองเกิ้ลรัดข้อเท้า	137	34.3
เชือกกระโดด	158	39.5
4. เดือนที่ท่านเดินทางมาเรียนมวยไทย		
มกราคม	24	6.0
กุมภาพันธ์	100	25.0
มีนาคม	28	7.0
เมษายน	34	8.5
พฤษภาคม	28	7.0
มิถุนายน	23	5.8
กรกฎาคม	3	0.8
สิงหาคม	64	16.0
กันยายน	7	1.8
ตุลาคม	8	2.0
พฤศจิกายน	34	9.3
ธันวาคม	44	11.0

ตารางที่ 4.7 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
5. ระยะเวลาที่เรียนมวยไทย		
7 วัน	122	30.5
1 เดือน	113	28.3
3 เดือน	87	21.8
6 เดือน	38	9.5
6. กิจกรรมที่ท่านอยากเข้าร่วมระหว่างเรียนมวยไทย		
ไหว้ครูมวยไทยโลก	184	46.0
วันสงกรานต์	140	35.0
วันลอยกระทง	16	4.0
กิจกรรมท้องถิ่น	60	15.0
7. สถานที่ฝึกมวยไทยแบบใดที่ดึงดูดใจให้ท่านอยากมาเรียนกีฬาด้วยมวยไทยมากขึ้น		
การฝึกมวยไทยที่แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล หมู่เกาะ	156	39.0
การฝึกมวยไทยที่แหล่งท่องเที่ยว พุงนา ภูเขา น้ำตก	62	15.5
การฝึกมวยไทยและพาไปชมวัด	40	10.0
การฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน	136	34.0
การฝึกมวยไทยในค่ายมวยที่ทันสมัย มีห้องแอร์	6	1.5
8. ระหว่างการท่องเที่ยวคุณเลือกร้านอาหารเพื่อรับประทานอย่างไร		
	79	19.8
ตามคำแนะนำใน Social Media	69	17.3
ตามคำแนะนำของคนในพื้นที่	104	26.0
ตามความสะดวก (ใกล้กับที่พัก/ที่ฝึกมวย)	80	20.0
ตามคำแนะนำของคนรู้จักหรือคนที่เคยไปมาแล้ว	41	10.3
ร้านที่มีคนต่อแถวยาว	27	6.8
ร้านที่ไม่มีคนต่อแถวเยอะ		

ตารางที่ 4.7 ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยที่เรียนมวยไทย (ต่อ)

รายการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
9. ท่านมักทำกิจกรรมใดระหว่างการเดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย		
บริการนวด/สปา/กายภาพบำบัด	150	37.5
เที่ยวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล พังงา	198	49.5
เที่ยวชมโบราณสถาน/ศาสนสถาน	119	29.8
ไหว้พระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เสริมสิริมงคล	92	23.0
ถ่ายภาพ	167	41.8
ชมมวยไทยในสนามแข่งขันมวย	173	43.3
เที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน/พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน	157	39.9
เที่ยวชมสถานบันเทิงยามค่ำคืน	136	34.0
เที่ยวชมตลาดเก่า/ตลาดนัดชุมชนในพื้นที่	129	32.3
กิจกรรมปั่นเขา เดินป่า	179	44.8
กิจกรรมไหว้ครูมวยไทย	182	45.5

จากตารางที่ 4.7 พบว่า เหตุผลที่ทำให้มาเรียนมวยไทย ส่วนใหญ่มาเรียนเพื่อสุขภาพ/ออกกำลังกาย ร้อยละ 25.30 รองลงมาคือ ลดน้ำหนัก และเพื่อป้องกันตัว คิดเป็นร้อยละ 16.30 และร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

เมื่อสอบถามนักท่องเที่ยวในด้านประสบการณ์ในการเรียนมวยไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นมาเรียนมวยไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมา 3 ครั้ง และ 5 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.80 และ ร้อยละ 23.00 ตามลำดับ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกมวยมากที่สุด คือนวมมวย ร้อยละ 100 รองลงมาผ้าพันมือร้อยละ 98.30 และกางเกงมวย ร้อยละ 47.80 ตามลำดับ

ในส่วนช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางเรียนมวยไทยจะเป็นช่วงไฮซีซั่น คือ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ เดือนสิงหาคม และเดือนธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 16.00 และร้อยละ 11.00 ตามลำดับ ช่วงเดือนกรกฎาคม มีนักท่องเที่ยวมาเรียนมวยไทย เพียงร้อยละ 0.80

ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเรียนมวยไทยส่วนใหญ่จะเรียนในระยะเวลา 1 สัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ เรียนในระยะเวลา 1 เดือน ร้อยละ 28.3 และเรียนในระยะเวลา 3 เดือน ร้อยละ 21.8 และเรียนในระยะเวลา 6 เดือน เพียงร้อยละ 9.5

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยอยากเข้าร่วมระหว่างเรียนมวยไทยมากที่สุดคือ กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาคือวันสงกรานต์และกิจกรรมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

สถานที่ฝึกมวยไทยที่ดึงดูดใจให้อยากมาเรียนมวยไทยมากขึ้น คือ ฝึกมวยไทยที่แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล หมู่เกาะ ร้อยละ 39.00 รองลงมา คือ ฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน ร้อยละ 34.00 และฝึกมวยไทยที่แหล่งท่องเที่ยว พังนา ภูเขา น้ำตก ร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ระหว่างการท่องเที่ยวผู้มาเรียนมวยส่วนใหญ่เลือกร้านอาหารเพื่อรับประทานมากที่สุด คือ ตามความสะดวก (ใกล้กับที่พัก/ที่ฝึกมวย) ร้อยละ 26.00 รองลงมาตามคำแนะนำของครูฝึกหรือคนที่เคยไปมาแล้ว ร้อยละ 20.00 และตามคำแนะนำใน Social Media ร้อยละ 19.80 ตามลำดับ

กิจกรรมที่ทำในระหว่างที่เรียนมวยไทย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล พังนา คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยและกิจกรรมปีนเขา เดินป่า คิดเป็นร้อยละ 45.5 และ ร้อยละ 44.8 ตามลำดับ

ค. ความคิดเห็นเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวยไทย

ตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวยไทย

เมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวยไทยประโยคต่อไปนี้ ที่คุณเห็นด้วยมากที่สุด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย	67	16.8
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทาย	66	16.5
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเอาชนะผู้อื่น	48	12.0
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเอาชนะตนเอง	28	7.0
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม	50	12.5
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อแข่งขัน	17	4.3
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อรักษาโรคประจำตัว	46	12.3
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อป้องกันตัว	40	10.0
ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ	35	8.8

จากตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวยไทย พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย ร้อยละ 16.80 รองลงมา คือ ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทาย ร้อยละ 16.50 และต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทย

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และความงาม	159	39.8
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติที่น่าสนใจ/มีเรื่องราว	122	30.5
มีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์	163	40.8
อาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์	143	35.8
มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวครบครัน	178	44.5
มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์	170	42.5
มีวัด/เกจิอาจารย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้กราบไหว้	161	40.3
มีกิจกรรมเชิงเกษตร เช่น เรียนทำนาอินทรีย์ ตกหมึก เก็บผลไม้ในสวน เป็นต้น	175	43.8
มีสถาปัตยกรรม/บ้านเรือนที่สวยงาม	170	42.5
คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยดี	154	38.5
ความสงบของแหล่งท่องเที่ยว (ผู้คนไม่พลุกพล่าน)	147	36.8
วิวทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม	182	45.5
มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัด	185	46.3
มีสถานที่ท่องเที่ยวให้ทำกิจกรรมสันทนาการ/พักผ่อน เช่น สวน สนุก สวนน้ำ เป็นต้น	162	40.5
ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (การรีวิวจากที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว)	142	35.5
มีกิจกรรมกลางแจ้งที่หลากหลาย	153	38.3
มีกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ	155	38.8
เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีจุดอับของสัญญาณโทรศัพท์	130	32.5
มีโปรโมชั่นที่พักน่าสนใจ	170	42.5
มีโปรโมชั่นตัวเครื่องบินที่น่าสนใจ	156	39.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยมวยไทยส่วนใหญ่ คือ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 46.30 รองลงมา คือ มีวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวครบครัน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และร้อยละ 44.50 ตามลำดับ

จ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลผลักดันหรือกระตุ้นให้เดินทางมาเรียนมวยไทย

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางมาเรียนมวยไทย

ปัจจัยในที่มีอิทธิพลผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางมาเรียนมวยไทย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มวยไทยทำให้ได้ใช้เวลาอยู่เงียบๆคนเดียว	139	34.8
มวยไทยทำให้ได้รู้จักตัวเองมากขึ้น	167	41.8
มวยไทยทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ ๆ /วัฒนธรรมใหม่ ๆ	189	47.3
มวยไทยทำให้ได้พิสูจน์/ท้าทายตัวเอง	178	44.5
มวยไทยทำให้ได้มุมมองใหม่ ๆ ในชีวิต	133	33.3
มวยไทยทำให้ได้หลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากชีวิตปัจจุบัน	174	43.5
มวยไทยทำให้ได้เติมพลังให้กับชีวิต	170	42.5
มวยไทยได้ให้รางวัลกับชีวิต	171	42.8
มวยไทยทำให้ได้สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	172	43.0
มวยไทยทำให้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น	170	42.5
มวยไทยทำให้ได้รับความทรงจำที่ดีในชีวิต	155	38.8
มวยไทยทำให้ได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์	220	55.0
มวยไทยทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด	211	52.8
มวยไทยทำให้ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิต	154	38.5
มวยไทยทำให้ได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ ๆ	146	46.5

จากตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการผลักดันหรือกระตุ้นให้ผู้มาเรียนมวยอยากเดินทางมาเรียนมวยไทย พบว่า มวยไทยทำให้ได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ มวยไทยทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด และมวยไทยทำให้ได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 52.80 และร้อยละ 46.50 ตามลำดับ

ฉ. ผลลัพธ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดใจให้ท่านเข้าร่วมเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.11 ผลลัพธ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดใจให้ท่านเข้าร่วมเพิ่มขึ้น

ผลลัพธ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดใจให้ท่านเข้าร่วม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริการนำเที่ยวระหว่างฝึกมวยไทย	154	38.5
แพคเกจเสริมพาไปชมมวยไทย	158	39.5
ประกันสุขภาพระหว่างเรียนมวยไทย	176	44.0
แพคเกจเรียนมวยไทยและทดลองแข่งขัน	198	49.5
หลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง	175	43.8
หลักสูตรมวยไทยสำหรับเด็ก	150	37.5
หลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้สูงอายุ	137	34.3
หลักสูตรสำหรับวัดสมรรถนะด้านมวยไทย	179	44.8
หลักสูตรมวยโบราณ	122	30.5
หลักสูตรสร้างผลลัพธ์มวยไทย (มงคล ประเจียด ผ้าพันมือ)	170	42.5
แพคเกจเสริมเรียนไหว้ครูมวยไทย	152	38.0
แพคเกจถ่ายภาพและถ่ายวิดีโอ (ขณะฝึกซ้อมหรือแข่งขัน)	165	41.3
แพคเกจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ค่ายมวย	165	41.3
แพคเกจ Muaythai Training camp แคมป์	169	42.3
แพคเกจฝึกสมาธิด้วยมวยไทย	159	39.8

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผลลัพธ์ในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดใจให้ใจผู้มาเรียนมวยเข้าร่วมเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ แพคเกจเรียนมวยไทยและทดลองแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ หลักสูตรสำหรับวัดสมรรถนะด้านมวยไทย และประกันสุขภาพระหว่างเรียนมวยไทย คิดเป็นร้อยละ 44.80 และร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

จากการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้จัดการค่ายมวยไทยบัวขาวบัญชาเมฆ
- 2) โปรโมเตอร์มวยไทยเวทีมวยไทยลุมพินี
- 3) ตัวแทนผู้มาเรียนมวยไทยชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- 4) ผู้ทรงคุณวุฒิมวยไทย (ครูมวยไทย)
- 5) ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทย
- 6) นายกสมาคมมวยไทยไทยโบราณ
- 7) ประธานกรรมการตัดสินมวยไทยไฟท์
- 8) รองประธานกรรมการผู้จัดการบริษัทไทยไฟท์
- 9) โปรโมเตอร์มวยไทยช่อง 7 สี
- 10) นายกสมาคมครูมวยไทย
- 11) นายกสมาคมมวยไทยโบราณ
- 12) นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย
- 13) ผู้จัดการค่ายมวยไทยโซคซัยมวยไทยภูเก็ต
- 14) ประธานกรรมการบริษัท Tiger Muay Thai and MMA Training Camp
- 15) ผู้จัดการค่ายมวยไทย Topteam Muaythai
- 16) ผู้จัดการค่ายมวยศิษย์สองพี่น้องกรุงเทพมหานคร
- 17) ประธานกรรมการ ACE MUAYTHAI
- 18) ตัวแทนมัคคุเทศก์
- 19) Ammarin Executive Director of New Media
- 20) ครูผู้สอนมวยไทยในต่างประเทศ
- 21) ผู้จัดการค่ายมวยไทยมาสเตอร์ท๊อดดีเยี่ยม
- 22) บริษัทรีเจนท์มวยไทย
- 23) การท่องเที่ยวจังหวัด
- 24) บริษัท แม็กซ์ มวยไทย จำกัด
- 25) วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

จากการศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มีประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

คนที่	สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย	แนวโน้มกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย
1	ชาวต่างประเทศให้ความสนใจมวยไทยมาก จำนวนค่ายมวยไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในเมืองท่องเที่ยว มีกิจกรรมไหว้ครูที่น่าสนใจ	นักท่องเที่ยวชาวจีนมาแรงอันดับหนึ่ง รองมาชาวอินเดีย	- ศิลปะการต่อสู้มวยไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะ - มีค่ายมวยไทยที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ - มีนักมวยไทยที่มีชื่อเสียง - มีครูมวยไทยที่มีชื่อเสียง - มีสถาบันการศึกษาที่เปิดการจัดการเรียนการสอน	ธุรกิจมวยไทยระหว่างประเทศ	- ผลิตภัณฑ์มวยไทย เช่น หลักสูตรมวยไทย เพื่อสุขภาพ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความหลากหลายที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค - จัดทำราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ลด แลก จากแถมสินค้าและบริการ - On line, Off line
2	มวยไทยได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	ประเทศจีน ประเทศเคนย่า	- ธุรกิจมวยไทยขยายตัวเร็ว - การจัดการแข่งขันมวยไทยระดับโลก	การส่งออกครูมวยไทยไปประเทศจีน	การทำราคาให้เหมาะสมกับสินค้า มีความน่าเชื่อถือ
3	สถานที่ท่องเที่ยวมีค่ายมวยไทยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก	นักท่องเที่ยวชาวจีน	- ศิลปะการป้องกันตัวใช้ หมัด เท้า เข่า ศอก ที่ไม่มีศาสตร์ใดเทียบได้ - มีความเชื่อ ขนบธรรมเนียมที่น่าศึกษาค้นคว้า	- จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้านศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว - ธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ / Business Start up	- สร้างเครือข่ายธุรกิจ (partner) แบ่งปันกระจายรายได้ - เพิ่มแพคเกจสินค้าและบริการ

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย
4	ความนิยมออกกำลัง กายลดน้อยลงด้วย ศิลปะมวยไทย	นักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวอินเดีย	- ความนิยมมวยไทยที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น - นักมวยมีชื่อเสียงระดับโลก	การค้า การลงทุนระหว่างประเทศ	ร่วมมือประชาสัมพันธ์กับภาครัฐ
5	จำนวนผู้มาเข้าร่วม กิจกรรมไหว้ครูมวยไทย โลกมีจำนวนเพิ่มขึ้น	ชาวจีน ชาวยุโรป	- มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์ ได้รับความนิยม - มีค่ายมวยที่สามารถรองรับชาวต่างประเทศได้ จำนวนมาก - มีแนวปฏิบัติที่ดีงาม - มีวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น ไหว้ครู รำมวยไทย ไหว้ผู้ใหญ่	- นวัตกรรมมวยไทย - ธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและ บริการ - เครือข่ายมวยไทยทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น	คุณภาพต้องแตกต่าง กิจกรรมต้องแตกต่าง
6	มวยไทยได้รับความนิยม มากขึ้นทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ	ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีเครือข่ายมวยไทย 130 กว่าประเทศทั่วโลก - มีความพร้อมด้านการคมนาคม - มีค่ายมวยไทย 5,000 กว่าค่ายมวยทั่ว ประเทศ - ผลิตภัณฑ์มวยไทยมีความหลากหลาย เช่น หลักสูตรมวยไทยที่หลากหลาย	- มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวระดับโลก - การส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ - การกระจายรายได้ในเมืองรองโดยการ ขยายฐานการเรียนรู้มวยไทย	การพัฒนาสินค้าให้มีความแปลกใหม่ตรง ตามความต้องการลูกค้า

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว เชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย
7	ความนิยมมวยไทยมี มากขึ้น	ชาวจีน นิยมดูมวยไทย และให้ความสนใจมา เรียนมวยไทยจำนวน มากขึ้นเรื่อย ๆ	- มีหลักสูตรมวยไทยที่หลากหลาย - มีสนามแข่งขันมวยมีมาตรฐานและมีชื่อเสียง	- มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ - เครือข่ายมวยไทยทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น	ราคาต้องมีความเหมาะสมเพราะปัจจุบัน สามารถเช็คข้อมูลผ่านการรีวิว
8	มวยไทยตอบโจทย์การ ออกกำลังกาย	ชาวจีน ชาวยุโรป	- มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์ - ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง	- ธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและ บริการ	การทำแพ็คเกจเรียนรู้มวยไทย
9	มวยไทยสร้างความรัก และความเชื่อ	ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีความเป็นเอกลักษณ์ของศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่ ไม่มีชาติใดเทียบได้ - มีความพร้อมด้านการคมนาคม - ผลิตภัณฑ์มวยไทยมีความหลากหลาย เช่น หลักสูตร	- มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวระดับโลก - การกระจายรายได้ในเมืองรองโดยการ ขยายฐานการเรียนรู้มวยไทย	พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยว
10		ชาวจีน	- มีหลักสูตรมวยไทยที่หลากหลาย - มีสนามแข่งขันมวยมีมาตรฐานและมีชื่อเสียง - มีภาคเอกชนหันมาทำรายการจัดการแข่งขันมวยไทย - มีบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านมวยไทย - ครูมวยไทยมีความสามารถ	- มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ - เครือข่ายมวยไทยทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น - รายได้ที่จะเพิ่มขึ้นจากการทำธุรกิจมวย ไทย	เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ร่วมกับภาครัฐ

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาดการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้ มวยไทย
11		ชาวจีน	- มีมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนมวยไทย - มีการจัดการการแข่งขันมวยไทยอย่างสม่ำเสมอ	- ผลิตภัณฑ์มวยไทยระดับพรีเมียม - หลักสูตรการสอนมวยไทยระดับสากล	การพัฒนาผลิตภัณฑ์มวยไทยที่ หลากหลายสอดคล้องเอกลักษณ์
12		ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีสนามแข่งขันมวยไทยที่มีมาตรฐาน - มีนักกีฬาที่มีความสามารถ - มีค่ายมวยไทยจำนวนมาก - มีเครือข่ายมวยไทยทั้งในและต่างประเทศ	- ธุรกิจมวยไทย - รายได้จากการทำธุรกิจมวยไทยเข้า ประเทศจำนวนมาก	การประชาสัมพันธ์ต่างประเทศไปกับ ททท. สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์เน้น ทอดแทรกเรียนรู้วัฒนธรรม
13		ชาวจีน	- มีศิลปวัฒนธรรมมวยไทยที่น่าสนใจ - มีเรื่องราวความเป็นมาที่สามารถนำมาสร้างธุรกิจได้ - มีบุคคลที่มีชื่อเสียงด้านมวยไทย	- มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ - เครือข่ายมวยไทยทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น	จัดการแข่งขันมหกรรมมวยไทยระดับ โลก
14		ชาวจีน	- มีภาคเอกชนที่ความสนใจมวยไทยเพิ่มขึ้น - ชาวต่างประเทศมาเรียนมวยไทยจำนวนมาก	- การพัฒนาค่ายมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยว	- จัดทำหลักสูตรมวยไทยที่มีความ แตกต่าง - รายการชมมวยไทยที่มีความแตกต่าง
15		ชาวจีน	- มีบุคลากรที่มีความพร้อม - มีสถานที่ที่มีค่ายมวยไทยจำนวนมาก - มีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม	- กระจายรายได้ทั่วประเทศ - ขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังประเทศ แอฟริกา	การทำแพ็คเกจมวยไทยที่มีความ หลากหลายผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้ มวยไทย
16	กระแสการดูแลสุขภาพ	ชาวจีน ชาวยุโรป	- ความเป็นเอกลักษณ์ของไทยตั้งแต่อดีตที่ไม่มี ใครเทียบได้ - มวยไทยคือต้นตำหรับ	- การร่วมการจัดมหกรรมมวยไทยระดับโลก - การประกอบธุรกิจที่มีเอกลักษณ์ความ เป็นไทยจะดึงดูดลูกค้าได้มากกว่า	จัดทำผลิตภัณฑ์มวยไทยที่เหมาะสมกับ ตลาดเป้าหมาย
17		ชาวจีน นิยมดูมวยไทย และให้ความสนใจมา เรียนมวยไทยจำนวน มากขึ้นเรื่อย ๆ	- มีหลักสูตรมวยไทยที่ส่งเสริมสุขภาพและ สามารถสอนชาวต่างประเทศได้	- เกิดหน่วยงานดูแลมวยไทยแบบถูก กฎหมาย - การเลือกประกอบธุรกิจในทำเลที่ดีจะ สามารถสร้างเงินหมุนเวียนได้สูงและมี ลูกค้าประจำ	การส่งเสริมการตลาดควรทดลอง แจก สินค้าและบริการ
18		ชาวจีน ชาวยุโรป	- มวยไทยมีเอกลักษณ์ได้รับความนิยม ต่อเนื่อง - มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัฒนธรรมที่ โดดเด่น เช่น ไหว้ครู รำมวยไทย ไหว้ผู้ใหญ่	- ขยายมวยไทยไปยังทั่วโลก	การรวมกลุ่มธุรกิจมวยไทย
19		ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีเครือข่ายมวยไทย ทั่วโลก - ผลิตภัณฑ์มวยไทยมีความหลากหลาย	- เกิดธุรกิจ สร้างธุรกิจมวยไทยเพื่อ สุขภาพ - คอร์สเรียนมวยไทยเพื่อสุขภาพ	การทำตลาดโดยอาศัยเครือข่ายมวยไทย

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้ มวยไทย
20		ชาวจีน นิยมดูมวยไทย และให้ความสนใจมา เรียนมวยไทยจำนวน มากขึ้นเรื่อย ๆ	- มีหลักสูตรมวยไทยที่หลากหลาย - มีสนามแข่งขันมวยมีมาตรฐานและมีชื่อเสียง	- การทำงานของครูมวยไทยในต่างประเทศ - การอบรมครูผู้สอนมวยไทยไปต่างประเทศ	การนำเสนอข้อมูลที่เป็นเรื่องราว (Story Telling)
21		ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีนักมวยไทยที่มีชื่อเสียง - มีค่ายมวยไทยที่มีชาวต่างประเทศ - การเดินทางสะดวกสบายการเข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น	- รายได้จากการประกอบธุรกิจค่ายมวยไทย	ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการผ่าน Social Media
22	กระแสการดูแลสุขภาพ	ชาวจีน	- มีเครือข่ายมวยไทยทั่วโลก - มีสมาคมมวยไทย - มีผลิตภัณฑ์มวยไทยทำสนใจ - มีแหล่งผลิตอุปกรณ์มวยไทยส่งออกต่างประเทศ - มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวนมาก	- เกิดการสร้างธุรกิจมวยไทย - ศิลปะมวยไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลก	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทาง Social Media Load Show

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาด ท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้ มวยไทย
23	กระแสการดูแลสุขภาพ	ชาวจีน ชาวยุโรปนิยมมวยไทย อยู่ ไต้หวัน ฮองกง บราซิล	- มีทักษะและเทคนิคมวยไทยที่มีความโดดเด่น - มีค่ายมวยไทยจำนวนมาก - มีแหล่งท่องเที่ยวรองรับคนมาเรียนมวยไทย	- รายได้เข้าประเทศจากผู้เรียนมวยไทย มาชมมวยไทย - ชาวต่างประเทศมาเที่ยวและมาเรียน มวยไทยเกิดการพักนานขึ้นเกิดการจ่าย เพิ่มขึ้น - การร่วมลงทุนกับต่างประเทศ	สร้างผลิตภัณฑ์หลักสูตรมวยไทยที่ทำให้ ผู้มาเรียนพักอาศัยและใช้ระยะเวลานาน ขึ้น
24	ความนิยมของมวยไทย ทั้งในและต่างประเทศ มีการถ่ายทอดองค์ ความรู้ผ่านช่องทาง ต่างๆเพิ่มขึ้น	ชาวจีน ชาวยุโรป	- มีองค์ความรู้มวยไทย - มีภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา - มีศิลปวัฒนธรรมการไหว้ครูที่ดึงดูดชาว ต่างประเทศเข้าร่วม	- นโยบายส่งเสริมมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยวของประเทศไทย	การพัฒนาบุคลากรมวยไทย
25	ต่างประเทศให้ความ นิยมมวยไทยเป็นศิลปะ การต่อสู้ออกกำลังกายที่มี กระแสโด่งดังใน ปัจจุบัน	ชาวจีน ชาวยุโรป	มีองค์ความรู้มวยไทย 5 สาย มวยลพบุรี มวยโคราช มวยพระยาพิชัย มวย พลศึกษาและมวยไชยา - มีค่ายมวยที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ ประเทศไทยรองรับชาวต่างประเทศ	- การส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์มวย ไทยไปต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น	การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจมวยไทย

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

คนที่	สถานการณ์แนวโน้ม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้ มวยไทย	แนวโน้มกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมาย ใหม่	จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนาการตลาด การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้ มวยไทย
26	มวยไทยกลายเป็น ธุรกิจพันล้านเข้าสู่ ตลาดหลักทรัพย์	ชาวจีน ชาวไทย	- มีค่ายมวยจำนวนมาก - มีสนามแข่งขันมวย	- มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและบริการ - เครือข่ายมวยไทยทั่วโลกที่เพิ่มขึ้น - รายได้เข้าประเทศเพิ่มขึ้น - นักมวยไทยมีอาชีพ - เกิดการสร้างอาชีพ - เกิดการปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยว	จัดโปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยที่หลาย หลาย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากตารางการศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย สามารถสรุปประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

1. สถานการณ์แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสำรวจข้อมูล และการประชุมกลุ่มย่อยของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย พบว่า ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันศิลปะการต่อสู้ “มวยไทย” เป็นศิลปะการต่อสู้และเป็นวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทยที่ทำให้ผู้คนทั่วโลกให้ความสนใจอยากมาเรียนรู้ มาชม และทำธุรกิจมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวยุโรปยังมีความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง รองมาคือชาวอเมริกัน ชาวออสเตรเลีย และรวมไปถึงชาวเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีนที่กำลังให้ความสนใจมวยไทยเป็นอย่างมาก

เมื่อกระแสการหันมาใส่ใจสุขภาพตนเองมีจำนวนมากขึ้น ผู้ประกอบการก็ได้เริ่มคิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อให้สินค้าและบริการมีความหลากหลาย ครอบคลุมทุกไลฟ์สไตล์ เช่น การนำมวยไทยมาเป็นส่วนหนึ่งในสถานประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ เกิดการลงทุนธุรกิจด้านสุขภาพของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสังคมกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และคนส่วนใหญ่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

แนวโน้มกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

จากการศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว นายสนาม บริษัทนำเที่ยว โดยส่วนใหญ่ กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเป็นหนึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ด้านสุขภาพ จะต้องหันมาสนใจกับกลุ่มนี้ ด้วยปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังให้ความสนใจศิลปะการต่อสู้มวยไทยเป็นอย่างมาก ด้วยมวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวที่มีเสน่ห์ดึงดูด จนทำให้ชาวจีนซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกได้หันมานิยมเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ กลายเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประเภทหนึ่งที่ชาวจีนให้การยอมรับและให้ความสำคัญ มีนักธุรกิจชาวจีนจำนวนมากหันมาทำธุรกิจโดยนำศิลปะการต่อสู้มวยไทยไปประกอบการจัดทำธุรกิจ เช่น การทำธุรกิจค่ายมวยไทย การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อมาเรียนรู้มวยไทย การจัดทำธุรกิจแข่งขันชมมวยไทยในประเทศไทยและส่งสัญญาณไปยังประเทศจีน และการจัดทำธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เป็นต้น ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 ชาวจีนที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย จำนวน 400 คน ณ โรงแรมเอราวัณ
กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.2 ชาวจีนที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย จำนวน 400 คน ณ โรงแรมเอราวัณ
กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 27 พฤศจิกายน 2561
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากภาพประกอบข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ชาวจีนให้ความสนใจและชื่นชอบมวยไทยเป็นอย่างมาก เพราะมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ประเภทหนึ่งที่ชาวจีนและคนทั่วโลกกำลังให้ความสนใจและชื่นชอบ เป็นศิลปะการต่อสู้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยการใช้ทักษะ หมัด เท้า เข่า และศอก หรือที่เรียกกันว่า “นวอาวุธ” ผสมผสานศิลปวัฒนธรรมไทย และทรงพลังมากกว่าศาสตร์การต่อสู้ด้านอื่น ๆ ลีลาที่สวยงามของท่าแม่ไม้มวยไทย ที่มีความดั้งเดิมและแฝงด้วยความรุนแรง ผสมกับการส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ผ่านตัวนักชกมวยไทยที่มีชื่อเสียง มีฝีมือในการชกยอดเยี่ยม ได้รับชัยชนะจนกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เช่น บัวขาว บัญชาเมฆ แสนชัย พี เค แสนชัยมวยไทยยิม และนักแสดงภาพยนตร์ชื่อดังที่ไปสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย โดยการนำศิลปะการต่อสู้มวยไทยไปประกอบการแสดงภาพยนตร์ คือ คุณจากนม ยีรัมย์ หรือผู้คนส่วนมากจะรู้จักในนาม “โทนี่ จา” พวกเขาเหล่านี้เปรียบเสมือนอีกหนึ่งแม่เหล็กที่ดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีนหรือแม่กระทั่งนักท่องเที่ยวทั่วโลกหันมาสนใจศิลปะการต่อสู้มวยไทย ผ่านการชกมวยไทย การแสดงต่างๆ จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางการประชาสัมพันธ์มวยไทยให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลกและส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวหันมาเรียนรู้มวยไทยจำนวนมากในปัจจุบัน กระแสความนิยมเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่งผลให้เกิดการสร้างธุรกิจค่ายมวยไทยกระจายในแต่และภูมิภาคของประเทศไทยโดยเฉพาะในพื้นที่ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังภาพต่อไป



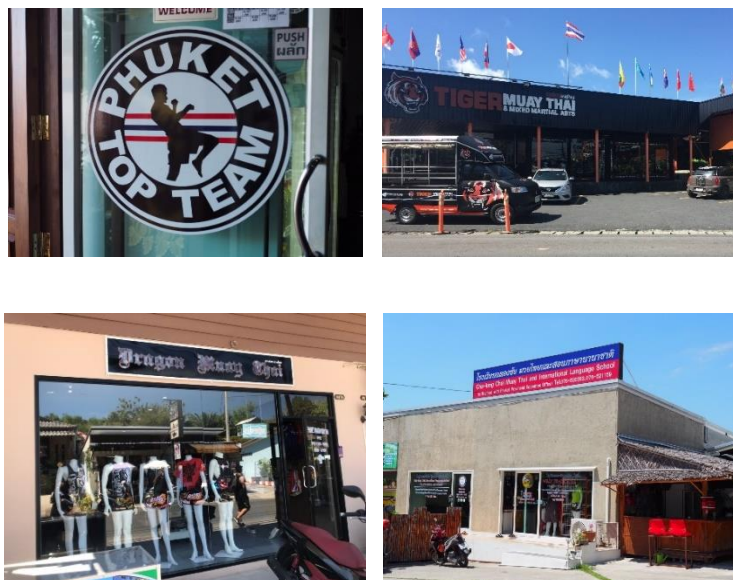
ภาพที่ 4.3 ชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย

ในชายหาดตอนเช้า ณ จังหวัดภูเก็ต

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

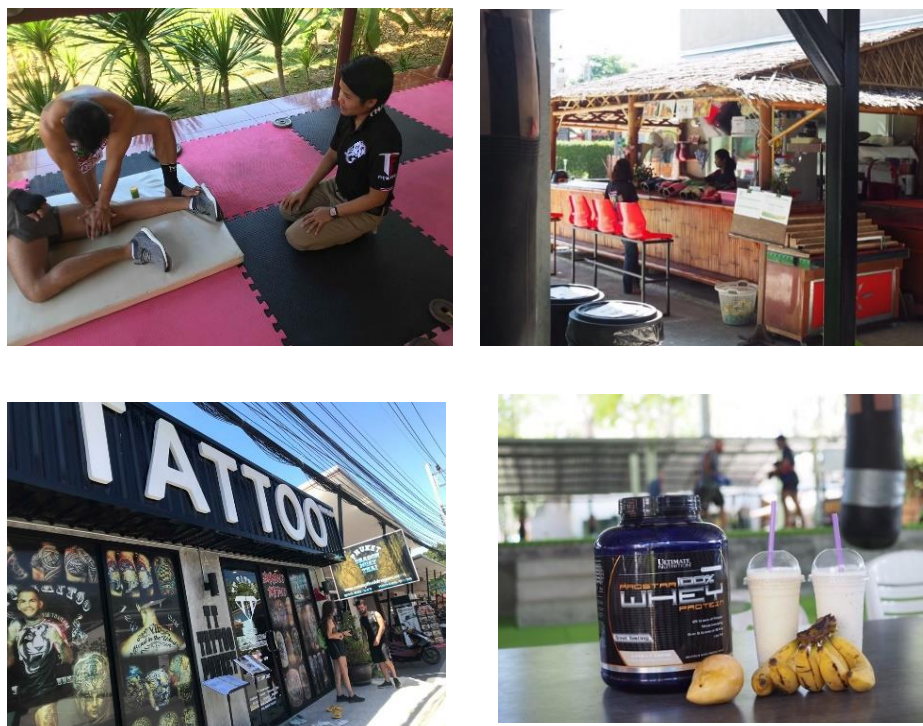
จากภาพดังกล่าวจะเห็นว่า ธุรกิจค้ามวยไทยได้ใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวในเกือบทุกภูมิภาคของประเทศไทย เช่น ภาคใต้ โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต่างกล่าวว่า ชาวต่างประเทศและรวมไปถึงชาวไทยส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตเพราะจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เช่น มีทะเลที่สวยงาม มีชายหาดที่สวยงาม ผู้คนจึงหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวตามเกาะต่างๆ เพื่อมาพักผ่อน หรือดำน้ำดูปะการัง ชมความงามของโลกใต้ท้องทะเล ภาคใต้เป็นพื้นที่ของโลกใต้ทะเล และนอกจากนี้ยังมีศิลปวัฒนธรรมหรือประเพณีต่างๆ มีความเป็นเอกลักษณ์แบบผสมผสาน เช่น การออกแบบตึกชิโนโปรตุกีส อีกทั้งเรื่องอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเรียกได้ว่าเหมาะสำหรับการเที่ยว ไม่ว่าจะแหล่งช้อปปิ้ง ที่ท่องเที่ยวสำหรับนักผจญภัย เช่น น้ำตก ทะเล จุดชมวิว พิชิตถ้ำ เป็นต้น อีกทั้งแหล่งเที่ยวกลางคืน ถนนบางลา ป่าตอง หรือ ร้านนั่งฟังเพลง ๆ กลางคืน ก็มีให้เลือกเป็นจำนวนมาก

การศึกษาในครั้งนี้ขอยกตัวอย่างพื้นที่ในจังหวัดภูเก็ต เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวและเรียนมวยไทย จากการสัมภาษณ์ข้อมูลผู้ประกอบการและผู้มาเรียนมวยไทยในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่กล่าวว่า ภูเก็ตเป็น “เมืองมวย” เพราะมีชาวต่างประเทศมาเรียนเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในซอยตาเอียด ตำบลฉลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จากการสัมภาษณ์ข้อมูล พบว่า เมื่อประมาณ 15 ปีที่แล้ว ซอยตาเอียดเป็นซอยเปลี่ยว เงียบ เมื่อถึงเวลากลางคืนจะไม่ค่อยมีใครสัญจรยานพาหนะเข้ามาในซอย เพราะเป็นซอยที่มีสวนยางพาราที่หนาทึบและไม่มีไฟฟ้านำแสงสว่าง แต่หลังจากมีผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจค้ามวยไทย นำมวยไทยมาพัฒนาเป็นธุรกิจนี้ในซอยแห่งนี้ ซอยตาเอียดก็กลับกลายเป็นสวรรค์ของคนทำมวยไทย เมื่อค่ายไทเกอร์ซึ่งเป็นค่ายแรก ๆ ที่เปิดกิจการธุรกิจค้ามวยไทย มีการทำการตลาดและสื่อสารที่ดี ทำให้คนต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาเรียนมวยในบริเวณนี้เป็นจำนวนมากและกลายเป็นการตามมาลงทุนค่ายมวยภายในบริเวณซอยตาเอียดอย่างมากมาย จากที่ดินที่มีคุณค่าเพียงแค่การปลูกยางพารา วันนี้อยากกลายเป็นที่ดินที่มีมูลค่าสูงสุดในย่านแห่งนี้



ภาพที่ 4.4 ค่ายมวยไทย ในซอยตาเอียด ตำบลฉลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

ค่ายมวยไทยจำนวนมากกว่า 10 ค่าย ในซอยตาเอียด ตำบลฉลอง อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต มีผู้มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยในซอยแห่งนี้ไม่ต่ำกว่าวันละ 1,000 คน ยกตัวอย่าง เช่น ไทเกอร์มวยไทย ภูเก็ตที่อูปทีมมวยไทย ดราก้อนมวยไทย โชคชัยมวยไทย และทีแอนด์มวยไทย เป็นต้น และยังมีธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) หรือ ธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในซอยตาเอียดอีกจำนวนมาก เช่น ที่พัก อพาร์ทเมนต์ ศูนย์ศิลปะการต่อสู้แบบผสม (MMA) ศูนย์ต้อนรับนักท่องเที่ยว ศูนย์ออกกำลังกายและยิมทุกประเภท สปาเพื่อสุขภาพและการพักผ่อน ศูนย์คำแนะนำลดน้ำหนัก คำแนะนำการวางแผนทางโภชนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์โยคะ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ บาร์น้ำผลไม้ ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ห้องซาวน่า การนวดไทย บริการทันตกรรม ร้านจำหน่ายอุปกรณ์กีฬามวยไทย รวมไปถึงร้านซักผ้า และร้านสเกิร์ต เป็นต้น ดังภาพที่นำเสนอต่อไปนี้



ภาพที่ 4.5 ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ที่ตามมากับธุรกิจค่ายมวยไทย ณ จังหวัดภูเก็ต
ที่มา : ผู้วิจัย (2562)

มวยไทยกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพและการออกกำลังกายชั้นนำของโลกและมีสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองสำหรับผู้ชื่นชอบสุขภาพได้อย่างหลากหลาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบางส่วนเลือกจะอยู่ในประเทศไทยนานขึ้น เพื่อลงเรียนในคอร์สศิลปะแม่ไม้มวยไทย ในฐานะศิลปะป้องกันตัว ซึ่งในอีกทางหนึ่ง จัดเป็นการยกระดับให้มวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวในระดับสากลที่ทั่วโลกให้การยอมรับ

จุดแข็ง

จากการศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง พบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่สำคัญ ดังนี้

1. ประเทศไทยมีศิลปะมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ของชาติไทยที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

มวยไทยนั้นเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย สะท้อนให้เห็น วิถีชีวิตของคนไทย ความกล้าหาญ ความเสียสละ เพื่อประเทศชาติบ้านเมือง เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสืบทอดกันมาช้านานตั้งแต่สมัยโบราณ มวยไทยกลายเป็นหนึ่งช่องทางในการ

ออกกำลังเพื่อสุขภาพของทุกเพศทุกวัย ซึ่งพฤติกรรมคนในยุคปัจจุบัน นิยมการออกกำลังกาย ผู้คนต่างรักสุขภาพตนเองกันมากขึ้น จะเห็นได้ว่ามีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการทำกิจกรรมทำในยามว่าง ทั้งในวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ โดยส่วนมากจะนิยมทำกิจกรรมประเภทกีฬาที่แตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้หนึ่งในกีฬาที่เรียกได้ว่าได้รับความสนใจและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก คือ กีฬามวยไทย จึงได้เป็นกีฬาหนึ่งในทางเลือกยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะเยาวชนรุ่นใหม่ อาจกล่าวได้ว่า มวยไทยเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมค่อนข้างมาก เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

นอกจากนี้การศึกษาข้อมูลยังพบว่า ผู้หญิงหันมานิยมออกกำลังกายและเรียนรู้มวยไทยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามแนวโน้มความนิยมในกีฬามวยไทยคาดว่าจะมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. ธุรกิจค่ายมวยไทยได้กระจายไปตามแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และพัทยา ยกตัวอย่างในจังหวัดภูเก็ต มีค่ายมวยไทยจำนวนมากที่เปิดให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ไทเกอร์มวยไทย (Tiger Muaythai) ดราก้อนมวยไทย (Dragon Muaythai) ภูเก็ตท็อปทีม (Phuket Top Team) และโชคชัยมวยไทย (Chockchai Muaythai) เป็นต้น ซึ่งโดยเฉพาะค่ายมวยไทเกอร์ นั้นสามารถรองรับผู้มาเรียนมวยไทยในแต่ละวันได้ ถึงวันละ 400 คน เป็นต้น

3. ปัจจุบันทั่วประเทศมีค่ายมวยที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง จำนวน 5,100 ค่าย จำแนกเป็นค่ายมวยที่ดำเนินการเปิดสอนจำนวนทั้งสิ้น 1,762 ค่าย เป็นค่ายมวยมาตรฐานที่พร้อมรับทัวร์จำนวน 443 ค่าย กระจายตัวอยู่ในภาคกลาง 75 ค่าย ภาคเหนือ 116 ค่าย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 147 ค่าย และภาคใต้ 115 ค่ายสำหรับค่ายมวยไทย ในต่างประเทศนั้น มีการสำรวจจากสถานกงสุลใหญ่ และสถานเอกอัครราชทูตไทย กระทรวงการต่างประเทศพบว่า มีค่ายมวยไทยจำนวน 3,869 แห่ง กระจายอยู่ใน 36 ประเทศ โดย 5 ประเทศที่มีสถานที่สอนมวยไทยมากที่สุด คือ บราซิล 1,631 แห่ง อิหร่าน 650 แห่ง อินเดีย 256 แห่ง โมร็อกโก 220 แห่ง และสหรัฐอเมริกา (เฉพาะรัฐแคลิฟอร์เนีย เนวาดา และอิลลินอยส์ 190 แห่ง)

4. ธุรกิจเวทีมวยแข่งขันมวยไทยระดับมาตรฐาน

ประเทศไทยมีเวทีมวยมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ดำเนินการจัดการแข่งขันอยู่เป็นประจำและสนามแข่งขันมวยแบบสัญจร มีมาตรฐานระดับสากล ดำเนินการจัดการแข่งขันชกอยู่เป็นประจำ ตั้งแต่วันจันทร์-วันอาทิตย์ มีดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงโปรแกรมการแข่งขันชมมวยสำหรับเวทีมวยมาตรฐานตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์

วัน	เวที	เวลา	ถ่ายทอดสด
จันทร์	เวทีมวยราชดำเนิน	18.30น.	-
อังคาร	เวทีมวยลุมพินี (รามอินทรา)	18.30น.	-
พุธ	เวทีมวยราชดำเนิน	18.30น.	-
พฤหัสบดี	เวทีมวยราชดำเนิน	18.30น.	ช่อง 3SD
ศุกร์	เวทีมวยลุมพินี (รามอินทรา)	18.00 – 20.00 น.	True4u
เสาร์	1. เวทีมวยสยามอ้อมน้อย 2. เวทีมวยลุมพินี (รามอินทรา)	1. 12.15-16.00 น. 2. 18.00-20.00 น.	1. ช่อง 3 2. เนชั่น 22
อาทิตย์	1.เวทีมวยบรูอารีน่า 2. เวทีมวยช่อง 7 สี 3. เวทีมวยอ.ต.ก. จ.นนทบุรี 4. เวทีมวยราชดำเนิน	1. 12.30-14.30 น. 2. 14.15-16.15 น. 3. 18.20-21.50 น. 4. 18.30 น.	1.ช่อง3SD 2. ช่อง 7 3. อมรินทร์34

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นถึงเวทีมวยที่มีโปรแกรมการชกอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ และนอกจากตารางดังกล่าวแล้ว ยังมีอีกหลายเวทีที่มีการดำเนินการจัดการแข่งขันชมมวยไทยและออกอากาศผ่านช่องทางโทรทัศน์ ดังนี้

1. ช่อง 5HD ทั้งหมด 1 รายการ คือ ศิกมวยไทย ททบ.5 จากเวทีมวย รัชสิด ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.40 – 18.00 น.
2. ช่อง ไบรท์ ทวี (20) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ ศิกยอคมวยไทยทานตะวัน ทุกวันศุกร์ เวลา 20.45 – 22.45 น.
3. ช่อง เนชั่น (22) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ ศิกมวยไทยเกียรติเพชร ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 18.20 – 20.15 น.
4. ช่อง Work point (23) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ ศิก WP BOXING ทุกวันเสาร์ เดือนละครั้ง ช่วงกลางเดือน เวลา 14.30 – 16.45 น.
5. ช่อง TRUE4U (24) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ ศิกมวยมันส์ วันศุกร์ จากเวทีมวย รัชสิด ทุกวันศุกร์ เวลา 18.00 – 20.00 น.

6. ช่อง NOW (26) มีทั้งหมด 5 รายการ ล้วนแล้วแข่งขันที่สนามมวย MAX สเตเดียม พัทยา จ.ชลบุรี คือ คิกมวยไทย ไฟต์เตอร์ ทุกวันจันทร์ – อังคาร เวลา 18.20 – 20.15 น. คิกเดอะ โกลเบิล ไฟต์ แชมป์เปียน ชาเลนจ์ ทุกวันพุธ – พฤหัสบดี เวลา 18.20 – 20.15 น. คิกมวยไทย มวยไทยแบบเทิล คิกค่ายชนค่ายทุกวันศุกร์ เวลา 18.00 – 20.00 น. คิกเดอะแชมป์เปียน มวยไทยตัดเชือก ทุกวันเสาร์ เวลา 19.20 – 22.00 น. และคิก 26 MAX มวยไทยทุกวันอาทิตย์ เวลา 19.20 – 22.00 น.

7. ช่อง 8 (27) มีทั้งหมด 1 รายการ คือคิกมวยไทย ซูเปอร์แชมป์จากสนามริมแม่น้ำเจ้าพระยา กรุงเทพฯ ทุกวันอาทิตย์ เวลา 19.20 – 21.50 น.

8. ช่อง 3SD (28) มีทั้งหมด 3 รายการ คือ คิกมวยไทยเวทีราชดำเนิน ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.30 – 22.30 น. คิกมวยดี วิถีไทย จากเวทีมวย รังสิต ทุกวันอาทิตย์ เวลา 12.00 – 14.00 น. และ ไทยไฟท์ มวยไทยบันเทิง ทุกวันเสาร์สุดท้ายของเดือน เวลา 20.00 – 22.00 น.

9. ช่อง MCOT HD (30) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ คิกลุมพินี TKO จากสนามมวย ลุมพินี ถ.รามอินทรา กม.2 ทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 – 18.00 น.

10. ช่อง ONE (31) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ MX MUAY XTREME จากเวทีมวยดิคแกรมมี โอโตกทุกวันศุกร์ เวลา 20.45 – 22.45 น.

11. ช่อง ไทยรัฐทีวี (32) มีทั้งหมด 2 รายการ คือ The Hero Champion Challenge จากสนามมวย Max สเตเดียม พัทยา ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 16.00 – 18.00 น. และคิกไฮไลท์ ONE CHAMPIONSHIP ทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 22.30 – 00.00 น.

12. ช่อง 3HD (33) มีทั้งหมด 2 รายการ คือ คิกจ้าวมวยไทย จาก เวทีมวยสยามอ้อมน้อย อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร ทุกวันเสาร์ เวลา 12.15 – 14.00 น. และไทยไฟท์ มวยไทยบันเทิงทุกวันเสาร์สุดท้ายของเดือน เวลา 18.20 – 20.00 น.

13. ช่อง 7HD (35) มีทั้งหมด 1 รายการ คือ มวยไทย 7 สี จากเวทีมวยช่อง 7HD ซอยพหลโยธิน 18/1 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 14.30 – 16.30 น.

5. มีนักมวยที่มีฝีมือและมีชื่อเสียงระดับโลก

ประเทศไทยมีนักมวยที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก ขึ้นชกในเวทีมวยสำคัญอยู่ตลอดเวลา เป็นถึงแชมป์เวทีระดับประเทศ อาทิ แชมป์เวทีมวยช่อง 7 สี เวทีมวยสยามอ้อมน้อย เวทีมวยราชดำเนิน เวทีมวยลุมพินี เวทีมวยไทยไฟท์ เป็นต้น มีนักมวย และนักแสดงระดับโลกที่สร้างชื่อเสียงให้กับมวยไทย เช่น บัวขาว บัญชาเมฆ แสนชัย พี.เค.แสนชัยมวยไทยยิม จา พนม ยีรัมย์ และ ศรีสเกษ นครหลวงโปรโมชั่น

6. มีวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เปิดการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรมวยไทยระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ที่มีองค์ความรู้ด้านศิลปะการต่อสู้มวยไทย ทั้งที่เป็นผลงานทางวิชาการ และงานวิจัย อีกทั้งสนับสนุน ศึกษาข้อมูลและทำวิจัยเพื่อพัฒนามวยไทยในหลากหลายมิติ

7. มีพิธีไหว้ครูมวยไทยโลก โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักมวยไทยชาวต่างประเทศได้ เข้าใจและเห็นความสำคัญของพิธีไหว้ครู และตระหนักว่า “ครั้งหนึ่งในชีวิตการเรียนมวยไทย ต้อง มาร่วมพิธีไหว้ครู ที่ประเทศไทย” โดยมีกำหนดวัดจัดขึ้นในวันที่ 17 มีนาคม ของทุกปี ณ บริเวณวัด มหาธาตุ วัดหลังคาขาว และวัดหลังคาคำ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

8. มีประเทศสมาชิกเครือข่ายมวยไทย มากกว่า 160 ประเทศทั่วโลก

9. มีแหล่งท่องเที่ยวรองรับผู้มาเรียนมวยไทย เช่น ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ชายหาด น้ำตก ภูเขา อุทยานธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ศักยภาพด้านบุคลากรมวยไทย

ปัจจุบันมีการขึ้นทะเบียนบุคคลในวงการกีฬามวย ตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 ข้อมูล ณ ปีงบประมาณ 2562 สำนักงานคณะกรรมการมวย การกีฬาแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยรวบรวมข้อมูลบุคคลทั่วภูมิภาคของประเทศไทย ดังนี้

- 1) นักมวยไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปที่ได้รับการขึ้นทะเบียน จำนวน 12,875 คน
- 2) หัวหน้าค่ายมวยไทย จำนวน 5,189 คน
- 3) ผู้ฝึกสอนมวยไทย จำนวน 1,679 คน
- 4) ผู้ตัดสิน จำนวน 2,043 คน
- 5) ผู้จัดการรายการแข่งขันมวย จำนวน 3,616 คน
- 6) ผู้จัดการมวยไทย จำนวน 1,443 คน
- 7) นายสนามมวย จำนวน 42 คน
- 8) อดีตนักมวย จำนวน 1,978 คน
- 9) จัดตั้งสนามมวย จำนวน 40 คน

นอกจากบุคคลในวงการกีฬามวย ตามพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 ยังมีแชมป์มวย อีกหลายท่านที่สำคัญ มีชื่อเสียง มีความสามารถ ทักษะเป็นเลิศ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา เรียนมวยไทย มาชมมวยไทย เช่น บัวขาว บัญชาเมฆ

บัวขาว บัญชาเมฆ

บัวขาว บัญชาเมฆ หรือ ร้อยตรี สมบัติ บัญชาเมฆ เกิดเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2525 เป็นนักมวยไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในวงการการต่อสู้ระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปยุโรปและประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมอย่างยิ่งโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวยุโรป บัวขาวอดีตนั้นเคยเป็นนักมวยไทยสังกัดค่ายมวย ป.ประมุข พิกัดน้ำหนัก 70 กิโลกรัม จัดเป็นหนึ่งในนักกีฬาอาชีพไทย ที่สามารถทำรายได้สูงมาก รายได้ส่วนใหญ่มาจากการชกมวยไทย โชว์ศิลปะมวยไทยที่ต่างประเทศ มีผลงานการแสดงในภาพยนตร์ไทยอยู่หลายเรื่อง เช่น ซามูไร โอโยธยา

ใน พ.ศ. 2554 ได้เข้าร่วมแข่งขันในรายการไทยไฟต์ ที่และเป็นแชมป์ของการแข่งขัน นอกจากแชมป์ไทไฟท์ บัวขาว บัญชาเมฆ มีเกียรติประวัติผลงานที่ได้รับ ดังนี้

- 1) ปี 2544 แชมป์ประเทศไทย รุ่นเฟเธอร์เวท (ที่สนามมวยลุมพินี)
- 2) ปี 2004 และ 2006 แชมป์ K-1 World MAX champion เข้าชิงรอบสุดท้ายถึง 5 ครั้ง ได้แชมป์ 2 สมัย
- 3) ปี 2553 แชมป์ 2010 Shoot Boxing S-Cup World champion คนไทยคนแรก และคนเดียวในประเทศไทย
- 4) ปี 2549, 2552, 2554, 2557 แชมป์สภามวยไทยโลก ในพระบรมราชูปถัมภ์ WMC World champion
- 5) ปี 2557 แชมป์ สภามวยโลก WBC Muaythai Diamond World Championship
- 6) แชมป์ ไหว้ครูมวยไทยสวยงาม สนามมวยลุมพินี ปี 2545
- 7) ปี 2554, 2555 ถ้วยพระราชทาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว แชมป์มวยไทยไฟท์
- 8) ปี 2555 ถ้วยพระราชทาน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รางวัลนักกีฬาอาชีพดีเด่น
- 9) ปี 2557 ถ้วยพระราชทาน กษัตริย์อัลแบร์ตที่ 2 แห่งโมนาโก แชมป์ “มอนติคาโล ไฟต์ติง มาสเตอร์”

ศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์มวยไทย

จากการศึกษา พบว่า มีผลิตภัณฑ์มวยไทยมีความหลากหลายสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ดังนี้
 - 1.1 หลักสูตรครุศาสตร์บัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษาและพลศึกษา
 - 1.2 หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชามวยไทย
 - 1.3 หลักสูตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชามวยไทยศึกษา
 - 1.4 หลักสูตรมวยไทยเพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย

- 1.5 หลักสูตรมวยไทยเพื่อประกอบอาชีพ
- 1.6 หลักสูตรมวยไทยเพื่อป้องกันตัว
- 1.7 หลักสูตรมวยไทยเพื่อการกีฬา
- 1.8 หลักสูตรมวยไทยเพื่อการประยุกต์ใช้ในงานรักษาความปลอดภัย
- 1.9 หลักสูตรมวยไทยเพื่อศิลปะการแสดง
- 1.10 หลักสูตรมวยไทยโบราณ
- 1.11 หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก
- 1.12 หลักสูตรมวยไทยเพื่อประกอบธุรกิจค่ายมวย
- 1.13 หลักสูตรผู้ตัดสินมวยไทย
- 1.14 หลักสูตรครูผู้ฝึกสอนมวยไทย

โอกาสการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทย (Opportunities)

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในครั้งนี้ค้นพบว่าประเทศไทยมีโอกาสในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย สามารถสรุปประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

- 1) ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 2) โอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในด้านความสวยงามของภูมิประเทศและความน่าสนใจของวัฒนธรรม จึงเป็นโอกาส สำหรับการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและการบริการ
- 3) การพัฒนานวัตกรรมมวยไทยเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่
- 4) การส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยไปยังต่างประเทศ เช่น ครูผู้สอนมวยไทย การแสดงศิลปะการต่อสู้มวยไทย การจัดการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เป็นต้น
- 5) การทำตลาดประชาสัมพันธ์มวยไทยเชิงรุก
- 6) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในการเรียนรู้มวยไทย เช่น ออกบูธ และแสดง Road Show Muaythai แบบเชิงรุกในต่างประเทศ
- 7) พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้มวยไทยให้มีความหลากหลายและบูรณาการกับภูมิปัญญาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น พัฒนาหลักสูตรเรียนรู้มวยไทย 4 ภาค โดยขยายเวลาเรียนให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้มวยไทยได้พำนักที่ประเทศไทยนานขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเดิมและขยายฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่
- 8) การจัดโปรแกรมมวยไทยไปประกอบการกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- 9) พัฒนาคู่มือเรียนรู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยว
- 10) จัดทำธุรกิจค่ายมวยไทยในต่างประเทศ
- 11) จัดสัมมนามวยไทยในต่างประเทศ
- 12) หลักสูตรผู้ฝึกสอนมวยไทย
- 13) พัฒนาอุปกรณ์มวยไทยเพื่อสุขภาพผู้เรียน

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย พบว่า มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติที่พัฒนาการเป็นกีฬาของโลกและเป็นสิ่งที่ทรงคุณค่า ต่อบุคคลและสังคมโดยรวมทั้งภายในและต่างประเทศ มวยไทยสำคัญต่อบุคคล บุคคลที่ฝึกมวยไทยจะมีเกิดการพัฒนาร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจและสติปัญญา สามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และมีความสำคัญต่อชุมชนและสังคมด้วยเช่นกัน ดังผลของการศึกษาต่อไปนี้

จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันชาวต่างประเทศหันมาเรียนมวยไทยเพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ที่มาเรียนรู้มวยไทยเข้าใจวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีของไทย ดังนั้นมวยไทยจึงเป็นมรดกของชาวโลกที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทย เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างอาชีพ สร้างงาน และสร้างรายได้ ตลอดจนมีส่วนร่วมสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับการพัฒนาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ด้านการกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้วงการกีฬาทั้งภายในและภายนอกประเทศมีการปรับตัวที่มุ่งเน้นกีฬาเชิงเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น มีการแข่งขันทั้งในมิติของผลการแข่งขัน และมิติที่เกิดขึ้นจากธุรกิจต่อเนื่องที่นำไปสู่แนวทางการกีฬาที่มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ และการขยายฐานการตลาดเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งรัฐบาลกำหนดให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนาประเทศ โดยการสนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นรวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งภูมิปัญญาไทยที่รัฐบาลส่งเสริมสืบเนื่องจากความนิยมของชาวต่างประเทศ ได้แก่ มวยไทย จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวคิดการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ

นอกจากการค้นพบที่กล่าวมาแล้วนั้นยังพบอีกว่า กระแสความนิยมมวยไทยของชาวต่างประเทศถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลกในมิติด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาค่ายมวยไทย จึงเป็น

การตอบสนองต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสนองต่อนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐโดยตรง โดยมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุน อนุรักษ์และเผยแพร่มวยไทยอันเป็นเอกลักษณ์ของชาติให้คงอยู่คู่กับประเทศไทย เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของกีฬามวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว นับว่าเป็นกีฬาอีกชนิดหนึ่งที่มีศักยภาพในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา อีกทั้งลักษณะของกีฬานี้ยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งในประการของการท่องเที่ยวกลุ่มขนาดเล็กและประการในการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับความเป็นท้องถิ่นการผนวกการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยไทยเข้ากับกิจการท่องเที่ยวชนิดอื่น ๆ มีความเป็นไปได้ค่อนข้างสูงและสามารถทำได้ในรูปแบบต่างๆที่มีความหลากหลาย มวยไทยเป็นทั้งวัฒนธรรมและการกีฬา ในแง่วัฒนธรรมซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว มีความสวยงาม มีประวัติความเป็นมา มีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งเป็นภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น เป็นสื่อวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ไทยในสายตาชาวโลก ที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมธรรมชาติและประสบการณ์ท้องถิ่น (ประสบการณ์ในท้องถิ่น) ถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมจะใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก เป็นธรรมาในการสร้างรายได้ผ่านการผสมผสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งในประเทศอย่างเป็นองค์รวมพร้อมทั้งสร้างสมดุลในทุกมิติไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างตลาด พื้นที่ท่องเที่ยวฤดูกาลเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังคงสามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาวเป็นนโยบายเชิงรุก เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ได้หลากหลาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มวยไทย มีทั้งกลุ่มที่มาเรียนเพื่อเป็นนักกีฬา เพื่อสุขภาพและการออกกำลังกาย เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมไทย เพื่อกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสุนทรียศาสตร์ทางด้านดนตรี เป็นต้น

จากเหตุดังกล่าวจึงนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีท้องถิ่น ซึ่งคณะผู้วิจัยหมายถึง การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม ให้มีกิจกรรมหลากหลายมากขึ้น เพื่อดึงดูดใจและสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มากขึ้น คณะผู้วิจัยมีประเด็นคำถามวิจัยหลักว่า “รูปแบบการจัดการโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศควรเป็นอย่างไร โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ข้อมูลจากการศึกษาในพื้นที่พบว่าธุรกิจค่ายมวย ผู้ประกอบการ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมีรูปแบบการเพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวด้วยมิติที่หลากหลายดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงสังคมด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยเชื่อมโยงมิติทางด้านชีวิตของชุมชน (life of way dimension)

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล พบว่า การดำรงชีวิตของคนในชุมชนสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ แหล่งวัฒนธรรม เช่น อาหารพื้นถิ่น เครื่องนุ่งห่ม สถาปัตยกรรมของอาคารบ้านเรือน และยารักษาโรคและพิธีกรรมการรักษาโรค วิถีชีวิตเหล่านี้แสดงถึงความแตกต่าง และจุดเด่นของแต่ละชุมชน จนกลายเป็นภูมิปัญญาที่ถูกสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษของชุมชน ดังนั้นวิถีชีวิตของคนในชุมชนจึงเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สามารถบ่งบอกถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของคนในท้องถิ่น ซึ่งภูมิปัญญาต่าง ๆ ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงสุนทรียภาพทางด้านศิลปะที่สวยงาม ตลอดจนองค์ความรู้ที่น่าสนใจภายใต้ภูมิปัญญาต่างๆ ของการดำรงชีวิตในชุมชนท้องถิ่นวิถีชีวิตของชุมชนส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตอย่างหลากหลายแขนง โดยเฉพาะวิถีชีวิตในชุมชนจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจค่ายมวยไทยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยบูรณาการกับการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ยกตัวอย่าง เช่น ค่ายมวยศิษย์มนต์ชัย จังหวัดกาญจนบุรี ได้บริหารจัดการธุรกิจค่ายมวยโดยยึดหลักให้ผู้มาเรียนมวยไทยได้ใช้ชีวิตแบบคนในท้องถิ่น เน้นให้ผู้มาเรียนได้เรียนรู้การใช้ชีวิตแบบคนในพื้นที่ สอดแทรกโดยให้มีการจัดกิจกรรมทำอาหารรับประทานร่วมกันระหว่างผู้มาเรียนมวยไทยและครูฝึกสอนมวยไทย นำผลิตภัณฑ์ที่ท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหาร เช่น ผัก ผลไม้ ของพื้นถิ่น หรือแม้การประกอบอาหารประจำพื้นถิ่น รวมไปถึงมีการแลกเปลี่ยนอาหารระหว่างเพื่อนบ้านที่อยู่ระแวกค่ายมวยเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเรียนรู้อมวยไทยให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของวิถีชีวิตของคนในชุมชน



ภาพที่ 4.6 ภาพวิถีชีวิตของผู้มาเรียนมวยไทยในค่ายมวย ศิษย์มนต์ชัย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

2. การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย เชื่อมโยงมิติทางอาชีพ ของชุมชน (Career dimension)

อาชีพการอนุรักษ์ชีวิตของคนในชุมชนเพื่อการสร้างรายได้โดยอาศัยร่างกาย ทักษะความคิด และความเชี่ยวชาญเฉพาะ ดังนั้นอาชีพจึงสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ความสามารถในแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไปซึ่งชุมชนในพื้นที่ประเทศไทยและพื้นที่เชื่อมโยงในต่างประเทศ ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปและในบางอาชีพแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาและองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจและหาได้ยากในปัจจุบันหนึ่งในอาชีพที่มีให้เห็นได้น้อยในชุมชนส่วนใหญ่คือ อาชีพการต่อกลาย (แกะลาย) อาชีพเกษตรกรรม ซึ่งปราชญ์ที่เชี่ยวชาญที่น้อยคนประกอบอาชีพนี้ด้วยทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะที่ถูกถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น ยกตัวอย่างค่ายมวยบัญชาเมฆ ได้ประยุกต์นำวิถีชีวิตอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา) ของบรรพบุรุษสมัยก่อนมาสร้างจุดขายในการประกอบธุรกิจค่ายมวยไทยจัดโปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยสอดแทรกเอกลักษณ์วิถีชีวิตการประกอบอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา) มาบูรณาการกับการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ผู้ที่มาเรียนมวยไทยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เรียนรู้ในด้านมิติการประกอบอาชีพของชุมชน ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ภาพวิถีชีวิตเชื่อมโยงมิติด้านอาชีพ ของผู้มาเรียนมวยไทย

ในค่ายมวย บัวขาว บัญชาเมฆ

ที่มา : ค่ายมวย บัวขาว บัญชาเมฆ

3) การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย การเชื่อมโยงมิติทางด้านศาสนาของชุมชน (Religion dimension)

จากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูลในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย พบว่า ในแต่ละพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยได้มีการเชื่อมโยงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยบูรณาการเชื่อมโยงการจัดกิจกรรมมวยไทยเข้ากับกิจกรรมทางด้านศาสนาของชุมชน (Religion dimension) ด้วยในแต่ละภูมินั้นจะมีวัดหรือศาสนสถานจำนวนมาก เช่น จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะมีวัดไชยวัฒนาราม หรือ วัดชัยวัฒนาราม วัดดังกล่าวเป็นวัดที่มีความเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลายในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านป้อม อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บริเวณริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ทางฝั่งตะวันตกนอกเกาะเมือง วัดไชยวัฒนารามเป็นวัดสร้างขึ้นในสมัยพระเจ้าปราสาททอง พ.ศ. 2173 อีกประการหนึ่งวัดนี้อาจถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งชัยชนะเหนือเขมรด้วย จึงทำให้มีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมส่วนหนึ่งมาจากปราสาทนครวัด โดยมีการนำมิติด้านศาสนาหรือศาสนสถานเหล่านี้มาใช้สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในวันที่ 17 มีนาคม ของทุกปี คือกิจกรรมวันไหว้ครูมวยไทยโลก เป็นการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจและอยากเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชีวิตมีศักยภาพในการ อารงรักษาความเลื่อมใสศรัทธาในพุทธศาสนาและวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม ของไทย ตลอดจนมีความพร้อมในด้านพื้นที่ บุคคล และกิจกรรมทางศาสนา ที่จะสร้าง ความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.8 ภาพการไหว้ครูมวยไทยโลกที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ที่มา : ผู้วิจัย (2562)

ซึ่งในปัจจุบันได้กลายเป็นอีกหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนต่าง ๆ ให้ความสนใจรวมไปถึงผู้ประกอบการค้ามวยไทยได้นำมิติทางด้านศาสนาของชุมชน (Religion dimension) มาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทยเพิ่มสร้างเอกลักษณ์และดึงดูดให้ผู้มาเรียนและมาชมศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นเหตุให้วัดหรือศาสนสถานบางแห่งได้ปรับบทบาท ใหม่เพิ่ม จากเดิมที่เคยจำกัดไว้สำหรับเป็นสถานที่ปฏิบัติกิจของสงฆ์และศาสนพิธีของชาวบ้าน หรือเป็นสถานที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของผู้คนในชุมชนที่แต่ละวัดนั้นตั้งอยู่ กระทั่งกลายมาเป็นสถานที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น มีสาเหตุมาจากการ ที่วัดได้ขยายบทบาทโดยอาศัยคุณสมบัติของศาสนสถานเป็นแรงจูงใจให้เกิดการ ท่องเที่ยว ซึ่งการปรับแต่งบทบาทของวัดในมิติของการท่องเที่ยวการไม่สูญเสียสภาพ ยกตัวอย่างเช่น มีค่ายมวยจำนวนมากได้จับโปรแกรมการจัดกิจกรรมมวยไทย ให้ผู้ที่มาเรียนรู้มวยไทย นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย

4) การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย การเชื่อมโยงมิติทางด้านเทศกาล ประเพณีของชุมชน (festival / tradition dimension)

เทศกาลประเพณีของคนในชุมชนส่วนใหญ่จะจัดขึ้นอย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งของชุมชนและรากเหง้าทางวัฒนธรรมที่ถูกหล่อหลอมจากบรรพบุรุษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนานและการอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลอดจนการตอบสนองความเชื่อที่มีต่อกิจกรรมนั้น ๆ ปัจจุบันการจัดเทศกาลประเพณีในชุมชนท้องถิ่น วัฒนธรรมการเล่นที่เกิดขึ้นภายในในชุมชนอาจริเริ่มจากกิจกรรมเล็ก ๆ จนนำไปสู่การสร้างเอกลักษณ์ของกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งทำให้เกิดเป็นเทศกาลประเพณีที่สำคัญของชุมชนในเวลาถัดมา ดังเช่น การเชื่อมโยงศิลปะการต่อสู้มวยไทยกับเทศกาล ประเพณีของชุม โดยในแต่ละพื้นที่ในประเทศไทยจะมีการจัดงานมหรสพ หรือมหรพรมประเพณี ต่างๆ เช่น ประเพณีงานลอยกระทง ก็จะมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมโดยนำการจัดกิจกรรมมวยไทยมาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงานเพื่อก่อให้เกิดความสนุกสนานและสืบสานศิลปะการต่อสู้มวยไทย ดังเช่น เทศบาลเมืองสัทธิบ ได้จัดงานเทศกาลวันลอยกระทง ประจำปี 2560 ได้จัดงานเป็นประจำทุกปี และภายในงานในแต่ละวันจะมีการจัดการแข่งขันมวยไทยเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงาน ดังป้ายประชาสัมพันธ์การจัดงานเทศกาลวันลอยกระทงประจำปี 2560 เทศบาลเมืองสัทธิบ จังหวัดชลบุรี ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 ภาพการประชาสัมพันธ์การจัดงานประเพณีลอยกระทง

ที่มา : ข่าวสดหีบโพสต์ Sattahip News (2560)

5) การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย การเชื่อมโยงมิติทางด้านภูมิศาสตร์ของชุมชน (geography dimension)

จากการลงพื้นที่ สํารวจข้อมูลและการศึกษาเอกสารประกอบ พบว่า ประเทศไทยมีลักษณะภูมิประเทศ และปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกได้ 2 ประการ คือ 1. ปัจจัยทางธรรมชาติปัจจัยทางภูมิศาสตร์ทางด้านกายภาพ หรือธรรมชาติ (Physical Factors) และ 2. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เช่น ผลงานด้านต่าง ๆ ที่มนุษย์แต่ละกลุ่มสร้างสรรค์ขึ้น และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความเชื่อถือ ความคิดเห็น นิสัยใจคอ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะต่าง ๆ การปฏิบัติตนในสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วน ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่นำมาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทยได้ เช่น

2.1 มรดกทางประวัติศาสตร์ของประเทศไทย

2.2 การประกอบอาชีพ ลักษณะการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค และไม่สามารถพบเห็นได้ใน ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว เช่น การทำนา การปลูกผักผลไม้ประจำถิ่น การสานตะกร้า การทอผ้า

2.3 ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม ที่เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประเพณี ปฏิบัติที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมา

2.4 การคมนาคม กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่บูรณาการกับศิลปะการต่อสู้มวยไทยหรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยจะมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นจะต้องอาศัยการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด ที่สามารถเข้าถึงสถานที่ค่ายมวยไทยหรือจุด สถานที่จัดกิจกรรมนั้น ๆ นอกจากนี้ภูมิศาสตร์ของพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยก็มีความโดดเด่นที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยได้ ดังนี้

1. เขตภูเขาและหุบเขาภาคเหนือ ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเทือกเขา แนวเทือกเขาทอดตัวยาวในแนวเหนือ-ใต้ เทือกเขาที่สำคัญได้แก่ เทือกเขาแดนลาว เทือกเขานนงชัย เทือกเขาผีปันน้ำ เทือกเขาหลวงพระบาง และมีที่ราบหุบเขา ลักษณะแคบ ๆ อยู่ระหว่างแนวเทือกเขาเป็นบริเวณที่มีแม่น้ำไหลผ่านมีดินตะกอนอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก



ภาพที่ 4.10 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคเหนือ

ที่มา : http://kruaimsu.blogspot.com/2017/11/blog-post_63.html (2560)

2. เขตที่ราบลุ่มภาคกลาง ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือที่ราบตอนบนตั้งแต่ จังหวัดนครสวรรค์ขึ้นไป จะเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำและที่ราบลูกฟูก มีภูเขาประปรายที่ราบตอนล่างตั้งแต่ นครสวรรค์ลงมาถึงอ่าว ไทยเป็นที่ราบดินดอนสามเหลี่ยม มีลักษณะดินเป็นตะกอน



ภาพที่ 4.11 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคเหนือ

ที่มา : <https://38503naraporn.wordpress.com/> (2560)

3. เขตเทือกเขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบสูง รูปร่างคล้ายกระทะหงาย มีขอบ ทางด้านตะวันตกและด้านใต้ลาดลงทางด้านตะวันออก เทือกเขาที่สำคัญ ได้แก่ เทือกเขาเพชรบูรณ์ เทือกเขาดงพญาเย็น เทือกเขาสนกำพ่าง เทือกเขาภูพาน บริเวณตอนกลางของภาคเป็นแอ่ง เรียกว่าแอ่งโคราช



ภาพที่ 4.12 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ที่มา : <http://kamclub.blogspot.com/2013/01/19-1.html> (2556)

4. เขตภูเขาและที่ราบภาคตะวันออก ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลูกฟูกสลับกับภูเขาและมีที่ราบชายฝั่ง ทะเล มีแม่น้ำสายสั้น ๆ



ภาพที่ 4.13 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคตะวันออก
ที่มา: <https://sites.google.com/site/kheawihar2/laksana-phumiprathes> (2556)

5. เขตเทือกเขาภาคตะวันตก ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและหุบเขาที่ทอดตัวในแนวเหนือ-ใต้ มีพื้นที่ราบ แคบ ๆ เทือกเขาที่สำคัญได้แก่ เทือกเขาตะนาวศรี เทือกเขาถนนธงชัยที่ทอดตัวยาวต่อเนื่องลงมา



ภาพที่ 4.14 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคตะวันตก

ที่มา : <https://sites.google.com/site/kheawihar2/laksana-phumiprathes> (2556)

6. เขตคาบสมุทรภาคใต้ลักษณะภูมิประเทศเป็นคาบสมุทรยื่นลงไปในทะเล ขนาบด้วยทะเลทั้ง 2 ด้าน มีภูเขาทอดตัว แนวเหนือ-ใต้ มีแม่น้ำสายสั้นๆและมีที่ราบชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกกว้างกว่าที่ราบชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก



ภาพที่ 4.15 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของภาคภาคใต้

ที่มา : <https://sites.google.com/site/kheawihar2/laksana-phumiprathes> (2556)

ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมกับการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างสรรค์ภูมิทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีภูมิประเทศเกือบทุกประเภทยกเว้นทะเลทรายและหิมะที่เกิดโดยธรรมชาติ มีทะเลน้ำอุ่นที่ปลอดภัยจากสัตว์ร้ายและชายหาดที่เป็นธรรมชาติในส่วนของภูมิภาคที่ติดทะเล อีกทั้งประเทศไทยมีผลไม้หลากหลายชนิด เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวห่างไกลจากภัยธรรมชาติโดยตรง ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่อยากเข้ามาเยี่ยมชมและทำกิจกรรมทางกีฬามวยไทย

6) การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยการต่อสู้มวยไทย การเชื่อมโยงมิติทางด้านศิลปะการต่อสู้มวยไทยของท้องถิ่น (Local martial arts dimension)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย พบว่า ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยจะมีศิลปะการต่อสู้ประจำท้องถิ่นหรือเรียกว่า “มวยไทยท้องถิ่น” จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทยได้นำศิลปะการต่อสู้ประจำท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นหลักสูตรในการจัดโปรแกรมการสอนมวยไทยสำหรับคนไทยและชาวต่างประเทศ โดยได้นำเอกลักษณ์การต่อสู้ท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาคมาใช้ในการส่งเสริมและเป็นตัวเลือกในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งในแต่ละภูมิภาคมีวิถีชีวิตการเรียนรู้มวยไทยที่แตกต่างกันออกไปเช่น ภาคเหนือ มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการเรียนรู้มวยไทยซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย กล่าวยก ตัวอย่างว่า ภาคเหนือแต่เดิมจะมีการเรียนรู้มวยท่าเสาซึ่งเป็นภูมิปัญญาการต่อสู้ที่ถูกส่งมาต่อจากรุ่นสู่รุ่น มีเอกลักษณ์และท่าทางที่มีความแตกต่างกันจากมวยของภูมิภาคอื่น ๆ โดยมวยท้องถิ่น นี้จะเป็นศิลปะการต่อสู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในแต่ละภูมิภาคที่สั่งสมมาที่จะเป็นอีกหนึ่งตัวเสริมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่สามารถสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจและส่งผลให้ผู้มาเรียนรู้มวยไทยพำนักอยู่ในประเทศไทยเพื่อเรียนรู้มวยไทยนานขึ้น (Stay more) และใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (Spend more) คำให้การสัมภาษณ์ของ จตุชัย จำปาหอม, 2562 โดยมวยไทยท้องถิ่น 4 ภาค ประกอบด้วย

ภาคที่ 1 มวยลพบุรี หรือมวยไทยภาคกลาง ลักษณะเด่นของมวยลพบุรี คือลักษณะการ พันข้อเท้า และ พันมือมาถึงข้อแขน เป็นมวยที่ไม่เน้นความดุดัน ไม่เน้นกำลัง แต่ใช้ความคิด ใช้ความฉลาดในการฉก มีความเร็วทั้งจังหวะรุก และ จังหวะรับ เข้ากับ ฉายา ที่ว่า “ฉลาดลพบุรี” ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 การฝึกมวยลพบุรี (ภาคกลาง)

ที่มา : <https://tangmuayonline.wordpress.com/2019/01/30/> (2556)

ภาคที่ 2 มวยท่าเสา มวยไทยท่าเสาเป็นมวยไทยทางภาคเหนือ ที่ไม่มีประวัติศาสตร์ที่แน่ชัดว่ามวยไทยท่าเสานี้กำเนิดขึ้นเมื่อไหร่และใครเป็นครูมวยคนแรกของมวยไทยท่าเสาแต่มีครูมวยไทยท่าเสาที่มีชื่อเสียงโด่งดังคนหนึ่งนั่นก็คือ “ครูเมฆ” ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในเรื่องความคล่องแคล่วว่องไว รวดเร็ว เด็ดขาด มีลีลาท่าทางสวยงามและมีความสามารถที่มีประสิทธิภาพอย่างมากโดยเฉพาะการเตะ ศอกและถีบ มวยไทยท่าเสาจะมีเอกลักษณ์ในการไหว้ครู การจดมวยของมวยไทยท่าเสามือซ้ายนำและสูงกว่ามือขวา เมื่อเปลี่ยนเหลี่ยมมือขวานำและสูงกว่ามือซ้าย ดังภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 การฝึกมวยท่าเสา (ภาคเหนือ)

ที่มา: ประไพร จันทะบัณฑิต (2556)

ภาคที่ 3 มวยไชยา เป็นมวยท้องถิ่นของภาคใต้ ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ ไม่ว่าจะเป็น ท่ารำมวย การตั้งท่า ท่าไหว้ครู พันมือคาดเชือก โดยมีความโดดเด่นของกระบวนท่า 7 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ท่าเสื่อลากหาง , ท่าย่างสามขุม , ท่าป้นหมัด , ท่าเดินแรงเดินกา , ท่าพับแขนพันหมัด , ท่าพันหมัดพลิกเหลี่ยม และ ท่ากระโดดตบศอก ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 มวยไชยา (ภาคใต้)

ที่มา : <https://tangmuayonline.wordpress.com/2019/01/30/> (2556)

ภาคที่ 4 มวยโคราช (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) มวยโคราช มีความโด่งดังเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะช่วงสมัย รัชกาลที่ 5-6 เอกลักษณ์มวยไทยโคราช พบว่า สวมกางเกงขาสั้น ไม่สวมเสื้อ สวมมงคลที่ศีรษะขณะชก การพันหมัดแบบคาดเชือก ตั้งแต่หมัดขึ้นไปจรดข้อศอก เพราะมวยโคราชเป็นมวยต่อຍวงกว้าง และใช้หมัดเหวี่ยงควาย การพันเชือกเช่นนี้ เพื่อป้องกันการเตะ ต่อยได้ดี ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 การพันมือมวยโคราช (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

ที่มา : <https://tangmuayonline.wordpress.com/2019/01/30/> (2556)

จากผลการศึกษาดังกล่าว พบว่า ผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการต่อสู้มวยไทยนั้นมีฐานผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพและสามารถนำไปสู่ฐานการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยแบบบูรณาการวิถีท้องถิ่น โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยเพื่อนำไปเชื่อมโยงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย

รายการ	กลุ่ม 1 จำนวน 118 คน	กลุ่ม 2 60 คน	กลุ่ม 3 222 คน
เพศ	ชาย 73 คน 61.9% หญิง 45 คน 38.1%	ชาย 33 คน 55.0% หญิง 27 คน 45.0%	ชาย 156 คน 65.5% หญิง 138 คน 34.5%
อายุ	อายุ 21-25 ปี 24.6 % อายุ 26-30 ปี 21.2 %	อายุ 26-30 ปี 30.0% อายุ 21-25 ปี 28.3%	อายุ 21-25 ปี 64.1 % อายุ 26-30 ปี 25.2 %
สถานะภาพ	โสด 71.2 % แต่งงาน 28.8%	โสด 68.3% แต่งงาน 31.7%	โสด 75.2% แต่งงาน 24.8%
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี 49.2 % ปริญญาตรี 22.2 %	ปริญญาตรี 53.3 % อนุปริญญาตรี 38.3%	ปริญญาตรี 49.1 % อนุปริญญาตรี 29.7 %
การเดินทางมาเรียนมวย	เดินทางมาคนเดียว 48.3% เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน 18.6%	เดินทางมาคนเดียว 50.0% เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน 18.6%	เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน 56.1% เดินทางมาคนเดียว 28.6%
อาชีพ	นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว 38.1% เจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ 17.8%	เจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ 33.3% นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว 21.7%	นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว 33.8% เจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ 26.6%
รายได้ต่อเดือน	ระหว่าง \$3,001-\$3,500 18.6 % มากกว่า \$2001-\$2500 16.1%	มากกว่า \$3,500 ขึ้นไป 38.3% ระหว่าง \$3000-\$3500 18.8 %	มากกว่า \$3,500 ขึ้นไป 24.3% ระหว่าง \$3,001-\$3,500 19.8%
ประเทศ	ออสเตรเลีย 27.1 % อังกฤษ 11.9% สหรัฐอเมริกา 11.9%	จีน 15.0% ออสเตรเลีย 15.0% อังกฤษ 15.0%	อังกฤษ 18.5% จีน 14.4% ออสเตรเลีย 12.6%

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

รายการ	กลุ่ม 1 จำนวน 118 คน	กลุ่ม 2 60 คน	กลุ่ม 3 222 คน
ยานพาหนะในการเดินทาง/หรือ ท่องเที่ยว	จักรยานยนต์ 37.3% แท็กซี่ 20.3%	จักรยานยนต์ 51.7% รถตู้ 20.0%	จักรยานยนต์ 51.7% รถตู้ 15.3%
เหตุผลที่ทำให้ท่านมาเรียนมวย ไทย	เพื่อสุขภาพ 21.2% เพื่อลดน้ำหนัก 16.1%	เพื่อสุขภาพ 30.0% เพื่อเอาชนะตนเอง 16.7%	เพื่อสุขภาพ 26.6% เพื่อลดน้ำหนัก 18.8%
เมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวด้วยมวย ไทยประโยคใดต่อไปนี่ที่คุณเห็น ด้วยมากที่สุด	ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทาย 23.7% ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย 18.6%	ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ 16.7% ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย 15.0%	ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม 20.7% ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย 17.6%
ประสบการณ์การมาเรียนมวยไทย	5 ครั้งขึ้นไป 41.5% 3 ครั้ง 22.0%	ครั้งแรก 66.7% 3 ครั้ง 16.7%	3 ครั้ง 63.6% ครั้งแรก 27.0%
ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหา กิจกรรมมวยหรือไม่	ค้นหาค่ายมวย 72.9% วางแผนการเดินทาง 50.8%	ค้นหาค่ายมวย 61.7% วางแผนการเดินทาง 50.0%	ค้นหาค่ายมวย 72.1% วางแผนการเดินทาง 52.7%
ช่วงเดือนที่เดินทางมา	กุมภาพันธ์ 18.6% สิงหาคม 16.9%	กุมภาพันธ์ 43.3% เมษายน 10.0%	กุมภาพันธ์ 26.6% มีนาคม 10.8%
ระยะเวลาที่ท่านเรียนมวยไทย	3 เดือน 20.8 % 1 สัปดาห์ 19.6 %	1 สัปดาห์ 20.8 % 1 เดือน 21.5%	1 สัปดาห์ 34.8 % 3 เดือน 26.8%

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

รายการ	กลุ่ม 1 จำนวน 118 คน	กลุ่ม 2 60 คน	กลุ่ม 3 222 คน
กิจกรรมที่ท่านอยากเข้าร่วมระหว่างเรียนมวยไทย	ไหว้ครูมวยไทย 43.2% เทศกาลสงกรานต์ 33.1%	เทศกาลสงกรานต์ 41.7% ไหว้ครูมวยไทย 40.0%	ไหว้ครูมวยไทย 48.6% เทศกาลสงกรานต์ 34.7%
สถานที่ฝึกมวยไทยแบบใดที่ดึงดูดใจให้ท่านอยากมาเรียนกีฬาด้วยมวยไทยมากขึ้น	การฝึกมวยไทยที่ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ชายทะเล หมู่เกาะ 40.7% การฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน 31.4%	การฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน 38.3% การฝึกมวยไทยที่ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ชายทะเล หมู่เกาะ 36.7%	การฝึกมวยไทยที่ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ชายทะเล หมู่เกาะ 39.2% การฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน 33.8%
ระหว่างการท่องเที่ยวคุณเลือกร้านอาหารเพื่อรับประทานอย่างไร	ตามความสะดวก (ใกล้กับที่พัก/ที่ฝึกมวย) 36.4% ตามคำแนะนำใน Social Media 20.3%	ตามความสะดวก (ใกล้กับที่พัก/ที่ฝึกมวย) 30.0% ตามคำแนะนำของคนในพื้นที่ 21.7%	ตามคำแนะนำของคนรู้จักหรือคนที่เคยไปมาแล้ว 22.5% ตามคำแนะนำใน Social Media 20.3%
ท่านมักทำกิจกรรมใดระหว่างการเดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย	เที่ยวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล พุงนา 67.8% เที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน/พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน 50.8%	ชมมวยไทยในสนามแข่งขันมวย การถ่ายภาพ	กิจกรรมไหว้ครูมวยไทย 50.0% เที่ยวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล พุงนา 44.1%
ผลิตภัณฑ์ใดในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ท่านเข้าร่วมเพิ่มขึ้น	แพคเกจเรียนมวยไทยและทดลองแข่งขัน 21.2% หลักสูตรสำหรับวัดสมรรถนะด้านมวยไทย (Muaythai competency) 21.2%	บริการนำเที่ยวระหว่างฝึกมวยไทย 21.1% แพคเกจเสริมพาไปชมมวยไทย 21.0%	แพคเกจเสริมเรียนไหว้ครูมวยไทย 27.9% แพคเกจเสริมพาไปชมมวยไทย 18.9%

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

รายการ	กลุ่ม 1 จำนวน 118 คน	กลุ่ม 2 60 คน	กลุ่ม 3 222 คน
ประสบการณ์ที่ต้องการได้รับการท่องเที่ยว (Want)	เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการประสบการณ์ที่เหมือนกับอยู่ในสถานที่ที่ไม่เคยพบเจอ	เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้น ๆ อย่างแท้จริง เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น	เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการสัมผัสถึงความลงตัว/ความรื่นรมย์ ของพื้นที่
(สิ่งเราหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยว	ทำให้ได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ ทำให้ได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์	ทำให้ได้นำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวมาใช้ในชีวิต ทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ ๆ /วัฒนธรรมใหม่ ๆ	แสดงถึงการประสบความสำเร็จในชีวิต (มีฐานะ) ทำให้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับคนที่ไปด้วย
รูปแบบการดำเนินชีวิต	ฉันออกกำลังกายเป็นประจำและสม่ำเสมอ สิ่งแรกที่ฉันทำตอนตื่นนอนคือ การใช้ Social media ต่าง ๆ	ฉันมักหาเวลานั่งดูภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่โรงหนัง ฉันมักหาเวลาไปเดินเล่นพิพิธภัณฑ์หรืองานแสดงศิลปะต่าง ๆ	ฉันชอบไปนั่งเล่นตามร้านกาแฟต่าง ๆ ฉันชอบพูดคุยปะพบบุคคลกับคนอื่น ๆ
ความสนใจ	การใช้ผลิตภัณฑ์ recycle คือสิ่งที่ฉันให้ความสำคัญ เวลาไปท่องเที่ยว ฉันชอบใช้ชีวิตร่วมกับคนในพื้นที่	ฉันชอบทดลองอาหารแปลกใหม่ ฉันให้ความสนใจกับกระบวนการในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ	ฉันชอบศึกษาความรู้เพิ่มเติมในสิ่งต่างๆอยู่เสมอ ฉันมักศึกษาประวัติของคนที่สำเร็จ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับตนเอง

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย (ต่อ)

รายการ	กลุ่ม 1 จำนวน 118 คน	กลุ่ม 2 60 คน	กลุ่ม 3 222 คน
ความคิดเห็น	การใส่ชุดผูกไทด์เพื่อไปประชุมเป็นเรื่อง ที่ควรจะมีการเปลี่ยนแปลง สภาพเศรษฐกิจและการเงินในปัจจุบัน ไม่ใช่อุปสรรคในการท่องเที่ยว	การไปท่องเที่ยว คือ การใช้ชีวิตที่แตกต่าง จากชีวิตที่เราใช้ในชีวิตประจำวัน การไปท่องเที่ยว คือ การไปเก็บเกี่ยว ประสบการณ์ มากกว่าไปพักผ่อนหย่อนใจ	การอัปเดตสเตตัสบนโซเชียลมีเดีย คือ การโอ้อวดตัวเองของตน วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ควรปรับตัว ตามโลกยุคปัจจุบัน

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย คณะผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจัดกลุ่มด้วยวิธีการแบบ K-mean clustering จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1) The Challenge Group (29.5%)
- 2) Try New Group (15.01%)
- 3) Creativity Recreation Group (55.5%)

โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 The Challenge Group (29.5%) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย ร้อยละ 61.9 อายุระหว่าง 21-25 ปี สถานะภาพโสด ร้อยละ 71.2 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.2 ชอบเดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 48.3 ประกอบอาชีพ นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.1 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง \$3,001-\$3,500 ร้อยละ 18.6 เดินทางมาจากประเทศออสเตรเลียมากที่สุด ร้อยละ 21.1 รองลงมาคือ ประเทศอังกฤษ ร้อยละ 11.9 ยานพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว คือ รถจักรยานยนต์และรถแท็กซี่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทายและเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเรียนมวย มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 41.5 กิจกรรมที่มักทำเมื่อเดินทางมาเรียนมวยคือการเดินทางไปเที่ยวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล ทุ่งนา ร้อยละ 67.8 และเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน/พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ร้อยละ 50.8 โดยมีกิจกรรมที่อยากเดินทางเข้าร่วมคือไหว้ครูมวยไทยโลกและเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทยคือมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัด ร้อยละ 21.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวครบครัน ร้อยละ 18.6 เมื่อถามถึงความสนใจในด้านการทำกิจกรรมต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่และต้องการประสบการณ์ที่เหมือนกับอยู่ในสถานที่ที่ไม่เคยพบเจอ สิ่งกระตุ้นให้อยากเดินทางท่องเที่ยวการได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ ๆ เวลาไปท่องเที่ยวชอบใช้ชีวิตร่วมกับคนในพื้นที่ ทำรู้สึกว่าได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์ ให้ความสนใจกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ความสนใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่รีไซเคิล เลือกรับประทานอาหารตามความสะดวกและตามคำแนะนำของ Social Media

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย จากฐานข้อมูลข้างต้นที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ 1 The Challenge Group ดังนี้

- 1) หลักสูตรชั้นสมรรถกรมวยไทยระดับสูง
- 2) หลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทย
- 3) หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ
- 4) หลักสูตรมวยไทยโบราณ ซึ่งเป็นการสร้างหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ทักษะและการต่อยอดศิลปะการต่อสู้มวยไทย เป็นทักษะแม่ไม้และลูกไม้ กลมมวย เกียรติมวยไทยต่าง ๆ
- 5) หลักสูตรมวยไทยท้องถิ่น เป็นการสร้างหลักสูตรมวยท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค เช่น หลักสูตรมวยไทยโคราช มวยท่าเสา มวยลพบุรี มวยไชยา เป็นต้น
- 6) โปรแกรมการฝึกซ้อมมวยไทยแบบสมัยโบราณ (การเตะต้นกล้วย ชกมวยในน้ำ)
- 7) โปรแกรมการท่องเที่ยวผสมกับการเรียนรู้มวยไทยท้องถิ่น 4 ภาค
- 8) โปรแกรมการเรียนรู้ภูมิปัญญามวยท้องถิ่นออนไลน์ 4 ภูมิภาค (มวยท่าเสา มวยลพบุรี มวยโคราช และมวยไชยา)
- 9) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการแสดง
- 10) หลักสูตรท่าไม้ตายมวยไทย
- 11) หลักสูตรการตัดสินการแข่งขันชกมวยไทย
- 12) หลักสูตรสมาธิมวยไทยและเครื่องราง ของขลัง

กลุ่มที่ 2 Try New Group (15.1%) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.0 อายุ อยู่ระหว่าง 26-30 ปี สถานะภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.3 เดินทางมาคนเดียว ร้อยละ 50.0 ประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.3 มีรายได้ มากกว่า \$3,500 ขึ้นไป ร้อยละ 38.3 มาจากประเทศจีนและประเทศออสเตรเลีย มากที่สุด ร้อยละ 15.0 เดินทางท่องเที่ยวด้วยรถจักรยานยนต์ร้อยละ 51.0 และรถตู้ ร้อยละ 20.0 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาเรียนมวยไทยครั้งแรกมากที่สุด ร้อยละ 66.7 เมื่อเดินทางมาเรียนมวยไทยมักทำกิจกรรมชมมวยไทยในสนามแข่งขันมวย และการถ่ายภาพ นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและการเอาชนะตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางท่องเที่ยวด้วยมวยไทยคือสนใจความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติและเรื่องราว ต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้น ๆ นำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวมาใช้ในการชีวิต เก็บเกี่ยวประสบการณ์มากกว่าไปพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ชอบ

ความวุ่นวาย สิ่งกระตุ้นให้ให้ตัดสินใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวคือชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ วัฒนธรรมใหม่ เช่น เรียนรู้วัฒนธรรมไทย ลิ้มรอรสชาติอาหารใหม่ๆ โดยเฉพาะอาหารต่างวัฒนธรรมและใช้การท่องเที่ยวเป็นการหาแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตและนำความรู้จากการเดินทางมาท่องเที่ยวมาปรับใช้ในการชีวิตประจำวัน เช่น การนำทักษะการเรียนรู้มวยไทยมาปรับใช้ในการเรียนรู้ป้องกันตัวและดูแลสุขภาพ เมื่อมีเวลาว่างจะหาเวลานั่งดูภาพยนตร์ กลุ่มนี้มักมีความสนใจในการลิ้มลองอาหารแปลกใหม่อยู่เสมอ เช่น อาหารพื้นเมือง ข้าวเหนียว ส้มตำ และไก่ย่าง เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น สินค้าท้องถิ่นประจำแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย จากฐานข้อมูลข้างต้นที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ 2 Try New Group (55%) ดังนี้

- 1) โปรแกรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยในแหล่งต้นกำเนิด
- 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก
- 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริมรูปร่างสวยงาม
- 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว
- 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย
- 6) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย

กลุ่มที่ 3 Creativity Recreation Group (55.5%) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นเพศชาย ร้อยละ 65.5 อายุระหว่าง 21-25 ปี ร้อยละ 61.1 สถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 56.1 ประกอบอาชีพนักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 33.8 เดินทางมาจากประเทศอังกฤษ ร้อยละ 18.5 และจีน ร้อยละ 14.4 เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถจักรยานยนต์และรถตู้ เป็นกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางท่องเที่ยวต้องการสัมผัสถึงความลงตัว/ความรื่นรมย์ ของพื้นที่ ชอบไปเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่และไม่เคยเดินทางไปมาก่อน โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและความโดดเด่น เช่น ตลาดน้ำ หมู่เกาะต่าง ๆ วัดวาอาราม รวมไปถึงการสร้างศิลปะบนร่างกาย หรือที่นิยมกันคือการสัก (Tattoo) มีลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนเพื่อให้เวลาและรู้จักตนเองเพิ่มมากขึ้น ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม วิถีชีวิตต่าง ๆ ที่ไม่เคยพบเจอมาก่อน กลุ่มนี้ยังมองอีกว่าการท่องเที่ยวตามพืชมตามบาร์ในเวลากลางคืนเป็นการเสริมสร้างความสุขให้กับชีวิต กลุ่มนี้ชอบไปนั่งเล่นตามร้านกาแฟต่างๆ และชอบพูดคุยปะพคุยกับคนอื่น ๆ ที่ น่าสนใจ ชอบติดตามและสนใจเรื่องราวชีวิตของบุคคลที่ตน

ชื่นชอบและนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวโดยไม่มีการวางแผนเพราะเป็นการสร้างความตื่นเต้นให้กับชีวิต ชอบแชร์ประสบการณ์ตนเองผ่านการเซลฟี่ รูปภาพตนเองในทุก ๆ ที่ผ่านไปเยี่ยมชมอีก ทั้งยังเป็นกลุ่มที่ชอบใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ในการแชร์ประสบการณ์และติดตามข่าวสาร

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย จากฐานข้อมูลข้างต้นที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ 3 Creativity Recreation Group (55.5%) ดังนี้

- 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชามานา
- 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล
- 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย
- 4) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยริมชายหาดทะเล
- 5) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและชมการแข่งขันมวยไทย
- 6) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยกับเดอะริเจนต์นักมวยไทย
- 7) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 8) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยเพื่อเป็นรางวัล
- 9) หลักสูตรมวยไทยออนไลน์
- 10) Training Muaythai in the jungle

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

การศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยนี้ คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นค่ายมวยต้นแบบและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) รวมไปถึงศักยภาพด้านองค์ประกอบพื้นฐานในการทำธุรกิจค่ายมวยไทย จากการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ได้แก่ ผู้จัดการกิจกรรมมวยไทย ค่ายมวยไทย กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรธุรกิจที่ต้องการรับบริการ ในการคัดเลือกต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ภายในวงการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อหาค่ายมวยไทยต้นแบบที่มีความโดดเด่นและเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีองค์ประกอบข้างต้น และยังเป็นธุรกิจมวยไทยที่ประสบความสำเร็จและสร้างรายได้ โดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิมากกว่าร้อยละ 80 มีมติเห็นชอบการเลือกค่ายมวยไทยเกอร์มวยไทย เป็นกรณีศึกษา ค่ายมวยต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ด้วยเป็นค่ายมวยที่มีศักยภาพทางด้านทรัพยากรบุคคล ด้านการประชาสัมพันธ์ เครือข่าย และเป็นค่ายมวยไทยที่มีผู้เข้ามาเรียนมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในการนำเสนอศักยภาพของค่ายมวยที่สามารถนำมาเป็นต้นแบบในการบริหารจัดการดังต่อไปนี้

1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

ค่ายมวยไทยเกอร์เป็นค่ายมวยในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยจังหวัดภูเก็ตมีเส้นทางการคมนาคม 3 เส้นทาง ได้แก่ ทางบก มีถนนสายหลักคือทางหลวงหมายเลข 402 การขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดภูเก็ตถือว่ามีความสะดวกสบายมีรถแท็กซี่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีรถจักรยานยนต์และรถยนต์ให้เช่าท่องเที่ยวได้เข้าท่องเที่ยวไปยังพื้นที่รอบจังหวัด ในส่วนของการคมนาคมทางอากาศซึ่งเป็นเส้นทางที่มีบทบาทสำคัญในรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต สนามบินภูเก็ตเป็นสนามบินนานาชาติที่สามารถบินตรงได้จากต่างประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย เกาหลี มาเลเซีย เป็นต้น และยังมีการคมนาคมทางน้ำภายในจังหวัดภูเก็ตมีท่าเทียบเรือจำนวน 38 แห่ง

ประกอบด้วยท่าเรือน้ำลึก 1 แห่งและ มารีน่าจำนวน 5 แห่ง และมีระบบสาธารณูปโภคบริเวณล้อมรอบค่ายมวย

2) กิจกรรม (Activities)

ไทเกอร์มวยไทยเป็นค่ายมวยที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัดภูเก็ต เป็นสถานประกอบการธุรกิจ โดยการนำศิลปะการต่อสู้มวยไทยมาบูรณาการออกแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดำเนินการธุรกิจ มีรูปแบบกิจกรรมที่น่าสนใจที่หลากหลาย เช่น การเรียนมวยไทย การเรียนมวยไทยโบราณ การเรียน กระบี่ กระบอง เป็นต้น ไทเกอร์มวยไทยสามารถเจาะตลาดถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการสำรวจข้อมูล พบว่า ไทเกอร์มวยไทยออกแบบกิจกรรมโดยนำผลิตภัณฑ์มวยไทยเป็นผลิตภัณฑ์ควบคู่กับ กิจกรรมอื่น ๆ ในรูปแบบศูนย์รวมสุขภาพ (Complex Mix Martial Arts Center) ความหลากหลายของ กิจกรรมที่พร้อมรองรับความต้องการที่มีความหลากหลายมีโปรแกรมการเรียนการสอนมวยไทย มวยโบราณ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ถึงศิลปะมวยไทยโดยมีระดับขั้นความรู้ ความสามารถ ตั้งแต่ระดับขั้นพื้นฐานจนกระทั่งระดับมืออาชีพ มีครุภัณฑ์ที่สะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ เป็นกิจกรรมหรือวิธีการดูแลร่างกายอีกประเภทหนึ่งที่พัฒนาศักยภาพแห่งการควบคุมลมปราณและ ร่างกาย

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการจัดการเรียนการสอนศิลปะการต่อสู้อีกชนิดของชาติไทย คือกระบี่ กระบอง และโปรแกรมการลดน้ำหนักด้วยศิลปะมวยไทย มีกิจกรรมน่าสนใจและกำลังได้รับความนิยมคือ กิจกรรม BBQ Beat Down ลักษณะเป็นกิจกรรม Friends Meeting มีการแสดงโชว์ศิลปะมวยไทย การแข่งขันชกมวยไทย โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยสามารถสร้างประสบการณ์ บนเวทีแห่งนี้ได้พร้อมการรับประทานอาหารร่วมกันและปิดท้ายด้วยการผ่อนคลายโดยการเปิดฟลอร์ เต้นรำสังสรรค์ร่วมกัน



ภาพที่ 4.20 หลักสูตรเรียนมวยไทยโบราณค่ายมวยไทเกอร์ ภูเก็ต
ที่มา : www.tigermuaythai.com (2562)

3) แหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว (Attraction)

ด้วยสถานที่ตั้งของค่ายมวยไทเกอร์ หรือที่หลายคนจะขนานนามว่าเป็นสถานที่แห่งเมืองมวย หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย ได้ตั้งอยู่ในซอยตาเอียด อำเภอเมืองภูเก็ต ซึ่งจังหวัดภูเก็ต เป็นหนึ่งจังหวัดแห่งภาคใต้ของประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยเพราะเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อด้วยเรื่องของ ท้องทะเลสีคราม น้ำใส อุดมสมบูรณ์ด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัดวาอาราม มีหมู่เกาะที่โดดเด่นมากที่สุดในประเทศไทย มีทุกสิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งรีสอร์ทสำหรับการพักผ่อนอย่างสงบเงียบ บาร์ดีสุดมันส์ตลอดทั้งคืน แหล่งช้อปปิ้ง แหล่งบริการทางด้านสุขภาพต่างๆ รวมไปถึงสวรรค์ของนักชิมอาหารอร่อย ๆ ดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)



ภาพที่ 4.22 อาหารของจังหวัดภูเก็ต
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

4) การเข้าถึง (Accessibility)

ค่ายมวย Tiger Muay Thai ตั้งอยู่ในซอยตาเอียด ตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ห่างจากตัวเมืองประมาณ 9 กิโลเมตรโดยใช้เวลาประมาณ 15 นาที การเดินทางมายังค่ายมวยสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ หรือรถแท็กซี่ สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกสบายมีป้ายบอกทางชัดเจน ในส่วนเส้นทางการจราจรไม่ติดขัด ภายในค่ายมวยมีการจัดการค่อนข้างดี มีที่สำหรับจอดรถของผู้ที่ได้เข้ามาเรียนมวย คุณภาพของถนนในการเข้าถึงค่ายมวยมีถนนลาดยางตลอดเส้นทาง



ภาพที่ 4.23 ค่ายมวยไทเกอร์

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

5) ที่พัก (Accommodation)

ค่ายมวย Tiger Muay Thai มีที่พักให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนมวยไทยในรูปแบบที่หลากหลายรูปแบบไว้บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่

- Tiger Hillside Pool Villa
- Tiger Muay Thai Camp 1
- Tiger Muay Thai Camp 2
- Tiger Muay Thai Camp 3
- Tiger Muay Thai Camp 4
- Tiger Muay Thai Camp 5
- Tiger Muay Thai Camp 6
- Tiger Muay Thai Camp 7
- Family House Bungalows
- Baan Tonnam Place

โดยรายละเอียดของที่พักระยะแต่ละแห่งจะแสดงอยู่บนเว็บไซต์ของค่ายมวยพร้อมทั้งแสดงราคาเป็นรายวัน และรายเดือน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจองผ่านเว็บไซต์และโทรจองโดยตรงกับค่ายมวย นอกจากนี้ที่พัสดังกล่าว ค่ายมวยไทเกอร์ยังมีการสร้างความร่วมมือเรื่องการทำที่พักร่วมกับชุมชนภายในซอยตาเอียดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยโดยให้ผู้ประกอบการในชุมชนสร้างที่พักตามมาตรฐาน และค่ายมวยไทเกอร์จะจัดส่งจำนวนลูกค้าเข้าไปยังที่พักที่ได้ทำความร่วมมือในชุมชน ถือว่าเป็นต้นแบบในการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและเกิดการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน ดังภาพที่ 4.24 และภาพที่ 4.25



ภาพที่ 4.24 ที่พักค่ายมวยไทเกอร์

ที่มา: www.tigermuaythai.com (2562)



ภาพที่ 4.25 ที่พักใกล้ค่ายมวยไทเกอร์

ที่มา : www.tigermuaythai.com (2562)

6) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬานั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย ซึ่งค่ายมวยไทเกอร์จังหวัดภูเก็ตนั้น ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์และแนวทางการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน กอปรกับมีประสบการณ์ในการรองรับการนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยมากกว่า 10 ปี ค่ายมวยไทเกอร์มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้ค่ายมวยไทเกอร์ มีความแข็งแกร่งในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยจนเหมาะสมในการนำมาเป็นพื้นที่ต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

6.1) ฟิตเนสเซ็นเตอร์

ค่ายมวยไทเกอร์มีฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่มีขนาดใหญ่และมีความทันสมัย มีอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ซึ่งภายในฟิตเนสเซ็นเตอร์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ (Cardio Zone) และแบบเวทเทรนนิ่ง (Weight Training Zone) ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ในฟิตเนสเซ็นเตอร์นั้น ยังมีห้องฝึกโยคะ ห้องเรียนศิลปะการต่อสู้แบบผสมผสานไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ (Niche) เป็นพิเศษด้วย ดังภาพการลงพื้นที่ ภาพที่ 4.26



ภาพที่ 4.26 สัมภาษณ์ผู้บริหารไทเกอร์มวยไทย คุณเมธี วัฒนศิริโรจน์

เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

6.2) สระว่ายน้ำที่มีมาตรฐาน

ค่ายมวยไทยเกอร์มีสระว่ายน้ำที่มีมาตรฐานและปลอดภัยเอาไว้บริการนักท่องเที่ยวของค่ายที่ต้องการพักผ่อนและออกกำลังกาย ดังภาพที่ 4.27



ภาพที่ 4.27 สระว่ายน้ำค่ายมวยไทยเกอร์

ที่มา : www.tigermuaythai.com (2562)

6.3) เวทีมวยที่มีมาตรฐาน จำนวน 4 เวที เอาไว้บริการนักท่องเที่ยวในการฝึกซ้อมศิลปะการต่อสู้มวยไทยและเรียนรู้มวยไทยโบราณ ดังภาพที่ 4.28



ภาพที่ 4.28 เวทีมวยไทยค่ายมวยไทยเกอร์

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

6.4 ห้องพยาบาล

ค่ายมวยไทเกอร์ที่มีห้องพยาบาลที่มีมาตรฐานเอาไว้บริการนักท่องเที่ยวของค่ายจากการขาดเจ็บระหว่างการฝึกซ้อมมวยไทย

6.5 ร้านขายอุปกรณ์กีฬามวยไทย

ภายในค่ายมวยไทเกอร์มีร้านขายอุปกรณ์กีฬามวยไทยไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวย เช่น ชุดเรียนมวยไทย กางเกงมวย อุปกรณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องและจำเป็น ดังภาพที่ 4.29



ภาพที่ 4.29 สินค้าที่ถูกวางจำหน่ายในร้านขายอุปกรณ์กีฬามวยไทย ค่ายมวยไทเกอร์
ที่มา : www.tigermuaythai.com (2562)

นอกเหนือจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ค่ายมวยยังให้ความสำคัญกับโภชนาการและการรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพด้วย จึงมีการให้บริการอาหารออร์แกนิกเพื่อสุขภาพที่ร้านอาหารภายในค่ายมวย ดังภาพประกอบเมนูอาหาร ภาพที่ 4.30



ภาพที่ 4.30 รายการเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ค่ายมวยไทเกอร์
ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬาของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่ค่ายมวย Tiger มีความสมบูรณ์และเป็นที่ประจักษ์ใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งถือได้ว่าปัจจัยด้านโภชนาการนั้นเป็นปัจจัยที่มีส่วนเติมเต็มห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่สำคัญ นอกจากร้านอาหารในค่ายมวยแล้ว ค่ายมวยยังมีบาร์เครื่องดื่มไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งพื้นที่บริเวณรอบ ๆ ค่ายมวย มีร้านค้า ร้านอาหาร ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวมากมาย อีกทั้งค่ายมวยยังมีบริการให้เช่ารถและมีเคาน์เตอร์แนะนำโปรแกรมนำเที่ยว



ภาพที่ 4.31 จุดบริการอุปกรณ์ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ค่ายมวยไทเกอร์

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories)

ค่ายมวยไทเกอร์ ตั้งอยู่ในซอยตาเอียด ต.ฉลอง อ.เมือง จังหวัดภูเก็ตเปิดให้บริการมานานถึง 14 ปี จนเป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วโลก ส่วนมากร้อยละ 99.00 ของผู้ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งนี้ ไทเกอร์มวยไทยดำเนินพัฒนาธุรกิจโดยการเปิดสอนศิลปะมวยไทย กระบี่กระบอง รวมถึงการต่อสู้ชนิดอื่น ๆ อาทิ ศิลปะการต่อสู้แบบผสมผสาน บราซิลเลียน ยูยิสสู ยูโด โยคะ และกิจกรรมอื่น ๆ อีกจำนวนมาก ซึ่งในแต่ละวัน ไทเกอร์มวยไทยสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการวันละไม่ต่ำกว่า วันละ 400 คน และค่ายมวยมีการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะมวยไทยให้

นักท่องเที่ยวที่มาเรียนโดยการจัดกิจกรรมการแข่งขันชกมวยไทยและแสดงศิลปะการต่อสู้มวยโบราณ ภายในค่ายทุก ๆ สัปดาห์

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารไทเกอร์มวยไทย จึงเห็นได้ว่า เมื่อ 14 ปีที่ผ่านมา ไทเกอร์มวยไทยได้ใช้ต้นทุนมากกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทในการลงทุนธุรกิจค่ายมวยไทย ภายในค่ายจะมีเวทีมวยไทย มวยกรงแปดเหลี่ยม ฟิตเนส ห้องพักรัก และร้านอาหาร ครบวงจร ได้รับการตอบรับที่ดีจนเกิดกระแสนิยมบอกต่อปากต่อปาก จากชาวต่างประเทศอีกทั้งทางช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ จนปัจจุบันกลายเป็นที่รู้จักกันว่า นี่คือโรงยิมมวยไทยอันดับหนึ่งของโลก (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เมธี วัฒนศิริโรจน์ เมื่อวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2562)

นอกจากนี้ค่ายมวยไทเกอร์ยังเป็นสถานประกอบการแห่งแรกที่น่าศิลปะการต่อสู้มวยไทยมาพัฒนาพื้นที่ในซอยตาเอียด ซึ่งปัจจุบันภายในซอยแห่งนี้มีการจัดทำธุรกิจค่ายมวยเพิ่มขึ้นมากกว่า 10 ค่าย ในแต่ละวันภายในซอยแห่งนี้มีนักท่องเที่ยวมาเรียนมวยไทยไม่ต่ำกว่าละ 1,000 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เมธี วัฒนศิริโรจน์ เมื่อวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2562)

“แบรนด์ไทเกอร์ มวยไทย” ที่เป็นธุรกิจของคนไทยที่มีทุนทรัพย์ในการดำเนินงานหลายพันล้านบาท (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เมธี วัฒนศิริโรจน์ เมื่อวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2562) และปัจจุบันกำลังขยายธุรกิจ แพร่ไปยังต่างประเทศ โดยมีปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการค่ายมวยไทเกอร์ ดังนี้

ด้านบุคลากร (People)

สถานที่แห่งนี้มีบุคลากรที่มีประสบการณ์ มากกว่า 150 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร นักการตลาด ครูมวยไทย เทรนเนอร์ และบุคลากรด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บ่งบอกถึงศักยภาพและความยิ่งใหญ่ของค่ายมวยแห่งนี้ นอกจากความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการแล้ว ครูฝึกในสถานที่ประกอบการแห่งนี้ต่างเป็นถึงระดับแชมป์เปียนและมีประสบการณ์ความสามารถในการสอนมวยไทยมีอยู่ราวประมาณ 60 คน มีครูสอนมวยไทย เทรนเนอร์สอนมวยทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีนักวิเคราะห์สุขภาพ นักเทคนิคเฉพาะต่างๆ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ค่ายมวยไทเกอร์ได้ขยายธุรกิจจัดทำผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากคอร์สหลักสูตรเรียนมวยไทย โดยจำหน่ายส่งออกอุปกรณ์ เครื่องแต่งกาย ชุดกีฬา ที่มีระดับเกรดคุณภาพมูลค่าสูงระดับนานาชาติ ด้วยโลโก้ “เสือโคร่ง” อันเป็นตราสัญลักษณ์ของไทเกอร์ ซึ่งมีลิขสิทธิ์และดีไซน์เป็นของ

ตัวเองได้สร้างมูลค่าให้กับองค์กรอย่างมหาศาลจนเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกสามารถดึงดูดความต้องการชาวต่างประเทศ ผู้สนใจทุกเพศวัย ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยและ หันมาให้ความสำคัญกับการฝึกมวยไทย

ด้านสถานที่และอุปกรณ์ (Place)

ค่ายมวยไทยมีสถานที่สามารถรองรับผู้มาเรียนมวยไทยและนักท่องเที่ยวยังกีฬาต่อวันได้มากถึง 400 คน มีวัสดุ อุปกรณ์ที่ทันสมัย รวมไปถึงนวัตกรรมอุปกรณ์ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ตรงตามความต้องการของผู้มาเรียนมวยไทย

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion)

ค่ายมวยไทยเกอร์ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตลาดของค่ายมวยเป็นอย่างมาก มีการจ้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ทางการตลาดโดยตรงมาเป็นผู้ปฏิบัติงาน วางแผนงานร่วมกับคณะผู้บริหาร ซึ่งให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้มาใช้บริการ ค่ายมวยไทยเกอร์มีการเผยแพร่ข่าวสารข้อเท็จจริงและความคิดเห็นต่างๆ ของค่ายมวยไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวยไทย หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ไปยังสื่อสาธารณะเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งทางช่องทาง Online และ off line มีการร่วมจัดการแข่งขันชกมวยไทยร่วมกับแบรนด์การจัดการแข่งขันอย่างไทไฟท์ (Thai Fight) ร่วมประชาสัมพันธ์มวยไทยกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วิธีการดำเนินการดังกล่าวนอกจากจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ ให้ผู้สนใจเกิดความนิยมศรัทธาต่อค่ายมวยไทยเกอร์แล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างค่ายมวยกับผู้ประกอบการ หรือมาใช้บริการและผู้สนใจอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีโปรโมชั่นสำหรับลูกค้าที่หลากหลาย มีโปรแกรม ลด แลก แจก แถม รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในราคาพิเศษเฉพาะของลูกค้าที่เป็นสมาชิกของค่ายมวยไทยเกอร์

ค่ายมวยไทยเกอร์มีกลยุทธ์ในการการโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อเป็นการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค มีการสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจ โดยจากการศึกษาข้อมูลพบว่าไทยเกอร์มีหลักการโฆษณาขายสินค้าและบริการ หลักๆ อยู่ 3 ด้านคือ 1) นำเสนอข้อดีของผลิตภัณฑ์ต่างๆของค่ายมวย และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับหลังจากเข้ารับหรือบริโภคสินค้าและบริการ 2) นำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ โดยค่ายมวยไทยเกอร์จะมีเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การบริการ รวมไปถึงสินค้าที่เกี่ยวข้อง ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดล้วนมีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และชี้ให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์และความคุ้มค่าที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และ 3) มีการนำบุคคลที่ได้รับความนิยมมาเป็นแบบโฆษณา มาฝึกซ้อมมวยไทยในค่าย มาเป็นครูผู้สอน ทำให้ผู้มาใช้บริการมีแรงจูงใจในการมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ไทยเกอร์ยังมีเครือข่ายความร่วมมือกับภาคธุรกิจ ททท. ค่ายมวยในต่างประเทศอีกด้วย

ความสะอาดและความปลอดภัย

นอกเหนือจากสิ่งอำนวยความสะดวก ไทยเกอร์มวยไทยตระหนักถึงความสะอาดและความปลอดภัยของผู้มารับบริการในค่ายมวย โดยจะมีบุคลากรคอยดูแลด้านความสะอาดและความปลอดภัยตลอดเวลา ดังภาพที่ 4.32



ภาพที่ 4.32 ความเข้มงวดในการรักษาความสะอาดของค่ายมวยไทยเกอร์

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

ด้านเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์การกีฬา

ค่ายมวยไทยเกอร์ถือเป็นค่ายมวยไทยต้นแบบที่นำหลักเทคโนโลยีผสมผสานหลักวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาใช้ในการจัดการเรียนการสอนมวยไทย เช่น มีนวัตกรรมการวัด Protein balance การจัดการโปรแกรมที่ดึงเอาหลักวิทยาศาสตร์การกีฬามาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน เช่น ด้านจิตวิทยา การกีฬา โภชนาการการกีฬา และด้านชีวกลศาสตร์การกีฬา



ภาพที่ 4.33 Fitness coach ค่ายมวยไทยเกอร์

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

ด้านราคา (Price)

ค่ายมวยไทเกอร์มีราคาสำหรับสินค้าและบริการที่หลากหลายและผู้มาใช้ซื้อและใช้บริการสามารถต่อรองถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของค่ายมวยได้ โดยราคาจะแยกตามประเภทของสินค้า การใช้บริการหรือหลักสูตรที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียน แยกเป็นรายชั่วโมง รายสัปดาห์ รายเดือน และสามเดือน เป็นต้น

การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ค่ายมวยไทเกอร์มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้มาใช้บริการอย่างมีมาตรฐาน มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีห้องพยาบาล มีอุปกรณ์พื้นฐานเพื่อป้องกันการเกิดเหตุอัคคีภัย มีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาดภายในบริเวณของค่ายมวยตลอดเวลาเพื่อรองรับการใช้งานของลูกค้า ให้มีความสะอาดอยู่ตลอดเวลา นอกจากพื้นที่ที่บริเวณค่ายมวยได้ถูกจัดตกแต่งสภาพแวดล้อมให้น่าอยู่ มีบรรยากาศธรรมชาติ มีต้นไม้ล้อมรอบบริเวณค่ายมวย เกิดความร่มรื่น บรรยากาศน่าเรียนรู้และนำใช้บริการ มีร้านค้าจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และคลินิกให้คำปรึกษาด้านหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา ไฟฟ้า ระบบอินเทอร์เน็ตทั่วถึง รวมไปถึงมีป้ายแสดงข้อมูลต่างๆ เบื้องต้นของค่ายมวยให้ผู้เข้ามาใช้บริการได้ศึกษาข้อมูลของค่ายมวยเบื้องต้นได้

ด้านกระบวนการ (Process)

ค่ายมวยไทเกอร์มีระบบการเข้าถึงข้อมูลของค่ายมวยในช่องทางออนไลน์ ลูกค้าสามารถจองคอร์สเรียนหรือหลักสูตรผ่านช่องทางระบบออนไลน์ได้ ช่องทางการชำระมีความสะดวกสบายสามารถชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้ทั้งช่องทางการชำระผ่านเงินสด (Cash) และบัตรเครดิต (Credit card) บุคลากรภายในค่ายให้บริการต่อลูกค้าด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ เอาใจใส่ลูกค้าและคำนึงถึงคุณภาพในการให้บริการ และให้ความสำคัญต่อการให้ข้อเสนอแนะในการให้บริการจากลูกค้าเป็นอย่างมาก

จากการกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าค่ายมวยไทเกอร์เป็นค่ายมวยไทยต้นแบบที่มีรูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยที่ดี เป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำศิลปมวยไทย และภูมิปัญญา ศิลปะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติที่นอกจากจะใช้เพื่อป้องกันตัวมาต่อยอดพัฒนาสร้างเป็นธุรกิจ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ ซึ่งไทเกอร์มวยไทยสร้างรายได้มากกว่า 150 ล้านบาทต่อปี (ข้อมูลตัวเลขจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารค่ายมวยไทเกอร์ คุณเมธี วัฒนศิริโรจน์ เมื่อวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2562) ต่อยอดไปถึงการสร้างมวยไทยให้เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นแบบอย่างให้องค์กร หรือผู้ที่สนใจอยากจะทำธุรกิจมวยไทยสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการดำเนินการจัดตั้งธุรกิจ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และถือเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์เผยแพร่มวยไทยให้คงอยู่สืบไป

รูปแบบการบริหารจัดการของค่ายมวยไทเกอร์ดังกล่าวมีความ แตกต่างด้านการบริหารจัดการค่ายมวยทั่วไป สร้างสรรค์กิจกรรมโดยการบูรณาการยึดโยงกับอัตลักษณ์ไทย ในหลายรูปแบบ ตั้งแต่การออกแบบบรรยากาศค่ายมวย มีการตั้งเวทีมวย สำหรับการฝึกซ้อม สอนไหว้ครู มี หลักสูตรมวยไทยโบราณ กระบี่กระบอง เป็นต้น และมีองค์ความรู้ ทางด้านมวยไทย โดยผู้ฝึกสอนมวยไทยส่วนใหญ่ คือ นักมวยไทยอาชีพที่ผันตัวเองจากการเป็นนักชก นำทักษะและประสบการณ์มาต่อยอดเป็นครูผู้สอนมวยไทย ผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการสื่อสารไปยังลูกค้า และ ผู้สนใจ ได้อย่างเข้าถึง จนทำให้ค่ายมวยไทเกอร์ เกิดการยอมรับและมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์และที่สำคัญค่ายมวยไทเกอร์เป็นแบบอย่างในการบริหารจัดการค่ายมวยไทยที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงส่งผลให้เกิดความมั่นคงและส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังภาพรูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยของไทเกอร์มวยไทย ดังภาพที่ 4.34 ต่อไปนี้



ภาพที่ 4.34 รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยของค่ายมวยไทเกอร์ จังหวัดภูเก็ต

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

ก. ด้านเศรษฐกิจ

5.1 ผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทย

ปัจจุบันพบว่า ประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานใดทำการรวบรวมสถิติข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยไว้เป็นศูนย์กลาง ดังนั้น คณะนักวิจัยจึงได้ทำการค้นคว้าจากฐานข้อมูลออนไลน์ การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานจริง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ทำให้ได้ข้อมูลสำหรับจำนวนผู้ที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ปี พ.ศ. 2562 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 โครงสร้างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทย	ระยะเวลาในการเรียน				รวมจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยในประเทศไทย พ.ศ. 2562
	1 สัปดาห์ (คน)	1 เดือน (คน)	3 เดือน (คน)	6 เดือน (คน)	
ภาคใต้	58,233	10,191	2,265	566	71,254
ภาคกลาง	243,648	42,638	4,738	4,738	295,762
ภาคเหนือ	8,011	1,869	415	208	10,504
ภาคตะวันตก	115	54	9	4	182
ภาคตะวันออก	13,410	1,565	522	261	15,757
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยรวม (คน)	323,417	56,316	7,948	5,777	393,458
สัดส่วน (ร้อยละ)	82.20	14.31	2.02	1.47	100

หมายเหตุ : ข้อมูลเชิงตัวเลขอ้างอิงจากผู้ให้ข้อมูลหลักจากการสัมภาษณ์และฐานข้อมูล

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2562)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย จากผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก หัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการค่ายมวย ผู้จัดการกิจกรรมการแข่งขันชกมวย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมมวยไทย และได้นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุป เพื่อหาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยให้ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด อีกทั้งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รวบรวมฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยไว้ ดังนั้นจากข้อมูลที่ได้ พบว่า ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวย โดยประมาณ 393,458 คน และเมื่อจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยตามประเภทระยะเวลาของการเรียน พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 สัปดาห์ มากที่สุด 323,417 คน คิดเป็นร้อยละ 82.20 รองลงมา คือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 เดือน จำนวน 56,316 คน คิดเป็นร้อยละ 14.31 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 3 เดือน จำนวน 7,948 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 6 เดือน จำนวน 5,777 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47

ตารางที่ 4.16 โครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ 2562

ลำดับ	หมวดค่าใช้จ่าย	ระยะเวลาในการเรียนมวยไทย			
		1 สัปดาห์	1 เดือน	3 เดือน	6 เดือน
1	ค่าคอร์สเรียน	2,877.04	5,229.90	15,444.63	22,097.14
2	การบริหารโรงแรมและที่พัก	11,154.28	10,050.83	30,833.97	53,214.88
3	การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	8,278.97	11,310.78	31,746.20	57,972.54
4	การขนส่งผู้โดยสารทางบก	3,912.77	7,293.49	13,307.26	32,094.64
5	การเช่ารถยนต์และ จักรยานยนต์โดยไม่มีคน ควบคุม	4,913.05	5,343.94	3,726.30	5,296.86
6	ค่าของที่ระลึก	1,405.63	2,506.86	4,429.06	4,664.68
7	ค่าอุปกรณ์กีฬามวย	455.75	1,433.01	2,288.63	2,948.70
8	ค่าผลิตภัณฑ์ (อาหารเสริม/ยานวด/ยาต้ม)	1,047.34	1,345.64	2,613.32	2,394.54
9	ค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวอื่น ๆ (ค่าเช่า อุทยาน ทัวร์ในพื้นที่)	4,335.60	7,695.64	11,014.53	10,629.92
รวมค่าใช้จ่าย/คน/ครั้ง (บาท)		38,380.42	52,210.10	115,403.91	191,313.90
เฉลี่ย/คน/วัน (บาท)		5,482.92	1,740	1,282	1,063

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ 2562

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 4.16 แสดงโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 สัปดาห์ มีค่าการใช้จ่ายเกี่ยวกับโรงแรมและที่พักมากที่สุด เท่ากับ 11,154.28 บาท รองลงมาคือ การใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม เท่ากับ 8,278.97 บาท และการเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม เท่ากับ 4,913.05 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยต่อคนต่อครั้ง เท่ากับ 38,380.42 บาท และค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 5,482.92 บาท

นักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 เดือน มีค่าการใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด เท่ากับ 11,310.78 บาท รองลงมาคือ ค่าโรงแรมและที่พัก เท่ากับ 10,050.83 บาท และค่าบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ (ค่าเช่าอุทยาน ทัวร์ในพื้นที่) เท่ากับ 4,913.05 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยต่อคนต่อครั้ง เท่ากับ 52,210.10 บาท และค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 1,740 บาท

นักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 3 เดือน มีค่าการใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด เท่ากับ 31,746.20 บาท รองลงมาคือ ค่าโรงแรมและที่พัก เท่ากับ 30,833.97 บาท และค่าคอร์สเรียน เท่ากับ 15,444.63 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยต่อคนต่อครั้ง เท่ากับ 115,403.91 บาท และค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 1,282 บาท

นักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 6 เดือน มีค่าการใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด เท่ากับ 57,972.54 บาท รองลงมาคือ ค่าโรงแรมและที่พัก เท่ากับ 53,214.88 บาท และ การขนส่งผู้โดยสารทางบกเท่ากับ 32,094.64 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยต่อคนต่อครั้ง เท่ากับ 191,313.90 บาท และค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน เท่ากับ 1,063 บาท

เมื่อพิจารณาข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในการเรียนมวยไทยนั้นจะมีค่าใช้จ่ายในการเรียนที่ลดลงตามระยะเวลาที่เรียน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวประเทศที่มาเรียนมวยไทยในระยะเวลาที่นานขึ้น นักท่องเที่ยวจะเริ่มศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตต่างๆในชุมชน เช่น การเลือกที่พัก บริเวณรอบ ๆ กับค่ายมวยเพื่อลดค่าใช้จ่ายการเดินทาง และเลือกรับประทานอาหารในบริเวณรอบค่ายมวย จึงทำให้เกิดการใช้จ่ายที่ลดน้อยลง

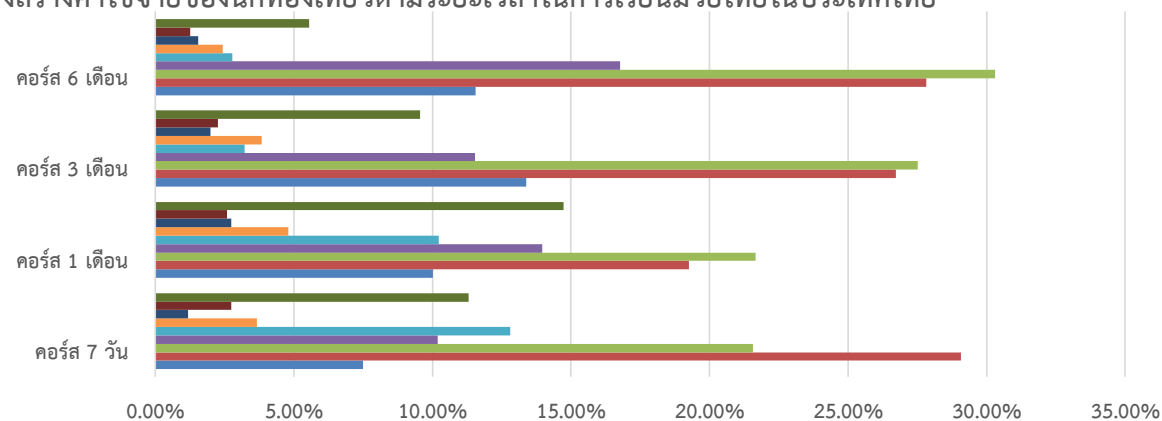
ตารางที่ 4.17 มูลค่าทางเศรษฐกิจตามพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เรียนมวยไทยในประเทศไทยจำแนกตามระยะเวลาในการเรียน

ที่	กิจกรรม / ประเภท	ระยะเวลาในการเรียน							
		1 สัปดาห์	ร้อยละ	1 เดือน	ร้อยละ	3 เดือน	ร้อยละ	6 เดือน	ร้อยละ
1	ค่าคอร์สเรียน	930,483,471.43	7.50	294,529,790.00	10.02	122,754,416.67	13.38	127,647,800.00	11.55
2	การบริการโรงแรมและที่พัก	3,607,479,385.71	29.06	566,027,650.00	19.25	245,069,424.00	26.72	307,404,604.67	27.82
3	การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	2,677,557,792.86	21.57	636,983,450.00	21.66	252,319,880.00	27.51	334,888,015.83	30.30
4	การขนส่งผู้โดยสารทางบก	1,265,455,561.71	10.19	410,743,820.00	13.97	105,766,518.00	11.53	185,400,060.00	16.78
5	การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม	1,588,960,997.14	12.80	300,951,740.80	10.24	29,616,745.00	3.23	30,598,179.47	2.77
6	ค่าของที่ระลึก	454,604,408.57	3.66	141,177,307.50	4.80	35,202,351.60	3.84	26,946,292.75	2.44
7	ค่าอุปกรณ์กีฬามวย	147,396,321.43	1.19	80,702,339.00	2.74	18,190,126.20	1.9	17,033,678.83	1.54
8	ค่าผลิตภัณฑ์	338,726,456.57	2.73	75,781,729.60	2.58	20,770,778.33	2.26%	13,832,478.10	1.25
9	ค่าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ	1,402,205,286.86	11.30	433,391,236.00	14.74	87,543,877.73	9.54	61,405,501.42	5.56
มูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (บาท)		12,412,869,682.28	100	2,940,289,064.00	100	917,234,117.53	100	1,105,156,611.07	100
สัดส่วนมูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ)		71.43%		16.92%		5.27%		6.36%	
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อคอร์ส (เฉลี่ย)		38,380.42		52,210.10		115,403.91		191,313.90	

หมายเหตุ : คำนวณจากค่าใช้จ่ายในแต่ละกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อครั้งคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยในแต่ละกลุ่ม

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จำแนกโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาในการเรียนมวยไทยในประเทศไทย



	คอร์ส 7 วัน	คอร์ส 1 เดือน	คอร์ส 3 เดือน	คอร์ส 6 เดือน
ค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ (ค่าเช่าอุทยาน ทิวไรในพื้นที่)	11.30%	14.74%	9.54%	5.56%
ค่าผลิตภัณฑ์(อาหารเสริม/ยานวด/ยาต้ม)	2.73%	2.58%	2.26%	1.25%
ค่าอุปกรณ์กีฬามวย	1.19%	2.74%	1.98%	1.54%
ค่าของที่ระลึก	3.66%	4.80%	3.84%	2.44%
การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม	12.80%	10.24%	3.23%	2.77%
การขนส่งผู้โดยสารทางบก	10.19%	13.97%	11.53%	16.78%
การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	21.57%	21.66%	27.51%	30.30%
การบริหารโรงแรมและที่พัก	29.06%	19.25%	26.72%	27.82%
ค่าคลอสเรียน	7.50%	10.02%	13.38%	11.55%

ภาพที่ 4.35 จำแนกโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาในการเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามโครงสร้างค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่เรียนมวยไทยทั้ง 4 กิจกรรม ประกอบด้วย ระยะเวลาเรียน 1 สัปดาห์ ระยะเวลาเรียน 1 เดือน ระยะเวลาเรียน 3 เดือน และระยะเวลาเรียน 6 เดือน โดยการนำค่าใช้จ่ายในแต่ละกิจกรรมของนักท่องเที่ยงที่ใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยในแต่ละกลุ่ม พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย 1 สัปดาห์ มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุด มีมูลค่าประมาณ 12,412,869,682.28 บาท คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา คือ กลุ่มที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 เดือน มีมูลค่าประมาณ 2,940,289,064.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.92 กลุ่มที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 6 เดือน มีมูลค่าประมาณ 1,105,156,611.07 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.36 และกลุ่มที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 3 เดือน มีมูลค่าประมาณ 917,234,117.53 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.27 ต่อมาเมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและข้อมูลด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยแต่ละประเภท พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยระยะเวลา 1 สัปดาห์ จะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อคอร์ส จำนวนคนละ 38,380.42 บาท โดยจ่ายเป็นค่าโรงแรมและที่พักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.06 ต่อมาคือค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 21.57 และ ค่าขนส่งผู้โดยสารทางบก คิดเป็นร้อยละ 10.19

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยระยะเวลา 1 เดือน จะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อคอร์ส จำนวนคนละ 52,210.10 บาท โดยจ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.66 ต่อมาคือค่าบริการโรงแรมและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 19.25 และ ค่าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.74

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยระยะเวลา 3 เดือน จะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อคอร์ส จำนวนคนละ 115,403.91 บาท โดยจ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.51 รองลงมาคือค่าบริการโรงแรมและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 26.72 และ ค่าคอร์สเรียน คิดเป็นร้อยละ 13.38

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยระยะเวลา 6 เดือน จะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อคอร์ส จำนวนคนละ 191,313.90 บาท โดยจ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ร้อยละ 30.30 รองลงมาคือค่าบริการโรงแรมและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 27.82 และ ค่าขนส่งผู้โดยสารทางบก คิดเป็นร้อยละ 16.78

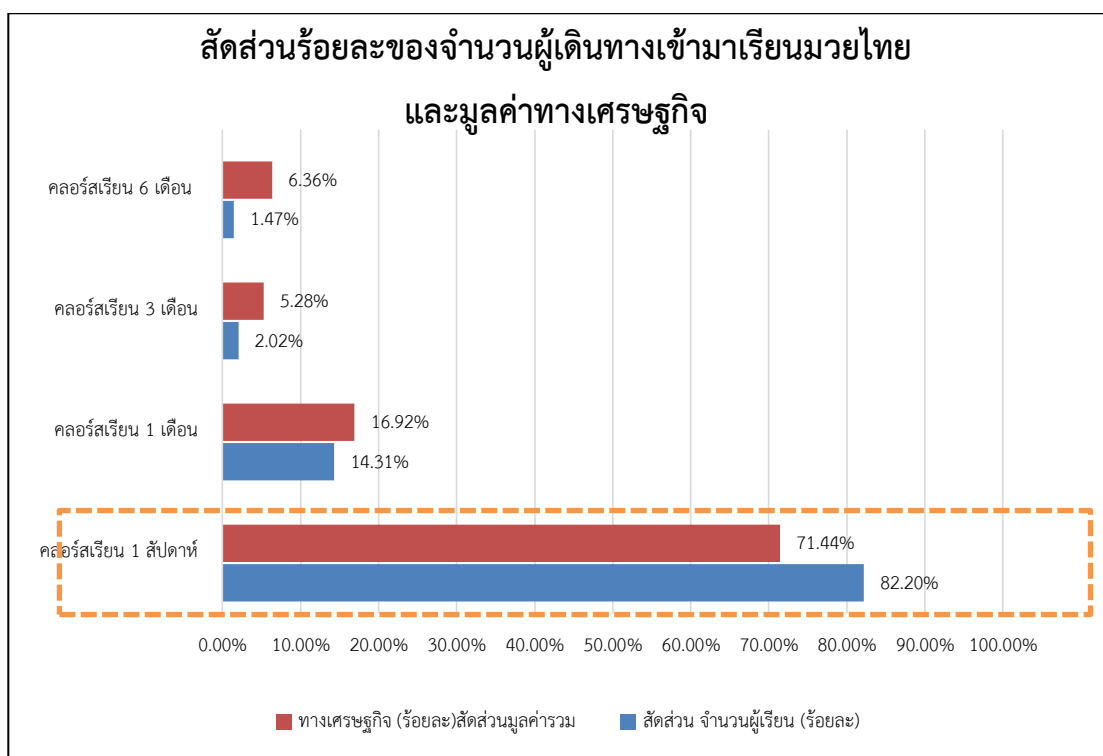
ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เพื่อหาศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยเปรียบเทียบระหว่าง จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทย กับ มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เพื่อหากลุ่มเป้าหมายใหม่ในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย พบว่า

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยในระยะเวลา 1 สัปดาห์ มีสัดส่วนมากที่สุด โดยพบว่ามีสัดส่วน จำนวน 82.20% ส่งผลทำให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุด 71.43%
- 2) กลุ่มผู้มาเรียนในระยะเวลา 1 เดือน มีสัดส่วนเท่ากับ 14.31% ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ 16.29%
- 3) กลุ่มผู้มาเรียนในระยะเวลา 3 เดือน มีสัดส่วนเท่ากับ 2.02% ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ 5.27% ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยที่สุด
- 4) กลุ่มกลุ่มผู้มาเรียนในระยะเวลา 6 เดือน มีสัดส่วนจำนวนผู้เรียนน้อยที่สุด เท่ากับ 1.47% แต่มีสัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจ 6.36% ดังผลการวิเคราะห์ ตารางที่ 4.18 และภาพที่ 4.36

ตารางที่ 4.18 สัดส่วนร้อยละของจำนวนผู้เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยและมูลค่าทางเศรษฐกิจ

กิจกรรม / ประเภท	ระยะเวลาในการเรียนมวยไทย				รวมจำนวนผู้เรียนมวยในประเทศไทย พ.ศ.2562
	1 สัปดาห์	1 เดือน	3 เดือน	6 เดือน	
จำนวนผู้เรียนมวยรวม (คน)	323,417	56,316	7,948	5,777	393,458
มูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (ล้านบาท)	12,412.87	2,940.29	917.23	1,105.16	17,375.55
สัดส่วนจำนวนผู้เรียน (ร้อยละ)	82.20%	14.31%	2.02%	1.47%	100%
สัดส่วนมูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ)	71.44%	16.92%	5.28%	6.36%	100%

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 4.36 สัดส่วนร้อยละของจำนวนผู้เดินทางเข้ามาเรียนมวยไทยและมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

ในการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย สำหรับผู้มาเรียนมวยไทย พ.ศ. 2562 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (I/O analysis) ประเมินผลกระทบทั้งหมดที่เป็นผลรวมของผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทย (สมมติให้เป็นเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) โดยใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่สำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism I/O table) ขนาด 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ที่เป็นข้อมูล ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์ ซึ่งคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ปรับตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวให้มีขนาด 26x26 สาขาการผลิต

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยต่อคนต่อครั้ง และนำผลที่ได้มาคำนวณเป็นผลรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ พบว่า สามารถจำแนกหมวดค่าใช้จ่าย ได้ 9 หมวดที่สำคัญ ได้แก่

1) ค่าคอร์สเรียน ค่าบริการโรงแรมและที่พัก ค่าการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ค่าการขนส่งผู้โดยสารทางบก ค่าเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม ค่าของที่ระลึก ค่าอุปกรณ์กีฬา มวย และค่าค่าผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 นำมูลค่ารวมของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Final Demand) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Analysis : I/O Analysis) ขนาด 26x26 สาขาการผลิต ด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมด (Total) ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) และทางอ้อม (Indirect Impact) ที่มีต่อการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรมมวยไทย (Total) 1 บาท เพื่อวัดผลกระทบอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยตรง (Type I – Multiplier) และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยอ้อม (Multiplier) จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย

ขั้นตอนที่ 5 คำนวณสัดส่วนร้อยละของการกระจายผลประโยชน์ไปสู่อุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกสาขาการผลิตในภาคการท่องเที่ยว (Direct) จำนวน 12 กลุ่ม และอุตสาหกรรมภายนอกภาคการท่องเที่ยว (Indirect) จำนวน 14 กลุ่ม ที่จัดทำขึ้นโดยกรมการท่องเที่ยว ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562

IO-Code	โครงสร้างค่าใช้จ่าย	ผู้มาเรียนมวยไทย			
		Final demand	Total	Direct	Indirect
1	เกษตรกรรม การล่าสัตว์ ป่าไม้	0	2,858,373,413	1,050,782,315	1,807,591,097
2	การทำเหมืองและเหมืองหิน	0	1,881,960,111	114,346,508	1,767,613,603
3	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	0	3,002,820,931	2,102,900,403	899,920,528
4	การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	0	564,418,607	283,248,572	281,170,035
5	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก	449,111,443	4,650,510,422	1,365,317,043	3,285,193,379
6	การผลิตผลิตภัณฑ์หนัง	0	17,622,182	9,151,130	8,471,052
7	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะและเครื่องจักร	0	4,071,170,643	831,521,172	3,239,649,471
8	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	263,322,465	1,284,513,435	376,788,213	907,725,222
9	การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	0	2,271,576,661	1,350,666,546	920,910,115
10	การก่อสร้าง	0	66,124,263	46,596,642	19,527,620
11	การค้าส่งและค้าปลีก	0	0	0	0
12	การบริการโรงแรมและที่พัก	4,725,981,064	4,785,477,954	16,339,913	4,769,138,040
13	การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3,901,749,139	3,987,444,243	42,451,828	3,944,992,415
14	การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ	0	3,494,048	529,126	2,964,922
15	การขนส่งผู้โดยสารทางบก	1,967,365,960	2,004,996,566	22,026,680	1,982,969,886
16	การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำภายในประเทศ	0	22,513,865	1,430,411	21,083,453
17	การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	0	83,029,702	20,302,591	62,727,111
18	การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม	1,950,127,662	1,966,865,579	8,762,637	1,958,102,942
19	ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	0	22,104,607	10,174,748	11,929,859
20	การธนาคารและการประกันภัย	0	1,068,033,005	609,836,135	458,196,869
21	กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม	1,984,545,902	1,984,713,922	117,052	1,984,596,870
22	กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ	1,475,415,478	1,483,846,262	3,571,081	1,480,275,181
23	การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว	657,930,360	657,930,361	0	657,930,361
24	การบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ	0	59,354	59,017	337
25	การบริการอื่น ๆ	0	1,447,295,213	699,817,727	747,477,486
26	กิจกรรมที่ไม่สามารถระบุได้	0	158,237,141	78,752,400	79,484,741
Total		17,375,549,474	40,345,132,489	9,045,489,892	31,299,642,597
ร้อยละ				22.42	77.57
Multiplier		1.80			
Type-I multiplier		2.32			

หมายเหตุ : คำนวณจากการใช้จ่ายของที่ได้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับค่าสัมประสิทธิ์ของตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตปี พ.ศ. 2559

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมประมาณ (Total) 40,345,132,489 บาท จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเรียนมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็น มูลค่าที่เกิดการใช้จ่ายหรือเรียกว่า อุปสงค์ขั้นสุดท้ายประมาณ (Final Demand) 17,375,549,474 บาท อุตสาหกรรมการผลิตประมาณ (Direct Effects) 9,045,489,892 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.42 และ อุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยงประมาณ (Indirect Effects) 31,299,642,597 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.57

ดังนั้น จากผลการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่า 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวเข้ามาชมมวยไทยที่ใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.32 บาท โดยมีการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.80

ตารางที่ 4.20 ผลกระทบทางเศรษฐกิจจำแนกตามประเภทระยะเวลาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562

หน่วย : พันล้านบาท

	ระยะเวลาในการเรียนมวยไทย				Total
	1 สัปดาห์	1 เดือน	3 เดือน	6 เดือน	
Final Demand	12.41	2.94	0.91	1.10	17.3
Total	28.53	6.82	2.21	2.77	40.3
	71.44%	16.92%	5.28%	6.36%	100.00%
Direct	6.38	1.50	0.51	0.65	9.0
	22.36 %	21.97%	23.09%	23.44%	22.43%
Indirect	22.15	5.32	1.70	2.12	31.29
	77.64%	78.03%	76.91%	76.56%	77.57%
Multiplier	1.78	1.81	1.86	1.91	1.80
Type I - Multiplier	2.29	2.32	2.42	2.50	2.32

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจจากเรียนมวยไทยทั้ง 4 กลุ่ม จึงขอสรุปผลการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของกิจกรรมทั้ง 4 กลุ่ม พอสังเขป ดังนี้

กลุ่มผู้เรียนมวยไทย 1 สัปดาห์ พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวม 12.41 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 71.44 ของผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมดของกิจกรรมการเรียนมวยไทย) เป็นผลกระทบทางตรงประมาณ 6.34 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 22.36) และผลกระทบทางอ้อมประมาณ 22.15 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 77.64) โดยการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ระยะเวลา 1 สัปดาห์ เท่ากับ 1 บาท ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2.29 บาท และเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบโดยอ้อม 1.78 บาท

กลุ่มผู้เรียนมวยไทย 1 เดือน พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวม 2.94 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 16.29 ของผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมดของกิจกรรมการเรียนมวยไทย) เป็นผลกระทบทางตรงประมาณ 0.51 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 23.09) และผลกระทบทางอ้อมประมาณ 1.70 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 76.91) โดยการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยระยะเวลา 1 เดือน เท่ากับ 1 บาท ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2.32 บาท และเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบโดยอ้อม 1.81 บาท

กลุ่มผู้เรียนมวยไทย 3 เดือน พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวม 0.91 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 5.28 ของผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมดของกิจกรรมการเรียนมวยไทย) เป็นผลกระทบทางตรงประมาณ 0.51 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 23.09) และผลกระทบทางอ้อมประมาณ 1.70 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 76.91) โดยการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ระยะเวลา 3 เดือน เท่ากับ 1 บาท ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2.42 บาท และเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบโดยอ้อม 1.86 บาท

กลุ่มผู้เรียนมวยไทย 6 เดือน พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวม 1.10 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 6.36 ของผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมดของกิจกรรมการเรียนมวยไทย) เป็นผลกระทบทางตรงประมาณ 0.65 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 23.44) และผลกระทบทางอ้อมประมาณ 2.12 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 76.56) โดยการใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย ระยะเวลา 6 เดือน เท่ากับ 1 บาท ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2.50 บาท และเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบโดยอ้อม 1.91 บาท

ภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยทั้งประเทศ (Total) พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเรียนมวยไทย ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ รวมประมาณ 40.3 พันล้านบาท เป็นผลกระทบทางตรงประมาณ 9 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 22.43) และมีผลกระทบทางอ้อมประมาณ 31.29 พันล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 77.57) โดยการใช้จ่ายทั้งประเทศ (Total) 1 บาท ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ 2.32 บาท และเป็นการก่อให้เกิดผลกระทบโดยอ้อม 1.80 บาท

5.2 ผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักของคณะผู้วิจัย ประกอบด้วย นายสนามมวย บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้จัดการกิจกรรมการแข่งขัน ชกมวยไทย ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมมวยไทย และได้นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุป เพื่อหาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยให้ใกล้เคียงความเป็นจริงมากที่สุด อีกทั้งปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รวบรวมฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มามวยไทยไว้ ดังนั้นจากข้อมูลที่ได้ พบว่า ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มีจำนวน โดยประมาณ 332,020 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งในการเข้าชมการแข่งขันชกมวยไทย เท่ากับ 1,890.14 บาท เมื่อแบ่งสัดส่วนค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่าใช้จ่ายของค่าบัตรเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด เท่ากับ 1,357.06 บาท รองลงมาคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เท่ากับ 301.54 บาท ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก 144.17 และค่าพาหนะในการเดินทาง 87.37 บาท

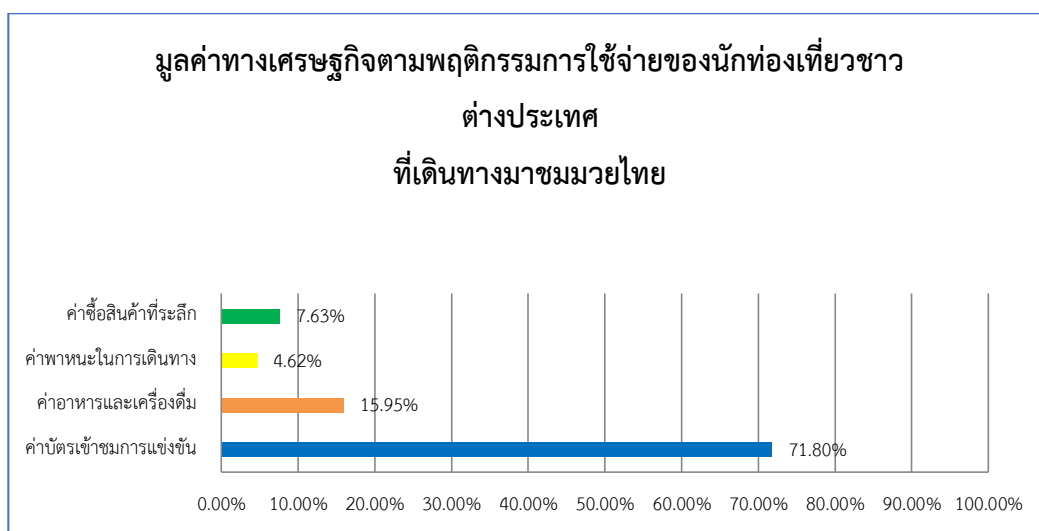
ตารางที่ 4.21 มูลค่าทางเศรษฐกิจตามพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่เดินทางมาชมมวยไทย

ลำดับ	กิจกรรม / ประเภท	มูลค่าทางเศรษฐกิจ	สัดส่วนมูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (ร้อยละ)
1	ค่าบัตรเข้าชมการแข่งขัน	450,570,000	71.80
2	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	100,118,400	15.95
3	ค่าพาหนะในการเดินทาง	29,010,000	4.62
4	ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	47,866,500	7.63
มูลค่ารวมทางเศรษฐกิจ (บาท)		627,564,900	100
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อครั้ง (ค่าเฉลี่ย)		1,890.14	

หมายเหตุ : คำนวณจากค่าจ่ายใช้จ่ายในแต่ละประเภทของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทย โดยการนำค่าใช้จ่ายในแต่ละประเภทของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งคูณกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทย พบว่า มีมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยรวมประมาณ 627,564,900 บาท เมื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและข้อมูลด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทย พบว่า นักท่องเที่ยวจะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการชมมวยไทย จำนวนคนละ 1,890.14 บาท โดยจ่ายเป็นค่าบัตรเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.80 ต่อมาคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 15.95 ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 7.63 และค่าพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 4.62 ดังแสดงในภาพที่ 4.37



ภาพที่ 4.37 จำแนกโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาชมมวยไทยของประเทศไทย
พ.ศ. 2562

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

ในการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย สำหรับผู้มาชมมวยไทย พ.ศ. 2562 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำการประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (I/O analysis) ประเมินผลกระทบทั้งหมดที่เป็นผลรวมของผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทย (สมมติให้เป็นเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) โดยใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่สำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism I/O table) ขนาด 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ที่เป็นข้อมูล ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์ ซึ่งคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ปรับตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวให้มีขนาด 26x26 สาขาการผลิต

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยต่อคนต่อครั้ง และนำผลที่ได้มาคำนวณเป็นผลรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากผลการสำรวจ พบว่า สามารถจำแนกหมวดค่าใช้จ่าย ได้ 4 หมวดที่สำคัญ ได้แก่ ค่าบัตรเข้าชมการแข่งขัน ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในการเดินทาง และค่าซื้อสินค้าที่ระลึก

ขั้นตอนที่ 3 นำมูลค่ารวมของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Final Demand) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Analysis : I/O Analysis) ขนาด 26×26 สาขาการผลิต ด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมด (Total) ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) และทางอ้อม (Indirect Impact) ที่มีต่อการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวด้วยมวยไทย (Total) 1 บาท เพื่อวัดผลกระทบอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยตรง (Type I – Multiplier) และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยอ้อม (Multiplier) จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย

ขั้นตอนที่ 5 คำนวณสัดส่วนร้อยละของการกระจายผลประโยชน์ไปสู่อุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกสาขาการผลิตในภาคการท่องเที่ยว (Direct) จำนวน 12 กลุ่ม และอุตสาหกรรมภายนอกภาคการท่องเที่ยว (Indirect) จำนวน 14 กลุ่ม ที่จัดทำขึ้นโดยกรมการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาชมมวยไทย ในประเทศไทย พ.ศ. 2562

IO-Code	โครงสร้างค่าใช้จ่าย	ผู้มาชมมวยไทย			
		Final demand	Total	Direct	Indirect
1	เกษตรกรรม การล่าสัตว์ ป่าไม้	0	72,876,658	25,967,223	46,909,435
2	การทำเหมืองและเหมืองหิน	0	50,395,732	0	50,395,732
3	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	0	67,298,601	45,625,879	21,672,722
4	การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	0	31,847,571	17,128,412	14,719,158
5	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก	0	141,956,908	50,943,140	91,013,768
6	การผลิตผลิตภัณฑ์หนัง	0	1,918,843	1,315,664	603,178
7	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะและเครื่องจักร	0	102,601,617	11,714,594	90,887,022
8	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	0	79,300,464	39,307,131	39,993,333
9	การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	0	42,218,152	18,363,533	23,854,619
10	การก่อสร้าง	0	3,305,199	2,731,692	573,506
11	การค้าส่งและค้าปลีก	0	0	0	0
12	การบริการโรงแรมและที่พัก	0	2,250,666	940,455	1,310,210
13	การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	100,118,400	101,994,183	609,385	101,384,798
14	การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ	0	87,848	6,906	80,942
15	การขนส่งผู้โดยสารทางบก	29,010,000	30,874,426	1,364,310	29,510,116
16	การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำภายในประเทศ	0	611,825	580	611,245
17	การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	0	2,652,982	584,903	2,068,080
18	การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม	0	361,558	99,659	261,900
19	ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	0	566,901	178,454	388,447
20	การธนาคารและการประกันภัย	0	18,950,254	6,774,221	12,176,032
21	กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม	0	4,555	3,004	1,551
22	กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ	450,570,000	450,815,553	88,106	450,727,447
23	การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว	47,866,500	47,866,500	0	47,866,500
24	การบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ	0	18,033	18,023	10
25	การบริการอื่น ๆ	0	49,816,755	27,988,060	21,828,695
26	กิจกรรมที่ไม่สามารถระบุได้	0	7,373,844	4,685,186	2,688,658
Total		627,564,900	1,307,965,625	256,438,519	1,051,527,106
ร้อยละ				19.60	80.39
Multiplier		1.67			
Type-I multiplier		2.08			

หมายเหตุ : คำนวณจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาชมมวยไทยที่ได้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับค่าสัมประสิทธิ์ของตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตปี พ.ศ. 2559

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมประมาณ (Total) จำนวน 1,307,965,625 บาท จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาชมมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็น มูลค่าที่เกิดการใช้จ่าย หรือเรียกว่า อุปสงค์ขั้นสุดท้ายประมาณ (Final Demand) 627,564,900 บาท อุตสาหกรรมการผลิตประมาณ (Direct Effects) 256,438,519 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.60 และ อุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยงประมาณ (Indirect Effects) จำนวน 1,051,527,106 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.39

ดังนั้น จากผลการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่า 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวเข้ามาชมมวยไทยที่ใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.08 บาท โดยมีการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.67

5.3 ผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย

การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจในภาพรวม (Total) 41,653,098,114 บาท จำแนกเป็น มูลค่าที่เกิดการใช้จ่าย หรือเรียกว่า อุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) 18,003,114,374 บาท และ จากการใช้จ่ายของผู้ที่เข้ามาเรียนมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็นอุตสาหกรรมการผลิตประมาณ (Direct Effects) 9,301,928,411 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.33 และ อุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยง (Indirect Effects) จำนวน 32,351,169,704 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.66 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

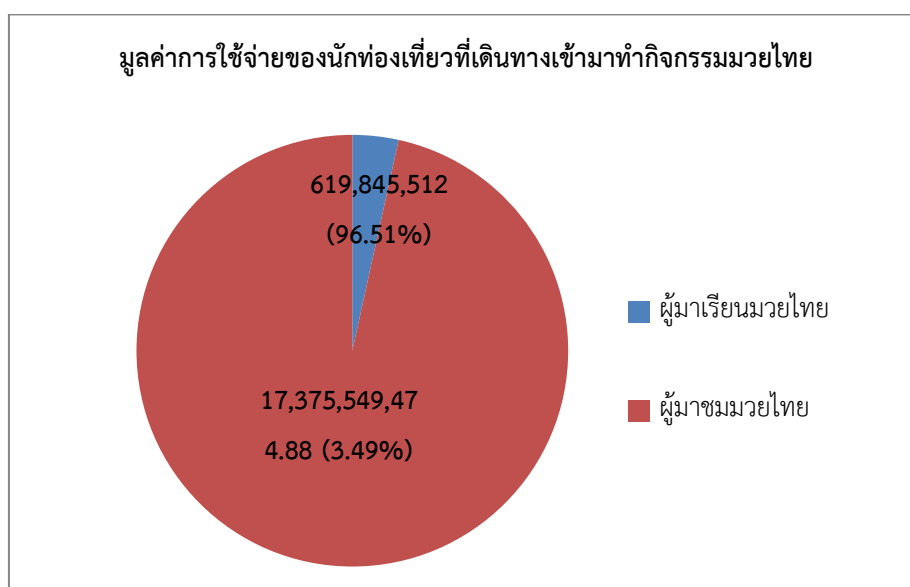
ตารางที่ 4.23 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรม
มวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562

IO- Code	โครงสร้างค่าใช้จ่าย	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรมมวยไทย			
		Final demand	Total	Direct	Indirect
1	เกษตรกรรม การล่าสัตว์ ป่าไม้	0	2,931,250,070	1,076,749,538	1,854,500,532
2	การทำเหมืองและเหมืองหิน	0	1,932,355,842	114,346,508	1,818,009,334
3	การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร	0	3,070,119,532	2,148,526,283	921,593,250
4	การผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	0	596,266,177	300,376,984	295,889,193
5	การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก	449,111,443	4,792,467,330	1,416,260,183	3,376,207,147
6	การผลิตผลิตภัณฑ์หนัง	0	19,541,025	10,466,794	9,074,231
7	การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะและเครื่องจักร	0	4,173,772,260	843,235,766	3,330,536,494
8	การผลิตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	263,322,465	1,363,813,899	416,095,344	947,718,555
9	การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา	0	2,313,794,813	1,369,030,079	944,764,734
10	การก่อสร้าง	0	69,429,461	49,328,335	20,101,127
11	การค้าส่งและค้าปลีก	0	0	0	0
12	การบริการโรงแรมและที่พัก	4,725,981,064	4,787,728,619	17,280,369	4,770,448,251
13	การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	4,001,867,539	4,089,438,426	43,061,213	4,046,377,213
14	การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ	0	3,581,896	536,031	3,045,864
15	การขนส่งผู้โดยสารทางบก	1,996,375,960	2,035,870,993	23,390,990	2,012,480,003
16	การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำภายในประเทศ	0	23,125,690	1,430,992	21,694,698
17	การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ	0	85,682,685	20,887,493	64,795,191
18	การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม	1,950,127,662	1,967,227,137	8,862,296	1,958,364,841
19	ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	0	22,671,508	10,353,202	12,318,306
20	การธนาคารและการประกันภัย	0	1,086,983,258	616,610,356	470,372,902
21	กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม	1,984,545,902	1,984,718,477	120,056	1,984,598,421
22	กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ	1,925,985,478	1,934,661,815	3,659,187	1,931,002,628
23	การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว	705,796,860	705,796,861	0	705,796,861
24	การบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ	0	77,386	77,039	347
25	การบริการอื่น ๆ	0	1,497,111,968	727,805,787	769,306,182
26	กิจกรรมที่ไม่สามารถระบุได้	0	165,610,985	83,437,586	82,173,399
Total		18,003,114,374	41,653,098,114	9,301,928,411	32,351,169,704
ร้อยละ					
Multiplier		1.79			
Type-I multiplier		2.31			

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

จากผลการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ จากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ปี พ.ศ. 2559 พบว่า มูลค่าเงินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย 1 บาท ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่ม 2.31 บาท โดยมีการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่ม ที่เชื่อมโยง 1.79

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนมูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อเศรษฐกิจสูงกว่ามูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาชมมวยไทย ดังแสดงในภาพที่ 4.38



ภาพที่ 4.38 สัดส่วนมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรมมวยไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

ตารางที่ 4.24 ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจ

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจ	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยมาก จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยจำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)
1.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อเศรษฐกิจชุมชนทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น	161 53.67	89 29.67	50 16.67	-	-
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชน	154 51.33	106 35.33	40 13.33	-	-
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้มีธุรกิจที่פקแรมเพิ่มมากขึ้น	123 41.00	84 28.00	93 31.00	-	-
4.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น	110 36.67	168 56.00	22 7.33	-	-
5.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น	47 15.67	97 32.33	128 42.67	28 9.33	-
6.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ ธุรกิจอื่น ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการอาทิ อุปกรณ์มวยไทย และ ธุรกิจเสื้อผ้า มีรายได้เพิ่มขึ้น	57 19.00	83 27.67	160 53.33	-	-
7.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น	87 29.00	158 52.67	55 18.33	-	-

จากตารางที่ 4.24 จากการสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจในชุมชนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อเศรษฐกิจชุมชนทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น พบว่า ผู้ประกอบการในชุมชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อเศรษฐกิจชุมชนทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นมาก เห็นได้จากความคิดเห็นมากที่สุด ร้อยละ 53.67 แสดงว่า

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชน พบว่า ผู้ประกอบการในชุมชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชนมากขึ้น เห็นได้จากความคิดเห็นมากที่สุด ร้อยละ 51.33 รองลงมา มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 35.33

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้มีธุรกิจที่พักแรมเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการมีความเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้มีธุรกิจที่พักแรมเพิ่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 41.00 รองลงมา คิดเห็นปานกลาง ร้อยละ 31.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการมีความเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ร้อยละ 56.00 รองลงมา มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 36.67

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการมีความเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้ธุรกิจร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเพิ่มมากขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 42.67 รองลงมา มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 27.67

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย ทำให้ ธุรกิจอื่น ที่เกี่ยวเนื่องกับการให้บริการ อาทิ อุปกรณ์มวยไทยและ ธุรกิจเสื้อผ้า ในพื้นที่ มีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการมีความเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ ธุรกิจอื่น ที่เกี่ยวเนื่องกับการให้บริการ อาทิ อุปกรณ์มวยไทยและ ธุรกิจเสื้อผ้า ในพื้นที่ มีรายได้เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 53.33 รองลงมา มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 30.00

ในส่วนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความเห็นอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 52.67 รองลงมา มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 29.00

ข.ด้านสังคม

ตารางที่ 4.25 ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสังคม

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยมาก จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)
1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง	-	-	57 19.00	96 32.00	147 49.00
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้มีการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น	174 58.00	72 24.00	54 18.00	-	-
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง	-	33 11.00	67 22.33	119 39.67	81 27.00
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น	112 37.33	144 48.00	44 14.67	-	-
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยกระตุ้นให้คนในชุมชนสนใจในการเรียนมวยไทยและออกกำลังกายมากขึ้น	-	104 34.67	172 57.33	24 8.00	-
6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยงานประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้ามากขึ้น	187 62.33	80 26.67	33 11.00	-	-
7. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้คนในชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพิ่มมากขึ้น	96 32.00	132 44.00	72 24.00	-	-

จากตารางที่ 4.25 ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสังคม พบว่า จากการสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลงนั้นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 49.00 รองลงมาไม่คิดเห็นไม่เห็นด้วย ร้อยละ 32.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย ทำให้มีการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้มีการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น นั้น เห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 58.00 รองลงมาไม่คิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 24.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย ทำความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลงนั้นไม่ได้มีผลต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชน เห็นได้จากความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ร้อยละ 39.67 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 27.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นนั้นมีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 48.00 รองลงมาไม่คิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 37.33

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย กระตุ้นให้คนในชุมชนสนใจในการเรียนมวยไทยและออกกำลังกายมากขึ้น พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมาก โดยพบว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยกระตุ้นให้คนในชุมชนสนใจในการเรียนมวยไทยและออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้มีคนในชุมชนมีความสนใจเรียนมวยไทยและออกกำลังกาย อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 57.33 รองลงมาไม่คิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 34.67

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทย งานประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้ามากขึ้น พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยงานประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้ามากขึ้นนั้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยงานประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนถูกพัฒนาให้กลายเป็นสินค้ามากขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 62.33 รองลงมามีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 26.67

ในส่วนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้คนในชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพิ่มมากขึ้น พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้คนในชุมชนมีความภูมิใจในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพิ่มมากขึ้นนั้น มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 44.00 รองลงมามีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 32.00

ค.ด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.26 ความคิดเห็นผลที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยในด้านสิ่งแวดล้อม

ประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยมาก จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วยปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยจำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)
1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในชุมชน	-	-	105 35.00	153 51.00	42 13.33
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม	-	30 10.00	97 32.33	123 41.00	50 16.67
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้สาธารณูปโภคในชุมชนไม่เพียงพอ	102 34.00	120 40.00	78 26.00	-	-
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการจราจรคับคั่งแออัดส่งผลให้ชุมชนสัญจรลำบาก	153 51.00	87 29.00	60 20.0	-	-
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น	-	179 59.67	121 40.33	-	-
6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่	127 42.33	94 31.33	79 26.33	-	-
7. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการวางแผน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน	-	-	132 44.00	90 30.00	78 26.11

จากตารางที่ 4.26 จากการสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มชนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในกลุ่มชน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในกลุ่มชนนั้นไม่เห็นด้วย ร้อยละ 51.33

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรมนั้นไม่เห็นด้วย ร้อยละ 41.00 รองมาความคิดเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 32.33

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้สาธารณูปโภคในกลุ่มชนไม่เพียงพอ พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้สาธารณูปโภคในกลุ่มชนไม่เพียงพอนั้น มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 40.0 รองมาความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 34.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการจรรจาครั้งแออัดส่งผลให้ชุมชนสัญจรลำบาก พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดการจรรจาครั้งแออัดส่งผลให้ชุมชนสัญจรลำบากนั้น มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 51.00 รองมาความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 29.00

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้นนั้น มีความคิดเห็นด้วยมาก ร้อยละ 59.67 รองมาความคิดเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 40.33

ประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่ พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยทำให้เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่นั้น มีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 42.33

ในส่วนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการวางแผน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้เกิดการวางแผน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้น มีความคิดเห็นด้วยปานกลาง ร้อยละ 44.00 รองมาความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ร้อยละ 30.00

ส่วนที่ 6 จัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

ในการดำเนินการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่นี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการจำเป็นในการจัดทำคู่มือ ซึ่งการดำเนินการจัดทำคู่มือในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือขึ้น จำนวน 3 คู่มือ ประกอบด้วย

- 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย
 - 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
 - 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่
- โดยคณะผู้วิจัยจะขอเสนอผลการดำเนินการจัดทำคู่มือดังกล่าว ดังต่อไปนี้

1) การจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความจำเป็นในการจัดทำคู่มือ

1.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการดำเนินการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย หัวหน้าค่ายมวยไทย ครูผู้สอนมวยไทย ผู้มาเรียนมวยไทย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 ท่าน ดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลถึงประเด็นความต้องการและข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้การสัมภาษณ์ (Key informants) มีความความต้องการให้จัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย เพื่อมาเป็นรูปแบบและแนวทางในการดำเนินการบริหารจัดการค่ายมวยให้มีประสิทธิภาพและยังเป็นข้อมูลให้ผู้ที่สนใจที่จะดำเนินการประกอบธุรกิจมวยไทยได้ใช้เป็นคู่มือประกอบการวางแผนทำธุรกิจหรือจัดกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในการสูญเสียต้นทุนในการจัดการธุรกิจ โดยผู้ให้การสัมภาษณ์ส่วนใหญ่อยากให้มีรายละเอียดในการดำเนินการจัดทำคู่มือ ประกอบด้วย การบริหารคน งบประมาณ สิ่งที่ค่ายมวยจำเป็นต้องมี หรือการจะจัดทำค่ายมวยไทยควรคำนึงถึงอะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ใช้อคู่มือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1.2 ผลการยกร่าง ออกแบบและพัฒนาคู่มือ

ผลการยกร่างออกแบบและพัฒนาคู่มือ พบว่า คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย ควรประกอบด้วย

- 1) คำนำ
- 2) สารบัญ
- 3) คำชี้แจง
- 4) วัตถุประสงค์
- 5) ขอบข่ายเนื้อหา
- 6) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย แบ่งเป็น 4 หน่วย

หน่วยที่ 1	บทนำ
หน่วยที่ 2	การวางแผน (Planning)
หน่วยที่ 3	การจัดการองค์กร (Organizing)
หน่วยที่ 4	การดำเนินงาน (Operate)

1.3 ผลการวิพากษ์คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย

จากการดำเนินการประชุมวิพากษ์พิจารณาคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุมวิพากษ์ จำนวน 25 คน โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอกสารร่างคู่มือที่ได้แนวทางมาจากการสัมภาษณ์และสำรวจข้อมูลเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีรายละเอียดโดยสรุปตามมติที่ประชุม ดังนี้

- 1) มติที่ประชุมเห็นชอบในการวางรูปแบบคู่มือในลำดับรายละเอียดที่ 1-6 ที่ประกอบไปด้วย
 - 1) คำนำ 2) สารบัญ 3) คำชี้แจง 4) วัตถุประสงค์ 5) ขอบข่ายเนื้อหา และ 6) รายละเอียดเนื้อหา
- 2) คณะกรรมการวิพากษ์เสนอแนะให้นำเสนอตัวอย่างค่ายมวยที่ประกอบธุรกิจแล้วประสบผลสำเร็จมาเป็นกรณีตัวอย่างเพิ่มเติมลงไปคู่มือ
- 3) อยากให้ใส่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยลงไปคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย
- 4) เพิ่มเติมข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการค่ายมวยไทย เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ใช้อคู่มือสามารถนำไปต่อยอดได้
- 5) ข้อควรระวังในด้านความปลอดภัยและการให้บริการ
- 6) ควรเพิ่มเติมตัวอย่างการบูรณาการภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นลงในคู่มือ

1.4 ผลการปรับปรุงคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย

จากการดำเนินการวิพากษ์หลักสูตรคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย ให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีรายละเอียดของคู่มือ ดังต่อไปนี้

- 1) คำนำ
- 2) สารบัญ
- 3) คำชี้แจง
- 4) วัตถุประสงค์

4) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย แบ่งเป็น 7 หน่วย

หน่วยที่ 1	บทนำ
หน่วยที่ 2	การวางแผน (Planning)
หน่วยที่ 3	การจัดการองค์กร (Organizing)
หน่วยที่ 4	การดำเนินงาน (Operate)
หน่วยที่ 5	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำธุรกิจค่ายมวยไทย
หน่วยที่ 6	ตัวอย่างค่ายมวยไทยที่ประสบความสำเร็จ



ภาพที่ 4.39 QR code คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

2) การจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความจำเป็นในการจัดทำคู่มือ

2.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการดำเนินการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ประกอบด้วย ผู้ชมมวยไทย โปรโมเตอร์มวยไทย ผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย หัวหน้าค่ายมวยไทย ครูผู้สอนมวยไทย ผู้มาเรียนมวยไทย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 ท่าน เพื่อสอบถามถึงประเด็นความต้องการและข้อมูลพื้นฐานในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ให้การสัมภาษณ์ (Key informants) พบว่า ปัจจุบันมีการจัดกิจกรรมมวยไทยหรือการแข่งขันมวยไทยจำนวนมาก บางรายการขาดการบริหารจัดการที่ดี รวมไปถึงเรื่องของกฎหมายและการควบคุม หรือมาตรฐานในการแข่งขันต่างๆ (ประสิทธิ์ชัย ผาสุก ผู้ให้การสัมภาษณ์) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่กล่าวว่า การจัดทำคู่มือในครั้งนี้อยากให้อธิบายถึงองค์ประกอบในการจัดการแข่งขันชกมวยไทยว่าประกอบไปด้วยงานอะไรบ้าง ใครเกี่ยวข้องบ้าง หรือต้องดำเนินการขั้นตอนอย่างไรบ้าง รวมไปถึงควรมีระเบียบ ข้อกำหนดที่ผู้จะจัดกิจกรรมต้องทราบเบื้องต้น จะส่งผลให้คู่มือที่กำลังจะพัฒนาขึ้นมีประโยชน์และผู้อ่านสามารถนำไปใช้ได้จริง

2.2 ผลการยกร่าง ออกแบบและพัฒนาคู่มือ

ผลการออกแบบและพัฒนาคู่มือ พบว่า คู่มือการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ควรประกอบด้วย

- 1) คำนำ
- 2) สารบัญ
- 3) คำชี้แจง
- 4) วัตถุประสงค์
- 5) ขอบข่ายเนื้อหา
- 6) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ไทย แบ่งเป็น 5 หน่วย

- | | |
|------------|---|
| หน่วยที่ 1 | บทนำ |
| หน่วยที่ 2 | การวางแผนการจัดการกิจกรรม |
| หน่วยที่ 3 | บทบาท หน้าที่ การดำเนินงาน |
| หน่วยที่ 4 | การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ |
| หน่วยที่ 5 | กิจกรรมส่งเสริมการจัดการแข่งขันชกมวยไทย |

2.3 ผลการวิพากษ์คู่มือการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

จากการดำเนินการประชุมวิพากษ์พิจารณาคู่มือการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุมวิพากษ์ จำนวน 25 คน โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอกสารยกร่างคู่มือและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องเสนอคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาให้ข้อเสนอแนะโดยมีรายละเอียดโดยสรุปตามมติที่ประชุมดังนี้

- 1) มติที่ประชุมเห็นชอบในการวางรูปแบบคู่มือในลำดับรายละเอียดที่ 1-6 ที่ประกอบไปด้วย
 - 1) คำนำ 2) สารบัญ 3) คำชี้แจง 4) วัตถุประสงค์ 5) ขอบข่ายเนื้อหา และ 6) รายละเอียดเนื้อหา
- 2) คณะกรรมการวิพากษ์เสนอแนะให้นำเสนอกรณีตัวอย่างการจัดการแข่งขันประสพผลสัมฤทธิ์ เช่น Thai Fight หรือ Max Muaythai
- 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนควรอยู่ในแนวทางการจัดการแข่งขัน
- 4) ควรเรียงประเด็นในคู่มือใหม่ เช่น ให้นำข้อกำหนดมาอันดับที่ 1 ลำดับที่ 2 เป็นการจัดการแข่งขันมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและ องค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.4 ผลการปรับปรุงคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

จากการดำเนินการวิพากษ์หลักสูตรคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปรายละเอียดที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะและดำเนินการปรับปรุง แก้ไข คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีรายละเอียดของคู่มือ ดังต่อไปนี้

- 1) คำนำ
- 2) สารบัญ
- 3) คำชี้แจง
- 4) วัตถุประสงค์
- 5) ขอบข่ายเนื้อหา
- 6) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ไทย แบ่งเป็น 5 หน่วย

- | | |
|------------|--|
| หน่วยที่ 1 | ส่วนนำ |
| หน่วยที่ 2 | กฎหมายที่เกี่ยวข้อง |
| หน่วยที่ 3 | มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวการจัดการแข่งขันมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว |
| หน่วยที่ 4 | บทบาทและหน้าที่ |
| หน่วยที่ 5 | กรณีศึกษา Thai Fight |



ภาพที่ 4.40 QR code คู่มือการจัดกิจกรรมการทอ้งเที๋ยวเซ่งกีฬาดอ้ยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ดอ้ยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

3) การจัดทำคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักทอ้งเที๋ยวเป้าหมายใหม่

ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความจำเป็นในการจัดทำคู่มือ

3.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

จากการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ในการดำเนินการจัดทำคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักทอ้งเที๋ยวเป้าหมายใหม่ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย หัวหน้าค่ายมวยไทย ครูผู้สอน มวยไทย ผู้มาเรียนมวยไทย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 ท่าน เพื่อสอบถามถึงประเด็นความต้องการและข้อมูลพื้นฐานในการจัดทำคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักทอ้งเที๋ยวเป้าหมายใหม่

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ (Key informants) มีความความต้องการให้จัดทำคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักทอ้งเที๋ยวเป้าหมายใหม่ เพื่อให้ผู้ที่มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ได้ใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมก่อนมาเรียน จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีความต้องการให้มีรายละเอียดที่สำคัญเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ ดังนี้

- 1) การเตรียมตัวของผู้มาเรียนต้องทำอะไร
- 2) มวยไทยพื้นฐาน
- 3) วัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย
- 4) แนะนำค่ายมวยไทย
- 5) แนะนำสนามแข่งขันมวยไทยที่รองรับทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ
- 6) การปฐมพยาบาลเบื้องต้น

มาเป็นรูปแบบและแนวทางในการดำเนินการวางแผนเนื้อหาของคู่มือ ทั้งนี้คู่มือนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจอยากจะมาเรียนรู้มวยไทย และควรจัดทำเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.2 ผลการยกร่าง ออกแบบและพัฒนาคู่มือ

ผลการออกแบบและพัฒนาคู่มือ พบว่า คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ ควรประกอบด้วย

- 1) คำนำ
- 2) สารบัญ
- 3) คำชี้แจง
- 4) วัตถุประสงค์
- 5) ขอบข่ายเนื้อหา
- 6) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

แบ่งเป็น 6 หน่วย

- | | |
|------------|-------------------------------------|
| หน่วยที่ 1 | บทนำ |
| หน่วยที่ 2 | การเตรียมความพร้อมก่อนมาเรียนมวยไทย |
| หน่วยที่ 3 | ทักษะและเทคนิคพื้นฐานมวยไทย |
| หน่วยที่ 4 | วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง |
| หน่วยที่ 5 | การปฐมพยาบาลเบื้องต้น |
| หน่วยที่ 6 | แนะนำค่ายมวยไทยและสนามแข่งขันมวยไทย |

3.3 ผลการวิพากษ์คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

จากการดำเนินการประชุมวิพากษ์คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุมวิพากษ์ จำนวน 30 คน โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอกสารร่างคู่มือที่ได้แนวทางมาจากการสัมภาษณ์และสำรวจข้อมูลเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีรายละเอียดโดยสรุปตามมติที่ประชุม ดังนี้

- 1) มติที่ประชุมเห็นชอบในการวางรูปแบบคู่มือในลำดับรายละเอียดที่ 1-6 ที่ประกอบไปด้วย 1) คำนำ 2) สารบัญ 3) คำชี้แจง 4) วัตถุประสงค์ 5) ขอบข่ายเนื้อหา และ 6) รายละเอียดเนื้อหาเดิม แต่ให้เพิ่มเติมเพื่อความครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้คู่มือ

- 2) คณะกรรมการวิพากษ์เสนอแนะให้นำเสนอข้อมูลการเตรียมตัวก่อนมาเรียนมวยไทย เช่น การเงิน การเดินทาง ที่พัก ยานพาหนะ
- 3) มติที่ประชุมเห็นชอบให้เพิ่มเติมข้อมูลด้านบริหารร่างกายก่อนการเรียนมวยไทย
- 4) มติที่ประชุมเห็นชอบให้เพิ่มเติม กฎหมาย ระเบียบ กติกาเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย
- 5) ข้อควรระวังในด้านความปลอดภัยของผู้มาเรียนมวยไทย
- 6) ควรเพิ่มเติมตัวอย่าง หรือวิธีการใช้ชีวิตซึ่งมีงานวิจัยที่ดำเนินการสำรวจเรื่องการใช้ชีวิตของผู้มาเรียนมวยไทยเอาไว้แล้ว
- 7) เพิ่มเติมด้านหลักสูตรในการเรียนมวยไทย ในเอกสารคู่มือนี้ควรเน้นไปที่การเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย
- 8) เพิ่มเติมการติดต่อสื่อสารว่ามีช่องทางใดบ้างเมื่อต้องการมาเรียนมวยไทย
- 9) ใส่แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคเข้าไปเพื่อเป็นจุดดึงดูดให้คนมาเรียนมวยไทย
- 10) ใส่กิจกรรมหรืองานอีเวนท์ที่สำคัญๆ ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เช่น วันมวยไทยโลก วันที่ 17 มีนาคม ของทุกปี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.4 ผลการปรับปรุงคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

จากการดำเนินการวิพากษ์หลักสูตรคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ ให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีรายละเอียดของคู่มือ ดังต่อไปนี้

- 1) คำนำ
 - 2) สารบัญ
 - 3) คำชี้แจง
 - 4) วัตถุประสงค์
 - 5) ขอบข่ายเนื้อหา
 - 6) รายละเอียดเนื้อหาในคู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ แบ่งเป็น 10 หน่วย
- | | |
|------------|---|
| หน่วยที่ 1 | บทนำ |
| หน่วยที่ 2 | การเตรียมความพร้อมก่อนมาเรียนมวยไทย |
| หน่วยที่ 3 | วัสดุ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนมวยไทย |
| หน่วยที่ 4 | การบริหารร่างกาย |

หน่วยที่ 5	ทักษะและเทคนิคพื้นฐานมวยไทย
หน่วยที่ 6	หลักสูตรการเรียนรู้มวยไทยเพื่อสุขภาพ
หน่วยที่ 7	การปฐมพยาบาลเบื้องต้น
หน่วยที่ 8	แนะนำค่ายมวยไทยและสนามแข่งขันมวยไทย
หน่วยที่ 9	แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
หน่วยที่ 10	การติดต่อสอบถามข้อมูล



ภาพที่ 4.41 QR คู่มือสำหรับผู้มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ ฉบับภาษาอังกฤษ

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 4.42 QR คู่มือสำหรับผู้มาเรียนมวยไทยหน้าใหม่ ฉบับภาษาไทย

ที่มา : คณะผู้วิจัย (2563)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลจำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
3. เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. เพื่อจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

1. สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ดังผลสรุปประเด็นที่ค้นพบ ต่อไปนี้

- 1) ประเทศไทยเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 2) โอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในด้านความสวยงามของภูมิประเทศและความน่าสนใจของวัฒนธรรม จึงเป็นโอกาส สำหรับการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและการบริการ
- 3) การพัฒนานวัตกรรมมวยไทยเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่
- 4) การส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการมวยไทยไปยังต่างประเทศ เช่น ครูผู้สอนมวยไทย การแสดงศิลปะการต่อสู้มวยไทย การจัดการแข่งขันมวยไทยในต่างประเทศ เป็นต้น

- 5) การทำตลาดประชาสัมพันธ์มวยไทยเชิงรุก
- 6) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในการเรียนรู้มวยไทย เช่น ออกบูธ และแสดง Road Show Muaythai แบบเชิงรุกในต่างประเทศ
- 7) พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้อมวยไทยให้มีความหลากหลายและบูรณาการกับภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น พัฒนาหลักสูตรเรียนรู้อมวยไทย 4 ภาค โดยขยายเวลาเรียนให้นักท่องเที่ยวที่มาเรียนรู้อมวยไทยได้พำนักที่ประเทศไทยในระยะเวลาที่นานขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเดิมและขยายฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่
- 8) การจัดโปรแกรมเรียนรู้อมวยไทยไปประกอบกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
- 9) พัฒนาคู่มือเรียนรู้อมวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยว
- 10) จัดทำธุรกิจค่ายมวยไทยในต่างประเทศ
- 11) จัดสัมมนามวยไทยในต่างประเทศ
- 12) หลักสูตรผู้ฝึกสอนมวยไทย
- 13) พัฒนาอุปกรณ์มวยไทยเพื่อสุขภาพของผู้เรียน

ศักยภาพและโอกาสดังกล่าวจะเป็นฐานในการพัฒนาและวางแผนในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่และรวมไปถึงการรักษาไว้ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเก่า ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้ มีผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยต่างให้ข้อมูลตรงกันว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ หรือตลาดใหม่ที่กำลังให้ความสนใจศิลปะการต่อสู้มวยไทยนั้นคือนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่กำลังมาแรง มีความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์มวยไทยทั้งที่เป็นสินค้าและบริการ โอกาสที่ประเทศไทยจะนำศิลปะการต่อสู้ประจำชาติมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ เชื่อมโยงโลกด้วยศาสตร์และศิลป์แห่งมวยไทยก่อให้เกิดความหลงใหล รัก และสามัคคี และที่สำคัญประเทศไทยมีรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น เริ่มตั้งแต่ชุมชน ท้องถิ่น จังหวัด ด้วยศาสตร์แห่งภูมิปัญญาการต่อสู้มวยไทย และวัฒนธรรมของท้องถิ่นไทย

สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) The Challenge Group 2) Try New Group 3) Creativity Recreation Group ซึ่งแต่ละกลุ่มมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวข้างต้น ดังนี้

กลุ่มที่ 1 The Challenge Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทายและเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อลดน้ำหนัก ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเรียนมวย มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้

มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนี้ คือ

- 1) หลักสูตรขั้นสมรรถนะครูมวยไทยระดับสูง
- 2) หลักสูตรการเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทย
- 3) หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ
- 4) หลักสูตรมวยไทยโบราณ
- 5) หลักสูตรมวยไทยท้องถิ่น
- 6) โปรแกรมการฝึกซ้อมมวยไทยแบบสมัยโบราณ (การเตะต้นกล้วย ชกมวยในน้ำ)
- 7) โปรแกรมการท่องเที่ยวผสมกับการเรียนรู้มวยไทยท้องถิ่น 4 ภาค
- 8) โปรแกรมการเรียนรู้ภูมิปัญญามวยท้องถิ่นออนไลน์ 4 ภูมิภาค (มวยท่าเสา มวยลพบุรี มวยโคราช และมวยไชยา)
- 9) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการแสดง
- 10) หลักสูตรท่าไม้ตายมวยไทย
- 11) หลักสูตรการตัดสินการแข่งขันชกมวยไทย
- 12) หลักสูตรสมาธิมวยไทยและเครื่องราง ของขลัง

กลุ่มที่ 2 Try New Group ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยครั้งแรก เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและมีความต้องการเอาชนะตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ไม่ชอบความวุ่นวาย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ วัฒนธรรมใหม่ ๆ ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ

- 1) โปรแกรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยในแหล่งต้นกำเนิด
- 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก
- 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริมรูปร่างสวยงาม
- 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว
- 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย
- 6) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย

กลุ่มที่ 3 Creativity Recreation Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการสัมผัสถึงความลงตัว ความรื่นรมย์ ของพื้นที่ ชอบไปเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ และไม่เคยเดินทางไปมาก่อน โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความโดดเด่น ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ

- 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชวนา
- 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล
- 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย
- 4) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยริมชายหาดทะเล
- 5) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและชมการแข่งขันชกมวยไทย
- 6) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยกับเดอะรีเจนด์นักมวยไทย
- 7) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 8) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยเพื่อเป็นรางวัล
- 9) หลักสูตรมวยไทยออนไลน์
- 10) Training Muaythai in the jungle เป็นต้น

สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ผลการศึกษา พบว่า ค่ายมวยไทเกอร์มวยไทยถูกเลือกเป็นค่ายมวยต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มีองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นค่ายมวยต้นแบบและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ซึ่งได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การเข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) รวมไปถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งค่ายมวยไทเกอร์เป็นค่ายมวยไทยต้นแบบที่มีรูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยที่ดี เป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำศิลปะการต่อสู้มวยไทย และภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติที่นอกจากจะใช้เพื่อป้องกันตัวมาต่อยอด พัฒนาสร้างเป็นธุรกิจ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ ซึ่งไทเกอร์มวยไทยสร้างรายได้มากกว่า 150 ล้านบาท ต่อปี (ข้อมูลตัวเลขจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารค่ายมวยไทเกอร์ คุณเมธี วัฒนศิริโรจน์ เมื่อวันที่ 25 เดือนกุมภาพันธ์ 2562) และที่สำคัญค่ายมวยไทเกอร์เป็นแบบอย่างในการบริหารจัดการค่ายมวยไทยที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงส่งผลให้เกิดความมั่นคงและส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

การศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยด้านเศรษฐกิจในครั้งนี้ พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยรวมประมาณ 40,345 ล้านบาท จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเรียนมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็นมูลค่าที่เกิดการใช้จ่ายหรือเรียกว่าอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ประมาณ 17,375 ล้านบาท อุตสาหกรรมการผลิต (Direct Effects) ประมาณ 9,045 ล้านบาท (ร้อยละ 22.42) และอุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยง (Indirect Effects) จำนวน 31,299 ล้านบาท (ร้อยละ 77.57) ดังนั้น 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทยที่ใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.32 บาท และการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.80 บาท

ส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจรวมประมาณ 1,307 ล้านบาท จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาชมมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็นมูลค่าที่เกิดการใช้จ่ายหรือเรียกว่าอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand)

ประมาณ 627 ล้านบาท อุตสาหกรรมการผลิต (Direct Effects) ประมาณ 256 ล้านบาท (ร้อยละ 19.60) และอุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยง (Indirect Effects) ประมาณ 1,051 ล้านบาท (ร้อยละ 80.39) ดังนั้น 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวเข้ามาชมมวยไทยใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.08 บาท และมีการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.67

ดังนั้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ. 2562 ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจในภาพรวมประมาณ 41,653 ล้านบาท จำแนกเป็นมูลค่าที่เกิดการใช้จ่ายหรือเรียกว่าอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ประมาณ 18,003 ล้านบาท และจากการใช้จ่ายของของผู้ที่เข้ามาเรียนมวยไทย ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังอุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกเป็นอุตสาหกรรมการผลิต (Direct Effects) จำนวน 9,301 ล้านบาท (ร้อยละ 22.33) และ อุตสาหกรรมการผลิตสาขาที่เชื่อมโยง (Indirect Effects) จำนวน 32,351 ล้านบาท (ร้อยละ 77.66) ดังนั้นมูลค่าเงินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย 1 บาท ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่ม 2.31 บาท โดยมีการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.79 บาท

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มชนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทยต่อเศรษฐกิจชุมชน พบว่าผู้ประกอบการในกลุ่มส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สมาชิกในกลุ่มชนมีรายได้ ทำให้เกิดการสร้างงานในชุมชนมากขึ้น ทำให้มีธุรกิจที่พึกแรม ทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ธุรกิจอื่น ที่เกี่ยวเนื่องกับการให้บริการอาทิ อุปกรณ์มวยไทยและ ธุรกิจเสื้อผ้า ในพื้นที่ มีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ในส่วนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรม ของประเทศไทยทำให้ค่าครองชีพของคนในชุมชนเพิ่มสูงขึ้น

ผลกระทบด้านสังคม

ผลกระทบด้านสังคม ที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยทำการสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจในชุมชน พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยไม่ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง แต่ทำให้มีการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย ไม่ได้ทำให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง นอกจากนี้ยังทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในชุมชนให้ความเห็นว่าคนในชุมชนมีความสนใจเรียนมวยไทยและออกกำลังกายเพิ่มมากขึ้น

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

จากการสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มชุมชนประเด็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทย ในประเด็นส่งผลทำให้เกิดการพัฒนากระบวนสาธิตปฏิบัติในชุมชน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยในประเด็นดังกล่าว และไม่ทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม ส่งผลให้สาธิตปฏิบัติในชุมชนไม่เพียงพอ การจราจรคับคั่ง แออัด ส่งผลให้สัญจรในชุมชนลำบาก มีปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่ และส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่เกิดการหวงแหนอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชน

สรุปผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่

ในการดำเนินการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่นี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความจำเป็นในการจัดทำคู่มือ ซึ่งการดำเนินการจัดทำคู่มือในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือขึ้น จำนวน 3 คู่มือ ประกอบด้วย

- 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย
- 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
- 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

2. อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลในประเด็นศักยภาพและโอกาสของการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ทั้งศักยภาพทางด้านผลิตภัณฑ์ บุคลากร ศักยภาพด้านการแข่งขันทางการตลาด ศักยภาพด้านการขนส่งมวลชน ศักยภาพทางด้านภูมิศาสตร์และรวมถึงศักยภาพองค์ความรู้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาศักยภาพความพร้อมของมวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยคันทุนขแมร์ มวยพม่า และมวยลาว) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมหรือศักยภาพมากที่สุดในการใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการออกอาวุธมวยไทย และด้านการเข้าถึง

ในการใช้มวยไทยเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอาเซียน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ประเทศไทยมีโอกาสนในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตลาดหรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในด้านความสวยงามของภูมิประเทศและความน่าสนใจของวัฒนธรรม จึงเป็นโอกาสสำหรับการทำธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและการบริการ ทำตลาดประชาสัมพันธ์มวยไทยเชิงรุก อีกทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในการเรียนรู้มวยไทย เช่น ออกบูธ และแสดง Road Show Muaythai แบบเชิงรุกในต่างประเทศ เช่นเดียวกับ ผลการศึกษาของชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2561) ที่ระบุว่า มวยไทยเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับชาวต่างประเทศ ธุรกิจมวยไทยมีส่วนส่วนทางการตลาดที่เติบโตเพิ่มขึ้น และควรนำวัฒนธรรมถิ่นมาผสมผสาน ในการจัดทำขยายผลทางการตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ และยังสอดคล้องการผลการศึกษาของ ประภัสสร มีน้อยและนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ที่ทำการศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0 พบว่า ควรส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาครัฐ เครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

อภิปรายผลในประเด็นพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) The Challenge Group 2) Try New Group 3) Creativity Recreation Group ซึ่งแต่ละกลุ่มมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 The Challenge Group กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้มวยไทยเพื่อความตื่นเต้น ทำทายและเรียนมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อลดน้ำหนัก สอดคล้องกับการศึกษาของชาญชัย ยมดิษฐ์และคณะ (2558) ว่าวัตถุประสงค์ในการมาเรียนมวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือขอความท้าทาย ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การเรียนมวย มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ หลักสูตรขั้นสมรรถนะครูมวยไทยระดับสูง หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ หลักสูตรมวยไทยโบราณ หลักสูตรมวยไทยเพื่อการแสดง และหลักสูตรทำไม้ตายมวยไทย

กลุ่มที่ 2 Try New Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทยครั้งแรกมากที่สุด ชอบออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและการเอาชนะตนเอง เช่นเดียวกับผลการศึกษาของชาญชัย ยม

ดิษฐ์ และคณะ (2561) พบว่า ผู้มาเรียนมวยไทยครั้งแรกต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการออกกำลังกาย เพื่อป้องกันตัว และยังอยากเอาชนะใจตนเองในการปลุกตัวเองมาออกกำลังกาย นอกจากนี้ลักษณะ มีความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ไม่ชอบความวุ่นวาย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ วัฒนธรรมใหม่ ๆ ดังนั้น ผลัดกันการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ 1) โปรแกรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยใน แหล่งต้นกำเนิด 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริมรูปร่างสวยงาม 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย

กลุ่มที่ 3 Creativity Recreation Group เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้และได้รับ ประสบการณ์จากกิจกรรมในพื้นที่ เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวต้องการสัมผัสถึงความลงตัว ความรื่นรมย์ ของพื้นที่ ชอบไปเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่และไม่เคยเดินทางไปมาก่อน โดยเฉพาะพื้นที่ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความโดดเด่น ดังผลการศึกษาของชาญชัย ยมดิษฐ์ และคณะ (2561) พบว่า ผู้มาเรียนมวยไทยต้องการสัมผัสศิลปะ วัฒนธรรม กิจกรรมของท้องถิ่น ดังนั้นผลัดกันการท่องเที่ยว เชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่เหมาะสมกับกลุ่มนี้ คือ 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชวนา 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย เป็นต้น

อภิปรายผลในประเด็นการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ ศิลปะการต่อสู้มวยไทย

ผลการศึกษา พบว่า ค่ายมวยไทเกอร์เป็นค่ายมวยต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิง กีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย มีองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นค่ายมวยต้นแบบและ ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) กิจกรรม (Activities) 4) การ เข้าถึง (Accessibility) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 6) ที่พัก (Accommodation) สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว Dickman (1996) และส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, 2000) และ 7) ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Success Stories) ซึ่งค่ายมวยไทเกอร์เป็นค่ายมวยไทยต้นแบบที่มีรูปแบบการ บริหารจัดการค่ายมวยที่ดีเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำศิลปะมวยไทย และภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติที่นอกจากจะใช้เพื่อป้องกันตัวมาต่อยอดพัฒนาสร้าง เป็นธุรกิจ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ และไทเกอร์มวยไทยเป็นแบบอย่างในการบริหารจัดการค่ายมวย ไทยที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมจึงส่งผลให้เกิดความมั่นคงและส่งเสริมให้ชุมชนในท้องถิ่นมีความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของประภัสสร มีน้อย (2562) ว่าการสร้างกิจกรรม สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬابนฐานอัตลักษณ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ภาคี

เครือข่ายจะส่งผลให้เกิดการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการค่ายมวยของไทย เรายังพบอีกว่า ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และอุปกรณ์ ด้านความสะอาดและความปลอดภัย และด้านการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์การกีฬา โดยผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ สุเทพ แก้ววิรัตน์ (2562) ทำการศึกษา รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยเพื่อการสอนชาวต่างประเทศ พบว่า ประกอบไปด้วยด้าน บุคคล ด้านสถานที่และอุปกรณ์ ด้านการโฆษณา ด้านหลักสูตรการจัดการเรียนการสอน และด้าน สินค้าและบริการ

อภิปรายผลในประเด็นผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาผลกระทบของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย พบว่า เกิดผลกระทบทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังแนวคิดของ Higham (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาก็เหมือนการท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปที่ทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ การศึกษามูลค่าทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทยในประเทศไทย พ.ศ 2562 ในครั้งนี้ พบว่า มีมูลค่าที่เกิดจากการใช้จ่ายประมาณ 18,003 ล้านบาท โดย 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวจ่ายก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่ม 2.31 บาท และกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.79 บาท สอดคล้องกับแนวคิดของสมบัติ กาญจนกิจ (2544) ที่กล่าวว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีต่อด้านเศรษฐกิจ คือ ทำให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้นและเกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทยนั้น นักท่องเที่ยวใช้จ่ายค่าโรงแรมและที่พักมากที่สุด รองลงมาจะเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม

ในส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเรียนมวยไทย มีมูลค่าที่เกิดจากการใช้จ่ายประมาณ 17,375 ล้านบาท โดย 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในประเทศไทย ก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.32 บาท และกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.80 บาท โดยโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามระยะเวลาของการเรียนมวยไทย พบ ว่านักกีฬานักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะเวลา 1 สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ประมาณ 5,482.92 บาท แต่เมื่อนักท่องเที่ยวเรียนมวยไทยระยะเวลา 6 เดือน มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน ประมาณ 1,063 บาท ซึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเรียนมวยไทยในระยะเวลาที่นานขึ้น จะทำให้มีค่าใช้จ่ายในการเรียนมวยไทยที่ลดน้อยลง เนื่องจาก

นักท่องเที่ยวจะศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในประเทศ เช่น การเลือกที่พักที่มีราคาไม่แพง และอยู่บริเวณรอบ ๆ ค่ายมวยเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการรับประทานอาหารจะเลือกรับประทานอาหารบริเวณรอบ ๆ ค่ายมวย ร้านอาหารตามสั่งทั่วไป เป็นต้น จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ลงเรียนในระยะเวลาที่นานขึ้น แต่ในทางกลับกันค่าใช้จ่ายหรือรายได้ที่ผู้ประกอบการได้รับนั้นลดลง ผู้ประกอบการค่ายมวยไทยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องทำความร่วมมือออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือโปรแกรมการเรียนมวยไทยแบบส่วนควบกับการใช้ชีวิตหรือการดำรงชีวิต จัดเป็นแบบแพ็คเกจโปรแกรมการเรียน ที่พัก อาหาร สถานที่เรียนนอกพื้นที่ จัดโปรแกรมแบบสำเร็จรูป และหามาตรการชำระแบบเหมาจ่ายเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นานขึ้นและเกิดการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

มูลค่าทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาชมมวยไทยมีมูลค่าที่เกิดจากการใช้จ่ายประมาณ 619 ล้านบาท โดย 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประมาณ 2.08 บาท และการกระจายไปยังธุรกิจอื่น ๆ ในกลุ่มที่เชื่อมโยง 1.67 บาท สอดคล้อง Chen (2001) กล่าวว่า การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์และเศรษฐกิจแก่ผู้อาศัยในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก จากการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมและข้อมูลด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางชมมวยไทยนั้น จะมีการใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งในการชมมวยไทย จำนวนคนละ 1,800 บาท โดยประมาณ โดยค่าใช้จ่ายหลัก ๆ เป็นค่าบัตรเข้าชมการแข่งขันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.69 ต่อมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 16.15 ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 6.48 และค่าพาหนะในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 4.68 ดังนั้นผู้ประกอบการควรหาช่องทางในการยกระดับการจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องหรือ กลยุทธ์ทางการตลาด รวมไปถึงโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเพิ่มค่าใช้จ่ายของผู้มาชมมวยไทย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยนั้นก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพและเพิ่มโอกาสการจ้างงานทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยว เกิดแรงจูงใจในการลงทุนเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันอาจก่อให้เกิดราคาสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้นและค่าครองชีพสูงขึ้น (สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ, 2558)

ผลกระทบด้านสังคม

จากการศึกษาผลกระทบด้านสังคมที่เกิดขึ้นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยบนฐานภูมิวัฒนธรรมของประเทศไทย พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทยไม่ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมลดลง แต่ทำให้มีการย้ายถิ่นเข้ามาในชุมชนเพิ่มมากขึ้น และส่วนใหญ่มีคิดเห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยมวยไทย ไม่ได้ทำให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของคนในชุมชนลดลง นอกจากนี้ยังทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น และ

มีความสนใจเรียนมวยไทยและออกกำลังกายเพิ่มขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sanches, Mejia & Bueno (2009) ทำการศึกษาเรื่องความเข้าใจทัศนคติของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเมืองแร่ พบว่า 1) ช่วยให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น 2) สนับสนุนให้มีกิจกรรมนันทนาการและกีฬา 3) ช่วยในการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการ 4) อุบัติเหตุจากการจราจรเพิ่มขึ้น 5) การเสพสิ่งมีค่าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ (2558) กล่าวว่า ผลกระทบทางด้านสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ ทำให้เกิดการฟื้นฟูบ้านเมืองและปรับปรุงภาพลักษณ์ของประเทศ หรือเกิดการสร้างชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ได้พบปะผู้คนใหม่ ๆ และเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัยผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ไม่ทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่สาธารณะเพื่อสนับสนุนการจัดกิจกรรม สาธารณูปโภคในชุมชนไม่เพียงพอ การจราจรคับคั่ง แออัด ส่งผลให้ชุมชนสัญจรลำบาก สอดคล้อง Chen (2001) กล่าวว่า การท่องเที่ยวนำไปสู่ปัญหารถติด มลพิษทางเสียง และมลพิษอื่น ๆ ผลการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่าเกิดปริมาณขยะมูลฝอยในพื้นที่เพิ่มขึ้น เกิดความแออัดของประชาชนในพื้นที่ ทำให้ประชาชนในพื้นที่เกิดการหวงแหน อนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมในชุมชนมากขึ้น

อภิปรายผลในประเด็นคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทย สำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่

ผลการจัดทำคู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่ ประกอบด้วย

- 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย
- 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย
- 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่

จากผลการดำเนินการวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ในครั้งนี้ จะนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ที่ดีเกิดการสื่อสารบอกต่อถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬามหาฐานศิลปะการต่อสู้มวยไทย ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ท้องถิ่นอื่น ๆ ของประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาชาวโลกบนฐานศักยภาพที่มีประสิทธิภาพของประเทศไทย

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาในครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้เกิดการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1) สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำข้อมูลผลการวิจัยฉบับนี้ไปประกอบการตัดสินใจ ในการบริหาร วางแผน และกำหนดนโยบาย เช่น ข้อมูลด้านศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการ วิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น นำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนจัดทำเป็นนโยบายในการพัฒนาค่ายมวยไทยให้พัฒนาผลิตภัณฑ์รองรับผู้มาเรียนมวยไทยที่หลากหลายมากขึ้น และก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนำข้อมูลไปใช้เป็นสารสนเทศประชาสัมพันธ์ศักยภาพและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วยศิลปะการต่อสู้มวยไทย เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่

3) หน่วยงานภาครัฐควรเร่งพิจารณาดำเนินการแก้ไข และอำนวยความสะดวก ในด้านความแออัดของค่ายมวยในบางพื้นที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจำนวนมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล จังหวัด ควรมีการบริหารจัดการพื้นที่ทั้งในด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ให้มีความเพียงพอและเหมาะสมต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และรวมไปถึงการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย

4) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยคณะผู้วิจัยจะนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เช่น ค่ายมวย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ค่ายมวยมาสเตอร์ท็อตตี้ม เป็นต้น ผ่านเอกสารคู่มือและในรูปแบบช่องทางออนไลน์ ผ่านรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books)

5) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย คู่มือเล่มนี้จะ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในกลุ่มผู้จัดกิจกรรม หรือทำธุรกิจค่ายมวยไทยที่เปิดสอนมวยไทยสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้มวยไทย หรือการจัดการเรียนการสอนมวยไทย เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นต้น

6) คู่มือการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ คู่มือนี้จะเป็นแนวทางการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยมาเรียนรู้มวยไทย ในคู่มือเล่มนี้จะแนวทางการเรียนรู้มวยไทยว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรก่อนที่จะมาเรียนรู้มวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ รวมไปถึงข้อมูลการต่อสื่อสารต่างๆ เป็นต้น

คู่มือดังกล่าวจะถูกนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่ายมวยไทย องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษา บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Books) โดยสามารถดาวน์โหลดคิวอาร์โค้ดและลิงค์เพื่อดาวน์โหลดไฟล์เอกสารคู่มือไปใช้ประโยชน์ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรนำผลการวิจัยที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดลงสู่ภาคปฏิบัติ เช่น คู่มือการบริหารจัดการค่ายมวยไทย

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานการพัฒนารูปแบบทางธุรกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของไทย (Sports Tourism). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต 89x89 สาขา (Tourism I-O Table 2553) .สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2562 จาก,
https://secretary.mots.go.th/policy/news_view.php?nid=168
- กรรณิการ์ คชาชื่น และคณะ. (2552). แนวทางการพัฒนาโรงเรียนสอนมวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์กรมการฝึกหัดครู.
- เกษม จันทรแก้ว. (2540). การวางแผนและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม . กรุงเทพฯ: อักษรสยาม.
- เกียรติคุณปรีชา แดงโรจน์ (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวศตวรรษที่ 21. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรังสิต.
- เกศินี ประทุมมณี. (2552). ปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเข้าชมการแข่งขันกีฬามวยไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- กรมควบคุมมลพิษ. (2552). พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2535. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรมควบคุมมลพิษ.
- กรมพลศึกษา. (2559). ประวัติศาสตร์มวยไทย. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- จรัสเดช อุลิต. (2527). มวยไทย. กทม: ประสานการพิมพ์.
- จักรกริช หมอบประกอบ. (2547). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของ ข้าราชการทหารในศูนย์อุตสาหกรรมป้องกันประเทศและพลังงานทหาร. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจมหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. (2558). ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่นเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ฉันทะ จันทะเสนาและศักดิ์ชาย นาคนก. (2561). ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพชีวิตชาว

เกาะ. WMS Journal of Management Walailak University. 7(1), 103-117.

เฉลิม อุ่นทอง. (2547). **มวยไทยยุคโลกาภิวัตน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม.

ชาญชัย ยมดิษฐ์, บารมี ชูชัย, รุ่งนภา สิงห์สถิตย์, กวิตาภัทร มงคลนำ, นัฏกร สุขเสริม. (2560). **กลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในการใช้มวยไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ**. สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ

ชาญชัย ยมดิษฐ์และบารมี ชูชัย. (2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการใช้บริการของ ค่ายมวยไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยไทยในค่ายมวยไทย**. การประชุมวิชาการระดับชาติ ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 5 (น.1569-1582). ราชบุรี

ชาญชัย ยมดิษฐ์, บารมี ชูชัย, รุ่งนภา สิงห์สถิตย์, นัฏกร สุขเสริม. (2561). **แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น มวยสุพรรณภูมิ (มวยไทยมวยพม่า มวยเขมรและมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายหลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ

ชาญชัย รัตนวงษ์สวัสดิ์. **ทัศนคติของนักเรียนช่วงชั้น ที่ 4 ในจังหวัดมหาสารคามต่อมวยไทย**.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

ชาญณรงค์ สุขหงษา. (2545). **คู่มือการสอนมวยไทยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ทิฆัมพร เอี่ยมเรไร. (2554). **การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชาติในกีฬามวยไทย**. วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง. (2560). **ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2562, จาก <https://www.researchgate.net/>

ณัฐพล เพื่องประภัสสร. (2553). **การศึกษาการบริหารจัดการของคณะกรรมการกีฬามวยวิทยาลัยแห่งประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เดชิตา ไชยอ่อน. (2558). **ความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล. (2553). **การวิจัยและพัฒนาหลักสูตรรายวิชามวยไทย ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 7.**
- ทวีทรัพย์ เขยผักแว่น. (2555). **รูปแบบการบริหารจัดการกีฬาฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทรงพล นาคเอี่ยม. (2550). **การเปลี่ยนแปลงของความหลากหลายในเชิงศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทย ภูมิศึกษามวยไทยสายพระยาพิชัยดาบหัก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2549). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารราชการแนวใหม่**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.).
- ธนวรรณ พลวิชัย และปรีดา โพธิ์ทอง. (2561). **การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ครั้งที่ 2.**
- ธานินทร์ ศิลปะจารุ. (2557). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- ธีระพล พบลาภ. (2557). **การวิเคราะห์คุณค่าศิลปะมวยไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2544). **กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร**. กรุงเทพฯ: ทิปปัง พอยท์.
- ธีระยุทธ บัวจันทร์. (2559). **หลักการสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2562. จาก <https://prezi.com/ixnk0xnvorsq/untitled-prezi/>
- นปภัสร ชูสุวรรณ. (2559). **ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประภัสสร มีน้อยและนรินทร์ สังข์รักษา. (2562). **รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกในบริบทประเทศไทย 4.0. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 51-66.**
- ปัญญา ไกรทัศน์. (2524). **มวยไทยยอดศิลปการต่อสู้**. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินต์.

- พยอม วงศ์สารศรี. (2542). **องค์การและการจัดการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุภา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546) . **เอกสารประกอบการสอนสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระราชพงษ์ สิทธิปฐ. (2551). ผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนจากการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ
กรณีศึกษา : ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ 2008. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรมน รัชกุลพลเดช และอนุพงษ์ แต่ศิลปะสาธิต. (2560). รูปแบบการจัดการธุรกิจมวยไทยอาชีพในประเทศไทย. **Veridian E-journal**, 10(1), 1255-1269.
- โพธิ์สวัสดิ์ แสงสว่าง. (2522). **พัฒนาการกีฬามวยไทย**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมดา เชื้อสกุลวนิช. (2549). **แผนผังเชิงยุทธศาสตร์การแปลงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ให้เป็นผลลัพท์ที่จับต้องได้**. Knowledge Center สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบบริหาร.
- พิทยะ ศรีวัฒนสาร. (2553). **หนังสือเอกสารคำสอนวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. มหาวิทยาลัยธุรกิจ
 บัณฑิตย์. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2562, จาก
<http://siamprotuguesestudy.blogspot.com/2010/09/9.html>
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. (2544). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เท็กซ์
 แอนด์ เจอร์นัล.
- พงศ์ธร แสงวิภาค. (2556). **ศิลปะมวยไทย มรดกทางวัฒนธรรมไทยสู่สากล**. คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ภัทรวดี เจริญมณี. (2558). **การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ค่ายมวย (Boxing Gym) เพื่อการออกกำลังกาย ในเขตกรุงเทพมหานคร**.
 การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ยาเป็น เรื่องจรรยา. (2552). **แนวคิดทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (The Contingency Approach)**. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562,
 จาก <http://www.kroobannok.com/blog/20420>
- รังษุณี บุญชล. (2541). **มวยไทย กติกา**. กรุงเทพฯ : สกายบุ๊กส์
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538**. สืบค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2562, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>

- รุ่งอรุณ สุทธิพงษ์. (2557). **การพัฒนาหลักสูตรพิเศษมวยไทยระดับสูงสำหรับยอดนักมวยไทย**.
ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- รวัย ตั้งมูทาภักทรกุล. (2550). **สภาพการฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถาน ปัญหาการ
ฝึกอบรมมวยไทยในเรือนจำและทัณฑสถานเขต 3 และเขต 4**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วัฒนา โคตรสมบัติ. (2558). **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยอาชีพ**. วิทยานิพนธ์
ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วินัย พูลศรี. (2555). **มวยไทย: การจัดการมรดกภูมิปัญญาของชาติไทยสู่รูปแบบธุรกิจสากล**. ปริญญา
นิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิรัช ลภีรัตนกุล (2546). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)**. พิมพ์ครั้งที่10.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2543). **กระบวนการนโยบายทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์
- วีระ กังฉปศิริรินทร์. (2557). **รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์อนุรักษ์ศิลปะมวยไทยแห่งชาติ**.
วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- วีรพล วิเศษศิลป์. (2557). **การพัฒนามาตรฐานวิชาชีพครูมวยไทยอาชีพ**. ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎี
บัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- ศรันยา พรหมจิโน, ชูเกียรติ ชัยบุญศรี และ อนุภาค เสาร์เสาวภาคย์. (2558). **ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข (2537). **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริพร จิรวัดน์กุล. (2558). **การวิจัยเชิงคุณภาพด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ**. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหาร
การตลาด, ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์**. กรุงเทพฯ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุภกิจ วงศ์วิวัฒนนุกิจ. (2550). **พจนานุกรมศัพท์การวิจัยและสถิติพิมพ์ครั้งที่ 2**. กรุงเทพฯ: ด่าน
สุทธา-การพิมพ์.

- ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. (2560). **Who is a BIG Fan of Thai Boxing**. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2562 จาก
<https://www.facebook.com/WOWThailandOfficials/photos/a.1748277305422220/1896046417311974/?type=3&theater>
- ศูนย์วิจัยการตลาดการท่องเที่ยว. (2561). **สถานการณ์ท่องเที่ยวไทย**. สืบค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2562 จาก
<https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/10327>
- สถาบันอนุรักษ์ศิลปะมวยไทย. (2558). **ศิลปะมวยไทย**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2562, จาก
<https://www.dpe.go.th/manual-files-392891791804>
- สไบทอง กันนะ. (2556). **ผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินเชิงท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์
- สมัคร ชมชื่น. (2554). **นักมวย : การศึกษากระบวนการกลายเป็นักมวยไทยอาชีพ**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น:ขอนแก่น.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์. (2558). **การศึกษาเพื่อเพิ่มคุณภาพและศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเขตภูมิภาคตะวันตก**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ
- สิรินกานต์ ผ่องประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย : รูปแบบสมการโครงสร้าง**. วิทยาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สารโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์อักษรไทย.
- สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์. (2551). **ภาพลักษณ์ของมวยไทยในสายตาชาวต่างชาติและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุเทพ แก้วรัตน์. (2561). **รูปแบบการบริหารจัดการค่ายมวยไทยเพื่อการสอนชาวต่างประเทศ**. **ปริญญานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิตมวยไทยศึกษา**. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สุลักษณ์ จันท์เจียบ และอริสรา วิภาตะวัต. (2559). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันชกมวย MX MUAY XTREME ช่องวัน31**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ
- สุธาสินี สุธรรมมา. (2558). **ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อรูปแบบชุมชนเมืองเชียงคานอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสรี วงษ์มณฑา (2542). **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
 _____ . (2547). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

- สมคิด บางโม. (2553). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: วิทยาพัฒน์.
- สมเดช สีแสง. 2547. **คู่มือการบริหารโรงเรียนสถานศึกษาขั้นพื้นฐานตาม พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ**.
 ชัยนาท : ชมรมพัฒนาความรู้ด้านระเบียบกฎหมายและพัฒนามาตรฐานวิชาชีพ
- สมยศ นาวิการ . (2545). **การบริหารแบบมีส่วนร่วม**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- สมพงษ์ สุวรรณจิตกุล. (2547). **แผนที่ยุทธศาสตร์**. กรุงเทพฯ: แมเนเจอร์มีเดีย กรุ๊ป.
- สมบัติกาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท. (2561). **นิยามศัพท์การท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 10
 มีนาคม 2562, จาก
https://chainat.mots.go.th/download/article/article_20180618135139.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2540). **ศิลปะมวยไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภา
 ลาดพร้าว
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2557). **พระราชบัญญัติกีฬามวย**. พระราชบัญญัติกีฬามวย 2542
- สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2547). **การศึกษาแนวทางการพัฒนากีฬา
 มวยสากลไปสู่ความเป็นเลิศเพื่อการอาชีพ**. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักวิชาวิทยาศาสตร์
 การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หน่วยศึกษานิเทศก์กรมการฝึกหัดครู. (2533). **การเลือกและการจัดการหาวัสดุห้องสมุด**. เอกสารการ
 นิเทศการศึกษา ฉบับที่ 230. กรุงเทพฯ :
- อนันต์ เกตุวงศ์. (2523). **การบริหารการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุวัฒน์ ถีออยู่. (2554). **การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพค่ายมวยไทยในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารยา จันทรสกุล (2561). **Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน**. ธนาคาร
 แห่งประเทศไทย สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2562. จาก
<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Overtourism.pdf>
- Aaron John. (2014). **13 Characteristics of Best Muay Thai Camps in Muay Thai Gym Tips
 Thailand Blog**. สืบค้นจาก <http://www.muaythai-scholar.com> เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2561
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (1999). **Management: Building competitive advantage
 (4th ed.)**. Boston: Irwin McGraw-Hill, Inc.

- Bartol, K. M., & Martin, D. C. (1997). **Management. (2nd ed.)**. New York: McGraw - Hill
- Bovee, C.L., Houston, M.J., & Thill, J.V. 1995. **Marketing. (2 nd ed.)**. London: McGraw-Hill.
- Coltman, Michael M. (1989). **Tourism Marketing**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- David A. Fennell. (1999). **Tourism ethics**. Canada : Brock University
- Freeman, R. E. (1992). **Management. (5th ed.)**. New Jersey: Practice – Hall.
- Glogower,N.B.(2009). **A good defense will leave you beautiful.ABad Defence will make you Ugly.Gender in Muaythai Kickboxing.Master's Thesis**. America: Universicty of Michigan
- Gulick, L., & Lydall, U. (1973). **Paper on the Sciences of Adminstration**. New York: Institute of Public Administration
- Herbert A. S. (1947). **Administrative Behavior**. New York: Macmillian.
- Higham, J. (2005). **Sport Tourism Destinations**. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2005). **Marketing Management. 12th Edition**. Prentice-Hall of India Pvt.Ltd, New Delhi.
- Likert, Rensis. (1967). **“The Method of Constructing and Attitude Scale”**. In **Reading in Fishbeic, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement** . New York: Wiley &Son.
- Likert, S. (1961). **New patterns of management**. New York: McGraw-Hill.
- Meyer, J. W.; Scott, W. R.; & Deal, T. E. (1983). **Institutional and Technical Sources of Organizational Structure**. Sanfrancisco: n.p.
- Mill, Robert Christie. (1990). **Tourism the International Business**. New Jersey: Prentice Hall.
- Morse, J. M. (1991). Strategies for sampling. In J. M. Morse (Ed.). **Qualitative nursing research: A contemporary dialogue**. (pp. 127-145). Newbury Park, CA: Sage.
- Newman, W. H., & Charles, B. S. (1964). **The Process of Management**. New Jersey: Prentice - Hall.
- Ranjan, W. (2016). A Review of Sport Events Impact Evaluation Methods. **Journal of Tourism, Hospitality and Sports**. 19, 31-36.
- Schissel, J.L. (2008). **Review of the book: Improving testing for English language**

learners by R. Kopriva. Teachers College Working Papers in TESOL & Applied Linguistic, 8(2).

Schmerhorn. J. R. (1999). **Management (5th ed.)**. USA: John Wiley and Sons.

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M. D. L. Á., & Porras-Bueno, N. (2009).

Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. **Journal of Travel Research**, 47(3), 373-387.

Wehrich, H and Koontz, H. 1993. **Management**. AUS: Victoria Publishing, 1993

ภาคผนวก

รายชื่อคณะผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการเก็บข้อมูล

1) รองศาสตราจารย์ ดร. ชานูชัย ยมดิษฐ์

ตำแหน่ง

- นายกสมาคมครูมวยไทยศึกษานานาชาติ
- ที่ปรึกษาวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

2) รองศาสตราจารย์ ดร. โยธิน แสงดี

ตำแหน่ง

- รองศาสตราจารย์ระดับ 9 สาขาวิจัยประชากรและสังคม

คุณวุฒิการศึกษา:

- B.A., Political Sciences (Government and Politics) Ramkhamheang University, Thailand
- M.A., Demography Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Thailand
- M.A., Sociology The University of North Carolina at Chapel Hill, USA.
- Ph.D., Sociology The University of North Carolina at Chapel Hill, USA.

3) อาจารย์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์

ตำแหน่ง

- กรรมการผู้จัดการบริษัท Golden Discovery Express
- ประธานคณะที่ปรึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

4) คุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล

ตำแหน่ง

- ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐ

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	รศ.ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์	นายกสมาคมมวยไทยศึกษาฯ	มรภ.หมู่บ้านจอมบึง
2	อาจารย์ ดร.สำราญ สุขแสง	คณบดีวิทยาลัยมวยไทยศึกษาฯ	มรภ.หมู่บ้านจอมบึง
3	คุณปรวัฒน์ แวกสินทร	หัวหน้าค่ายมวย	มรภ.หมู่บ้านจอมบึง
4	คุณพงษ์พัฒน์ ว่องไว	นักฝึกอบรมมวยไทย	มรภ.หมู่บ้านจอมบึง
5	อาจารย์ ดร.ประไพร จันทะบัณฑิต	ครูมวยไทย	มรภ.หมู่บ้านจอมบึง
6	อาจารย์วิรัชชัย มนธา	ครูมวย	สถาบันการพลศึกษาเชียงใหม่

2. ผู้ให้ข้อมูลจากภาคเอกชน

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	คุณเมธี วัฒนศิริโรจน์	กรรมการผู้จัดการ	Tiger Muay Thai
2	คุณธนวัฒน์ น้อยศิริ	ผู้ฝึกสอน	Phuket Fight Club
3	คุณสุธี หนูนกระโทก	ผู้ฝึกสอน	Tiger Muay Thai
4	คุณอภิรักษ์ จันทร์สำเภา	ผู้จัดการค่ายมวย	Phuket Top Team Muay Thai & MMA Training Camp
5	คุณวัฒนา มาลาร์ตัน	ผู้จัดการค่ายมวย	Chokchai Muay Thai, Boxing, Muay Boran & Stadium
6	คุณนพดล แก้วจริง	ผู้ฝึกสอน	Chokchai Muay Thai, Boxing, Muay Boran & Stadium
7	Mr.Vichan Areerob	เจ้าของค่ายมวย	Rawai Muaythai Phuket
8	คุณเจนณรงค์ (ปฏักเทพ ชินปีมวยไทย)	นักมวยอาชีพ	Sinbi Muay Thai Training Camp
9	Mr.Opas Saimai	เจ้าของค่ายมวย	T&Y MUAYTHAI PHUKET
10	คุณมานพ เหมพิทักษ์	เจ้าของค่ายมวย	Eagle Muaythai Phuket
11	คุณวุฒิศักดิ์ สะแสง	หัวหน้าผู้ฝึกสอน	Banchamek Gym
12	ดร.สุธน จิตรม้น	ประธานชมรมมวยไทยภาค ตะวันตก	ชมรมมวยไทยภาคตะวันตก
13	ครูสง ขมแควยิม	เจ้าของค่ายมวย	ค่ายมวยขมแควยิม
14	นายชลอ ผาสุข	โปรโมเตอร์	ชมรมมวยไทยภาคตะวันตก
15	คุณนพรัตน์ พุทธรัตนมณี	รองประธานอำนวยการจัดการแข่งขันชกมวยไทยโลก THAI	Thai Fight

2. ผู้ให้ข้อมูลจากภาคเอกชน (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
		FIGHT	
16	คุณทศพล สิทธิวัจน์	กรรมการผู้จัดการค่ายมวย	Master toddy
17	พ.อ.อ.อัทธพล อ่ำ อนันท์	ประธานโปรโมเตอร์	Thai Fight
18	คุณเอนก แสงมรกต	โปรโมเตอร์	Thai Fight
19	อาจารย์ ดร.แสง วิทย์พิทักษ์	ประธานกรรมการตัดสิน	Thai Fight
20	คุณชุ่น เกียรติเพชร	โปรโมเตอร์มวยช่อง 7 สี	
21	คุณคำจันทร์ ชาวคำเขตต์	บริษัท กีฬา สปอร์ต จำกัด	
22	Miss Lisa Hawtrey.	ผู้มาเรียนมวยไทย	
23	Victoria Nikoloudis	ผู้มาเรียนมวยไทย	
24	Mr. Ramon Roberto	ผู้มาเรียนมวยไทย	
25	Mr.Nicolar Spinna	ผู้มาเรียนมวยไทย	

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิการสนทนากลุ่มย่อย

วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ. 2562

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์	นายกสมาคมมวยไทยศึกษานานาชาติ
2	อาจารย์ ดร.สำราญ สุขแสง	คณบดีวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย
3	อาจารย์ ดร. แสงว วิทย์พิทักษ์	ประธานกรรมการตัดสิน THIA FIGHT
4	พ.อ.อ. อรรถพงษ์ อ่อนนัต์	โปรโมเตอร์ THIA FIGHT
5	คุณทศพล สิทธิวัจน์	ประธานกรรมการบริหารโรงเรียนมวยไทย Master Toddy
6	คุณศรีเมือง สิงห์สวนเงิน	หัวหน้าค่ายมวยแก้วสัมฤทธิ์
7	ครูดาม ศรีจันทร์	เจ้าของธุรกิจค่ายมวย Krudam Muay Thai Gym
8	คุณปวัฒน์ แวกสินธร	ผู้จัดการค่ายมวย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
9	คุณชะลอ ผาสุข	โปรโมเตอร์มวยไทยภูมิภาคตะวันตก
10	คุณธวัชรัตน์ ปกรณ์มณีรัตน์	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัทมวยไทยโชว์ 2013 จำกัด
11	คุณรายู เจริญสุข	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัทมวยไทยโชว์ 2013 จำกัด
12	คุณวิโรจน์ สิตประเสริฐนันท์	นายกสมาคมคคทศกีฬาอาชีพแห่งประเทศไทย
13	คุณปกาศิต อ่อนนัต์	หัวหน้าค่ายมวยแสงมรกต
14	คุณประสิทธิ์ชัย ผาสุข	ครูมวยไทย/นักแสดง
15	Mr. Steven Jong	XINCHUN WELLNESS Co., Ltd
16	คุณสุพัตรา เขมทองคำ	ACE Muay and Martial Arts Co., Ltd

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์คู่มือ

วันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2563

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ยมดิษฐ์	นายกสมาคมมวยไทยศึกษานานาชาติ
2	อาจารย์ ดร.สำราญ สุขแสง	คณบดีวิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย
3	อาจารย์ ดร. แสงว วิทยพิทักษ์	ประธานกรรมการตัดสิน THIA FIGHT
4	คุณประสิทธิ์ชัย ผาสุข	ครูมวยไทย/นักแสดง
5	นายเดชา เรืองอ่อน	หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ราชบุรี
6	นางทองเจือ เอี่ยมทนานุรักษ์	ศึกษาธิการจังหวัดราชบุรี
7	นางบรรเจิด อุ่นมณีรัตน์	ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปฐมศึกษาราชบุรี เขต 2
8	นายสุมิท วัฏฏสันติ	ท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี
9	นางสาวมิ่งขวัญ บุญโกสัย	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี
10	นายพงษ์สรรค์ ตั้งมั่น	ท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี
11	นายพิชิต เลิศพิทักษ์ธรรม	ท่องเที่ยวอำเภอบางแพ
12	นายปรินทร์ คุณขาว	(แทน)นายอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี
13	นายชะลอ ผาสุข	โปรโมเตอร์มวยไทย
14	ดร.วรยุทธ์ ทิพย์เที่ยงแท้	ผู้ทรงคุณวุฒิมวยไทย
15	นายมิชัย บุตรเกศ	ท่องเที่ยวและกีฬาวัดเพลง

แบบสอบถามสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย (ต้นฉบับภาษาไทย)
การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยแบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น

ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

- ☐ 1. 15 – 19 ปี ☐ 2. 20 – 24 ปี ☐ 3. 25 – 29 ปี
☐ 4. 30 – 34 ปี ☐ 5. 35 – 39 ปี ☐ 6. 40 – 44 ปี
☐ 7. 45 – 49 ปี ☐ 8. 50 ปีขึ้นไป

3.อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2. นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว
☐ 3. เจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ ☐ 4. พนักงานเอกชน / ลูกจ้างเอกชน
☐ 5. นักมวย ☐ 6. อื่นๆ.....

5. สถานะภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. แต่งงาน

6. การศึกษา

- ☐ ปริญญาโท
☐ มัธยมศึกษา
☐ อนุปริญญาตรี
☐ ปริญญาตรี

7. ลักษณะการเดินทางมาเรียนมวยไทยครั้งนี้ท่านมากับใคร

- ☐ 1. คนเดียว ☐ 2. ครอบครัว ☐ 3. กลุ่มเพื่อน ☐ 4. บริษัททัวร์
☐ 5. ค่ายมวย ☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. ท่านเดินทางมาจากประเทศใด (โปรดระบุ)

9. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1. น้อยกว่า \$500 ☐ 2. ระหว่าง \$500-\$1,000 ☐ 3. ระหว่าง \$1,001-\$1,500
☐ 4. ระหว่าง \$1501-\$2,000 ☐ 5. ระหว่าง \$2,001-\$2,500 ☐ 6. ระหว่าง \$2,501-\$3,000
☐ 7. ระหว่าง \$3,001-\$3,500 ☐ 8. มากกว่า \$3,500 ขึ้นไป

10. ยานพาหนะในการเดินทาง/หรือท่องเที่ยว

- ☐ 1. แท็กซี่ ☐ 2.รถประจำทาง ☐ 3. รถจักรยานยนต์
☐ 4. รถยนต์ ☐ 5. รถตุ๊กตุ๊ก ☐ 6. รถไฟฟ้า
☐ 7. รถตู้ ☐ 8. เดิน ☐ 9. รถบริษัททัวร์

11. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---------------------------------------|---|
| ☐ 1. อินตาแกรม | ☐ 2. โลงน้ | ☐ 3. เฟสบุ้ค |
| ☐ 4. ทวิตเตอร์ | ☐ 5. โทรทศน์ | ☐ 6. นิตยสาร |
| ☐ 7. บริษัททว้ร / มัคคุเทศก์ | | ☐ 8. เพื่อน / ญาติ / บุคคลอื่น ๆ |
| ☐ 9. การออกบูชมวยไทย | ☐ 10. เว็บไซค์ | ☐ 11. บล๊อเกอร์ |

12 .สถานที่พัก

- | | | |
|--|--------------------------------------|---|
| ☐ 1. ค่ายมวย/ยิมมวย | ☐ 2. เกสเฮาท์ | ☐ 3. ห้องเช่า |
| ☐ 4. อาพาร์ทเม้นท์ | ☐ 5. โรงแรม | ☐ 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

13. ราคาที่พักต่อวัน

- | | | |
|---|---|--|
| ☐ 1. ต่ำกว่า 500 บาท | ☐ 2. 501 – 1,000 บาท | ☐ 3. 1,001- 1,500 บาท |
| ☐ 4. 1,501-2,000 บาท | ☐ 5. มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้มาเรียนมวยไทย (Customer behavior)

1) พฤติกรรมเชิงลึกของนักท่องเียวที่มาเรียนมวยไทย

1.1 เหตุผลที่ทำให้ท่านมาเรียนมวยไทย

- | | | |
|--|---|--|
| ☐ 1. แข่งขัน | ☐ 2. สุขภาพ/ออกกำลังกาย | ☐ 3. ลดน้ำหนัก |
| ☐ 4. ตื่นเต้น/ท้าทาย | ☐ 5. ทำธุรกิจ | ☐ 6. ท่องเที่ยว |
| ☐ 7. เพื่อเป็นนักมวยอาชีพ | ☐ 8. เพื่อศึกษาวิถีชีวิต และภูมิปัญญาไทย | |
| ☐ 9. เพื่อทักษะชีวิต | ☐ 10. เพื่อเอาชนะตนเอง | ☐ 11. เพื่อป้องกันตัว |
| ☐ 12. เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ | | |

1.2 เมื่อพูดถึงการท่องเียวด้วยมวยไทยประโยคใดต่อไปนี้ที่คุณเห็นด้วยมากที่สุด

- | |
|--|
| ☐ 1. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อออกกำลังกาย |
| ☐ 2. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อความตื่นเต้นท้าทาย |
| ☐ 3. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเอาชนะผู้อื่น |
| ☐ 4. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเอาชนะตนเอง |
| ☐ 5. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม |
| ☐ 6. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อแข่งขัน |
| ☐ 7. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อรักษาโรคประจำตัว |
| ☐ 8. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อป้องกันตัว |
| ☐ 9. ฉันต้องการเรียนมวยไทยเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ |

1.3 ประสบการณ์การมาเรียนมวยไทย

- | |
|---|
| ☐ ครั้งแรก |
| ☐ ไม่ใช่ครั้งแรก |
| ☐ 2 ครั้ง |
| ☐ 3 ครั้ง |

- ☐ 4 ครั้ง
- ☐ 5 ครั้ง ขึ้นไป

1.4 ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหากิจกรรมมวยหรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ 1. ค้นหาค่ายมวย ☐ 2. ค้นหาโปรแกรมการฝึกมวย
- ☐ 3. สมัครและชำระเงินออนไลน์ ☐ 4. วางแผนการเดินทาง
- ☐ 5. ตรวจสอบบริการของค่ายมวย

1.5 อุปกรณ์ที่ท่านใช้ในการฝึกมวย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. นวมมวย ☐ 2. ผ้าพันมือ ☐ 3. กางเกงมวย
- ☐ 4. น้ำมันมวย ☐ 5. วาสลีน ☐ 6. ฟันยาง
- ☐ 7. ชุดลดน้ำหนัก ☐ 8. แองเกิ้ลรัดข้อเท้า ☐ 9. เชือกกระโดด

1.6 ช่วงเดือนที่ท่านเดินทางมาเรียนมวยไทย

- ☐ 1. มกราคม ☐ 2. กุมภาพันธ์ ☐ 3. มีนาคม
- ☐ 4. เมษายน ☐ 5. พฤษภาคม ☐ 6. มิถุนายน
- ☐ 7. กรกฎาคม ☐ 8. สิงหาคม ☐ 9. กันยายน
- ☐ 10. ตุลาคม ☐ 11. พฤศจิกายน ☐ 12. ธันวาคม

1.7 ระยะเวลาที่ท่านเรียนมวยไทย

- ☐ 1. 7 วัน ☐ 2. 1 เดือน ☐ 3. 3 เดือน ☐ 4. 6 เดือน

1.8 กิจกรรมที่ท่านอยากเข้าร่วมระหว่างเรียนมวยไทย

- ☐ 1. ไหว้ครูมวยไทยโลก
- ☐ 2. วันสงกรานต์
- ☐ 3. วันลอยกระทง
- ☐ 4. กิจกรรมท้องถิ่น

1.8 สถานที่ฝึกมวยไทยแบบใดที่ดึงดูดใจให้ท่านอยากมาเรียนกีฬาด้วยมวยไทยมากขึ้น

- ☐ 1. การฝึกมวยไทยที่ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ชายทะเล หมู่เกาะ
- ☐ 2. การฝึกมวยไทยที่ตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หุบเขา ภูเขา น้ำตก
- ☐ 3. การฝึกมวยไทยและพาไปชมวัด
- ☐ 4. การฝึกมวยไทยแบบวิถีชีวิตชุมชน
- ☐ 5. การฝึกมวยไทยในค่ายที่ทันสมัย

1.9 ระหว่างการท่องเที่ยวคุณเลือกร้านอาหารเพื่อรับประทานอาหารอย่างไร

- ☐ 1. ตามคำแนะนำใน Social Media ☐ 4. ตามคำแนะนำของคนรู้จักหรือคนที่เคยไปมาแล้ว
- ☐ 2. ตามคำแนะนำของคนในพื้นที่ ☐ 5. ร้านที่มีคนต่อแถวยาว
- ☐ 3. ตามความสะดวก (ใกล้กับที่พัก/ที่ฝึกมวย) ☐ 6. ร้านที่ไม่มีคนต่อแถวเยอะ

1.10 ท่านมักทำกิจกรรมใดระหว่างการเดินทางมาทำกิจกรรมมวยไทย

- ☐ 1) บริการนวด/สปา/กายภาพบำบัด ☐ 7) เที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน/พิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน

- | | |
|--|---|
| ☐ 2) เทียวชมธรรมชาติ ภูเขา ทะเล หุ่นา | ☐ 8) เทียวชมสถานบันเทิงยามคำคีน |
| ☐ 3) เทียวชมโบราณสถาน/ศาสนสถาน | ☐ 9) เทียวชมตลาดเก่า/ตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ |
| ☐ 4) ให้วพระ สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เสริมสิริมงคล | ☐ 10) กิจกรรมปั่นเขา เดินป่า |
| ☐ 5) ถ่ายภาพ | ☐ 11) กิจกรรมให้วครุมวยไทย |
| ☐ 6) ชมมวยไทยในสนามแข่งขันมวย | |

1.11 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวด้วยมวยไทย กรุณาเลือกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของคุณมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. มีวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม
- ☐ 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวครบครัน
- ☐ 3. มีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์
- ☐ 4. อาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์
- ☐ 5. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัด
- ☐ 6. มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์
- ☐ 7. มีวัด/เกจิอาจารย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้กราบไหว้
- ☐ 8. มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และความงาม
- ☐ 9. มีสถาปัตยกรรม/บ้านเรือนที่สวยงาม
- ☐ 10. คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยดี
- ☐ 11. ความสงบของแหล่งท่องเที่ยว (ผู้คนไม่พลุกพล่าน)
- ☐ 12. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติที่น่าสนใจ/มีเรื่องราว
- ☐ 13. มีกิจกรรมเชิงเกษตร เช่น เรียนทำนาอินทรีย์ ตกหมึก เก็บผลไม้ในสวน เป็นต้น
- ☐ 14. มีสถานที่ท่องเที่ยวให้ทำกิจกรรมสันทนาการ/พักผ่อน เช่น สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น
- ☐ 15. ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (การรีวิวจากที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว)
- ☐ 16. มีกิจกรรมกลางแจ้งที่หลากหลาย
- ☐ 17. มีกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ
- ☐ 18. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีจุดอับของสัญญาณโทรศัพท์
- ☐ 19. มีโปรแกรมที่น่าสนใจ
- ☐ 20. มีโปรแกรมทัวร์เครื่องบินที่น่าสนใจ

1.12 ผลกระทบใดในการจัดกิจกรรมการฝึกมวยไทยที่จะสร้างแรงดึงดูดให้ท่านเข้าร่วมเพิ่มขึ้น

- ☐ 1. บริการนำเที่ยวระหว่างฝึกมวยไทย
- ☐ 2. แพคเกจเสริมพาไปชมมวยไทย
- ☐ 3. ประกันสุขภาพระหว่างเรียนมวยไทย
- ☐ 4. แพคเกจเรียนมวยไทยและทดลองแข่งขัน
- ☐ 5. หลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้หญิง
- ☐ 6. หลักสูตรมวยไทยสำหรับเด็ก

- ☐ 7. หลักสูตรมวยไทยสำหรับผู้สูงอายุ
- ☐ 8. หลักสูตรสำหรับวัดสมรรถนะด้านมวยไทย (Muaythai competency)
- ☐ 9. หลักสูตรมวยโบราณ
- ☐ 10. หลักสูตรสร้างผลิตภัณฑ์มวยไทย (มงคล ประเจียด ผ้าพันมือ)
- ☐ 11. แพคเกจเสริมเรียนไหว้ครูมวยไทย
- ☐ 12. แพคเกจถ่ายภาพและถ่ายวิดีโอ (ขณะฝึกซ้อมหรือแข่งขัน)
- ☐ 13. แพคเกจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ค่ายมวย
- ☐ 14. แพคเกจ Muaythai Training camp แคมป์
- ☐ 15. แพคเกจฝึกสมาธิด้วยมวยไทย

2 พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาเรียนมวยในแต่ละครั้งของคุณเป็นอย่างไร

รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงินที่จ่าย (โปรดระบุตัวเลข)	หน่วยนับ
1.การบริการโรงแรมและที่พัก		บาท/ต่อปี
2.การบริการอาหารและเครื่องดื่ม		บาท/ต่อครั้ง
3. ค่าเดินทาง		บาท/ต่อครั้ง
3.1 โดยสารทางบก		บาท/ต่อครั้ง
3.2 การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม		บาท/ต่อครั้ง
4.ค่าท่องเที่ยว		บาท/ต่อครั้ง
4.1 สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว		บาท/ต่อครั้ง
4.2 Shopping - ค่าอุปกรณ์		บาท/ต่อครั้ง
4.3 Shopping - ค่าผลิตภัณฑ์		بات/ต่อครั้ง
4.5 การบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ		บาท/ต่อครั้ง
4.7 กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ (ค่าเรียนมวยไทย)		บาท/ต่อครั้ง
5. กิจกรรมอื่นๆ อาทิ		บาท/ต่อครั้ง
5.2 อื่น โปรดระบุ		

ส่วนที่ 3 ลักษณะทางด้านจิตวิทยา

ท่านเห็นด้วยกับ มากน้อยเพียงใดสำหรับประโยคต่อไปนี้ เมื่อพูดถึงการเดินทางท่องเที่ยวเชิงกีฬาด้วย
 ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยสามารถให้คะแนนได้ระหว่าง 1 คะแนนถึง 6 คะแนน ซึ่งค่าคะแนน 1 = ไม่เห็นด้วย
 เลย และ 6 = เห็นด้วยอย่างมาก

ปัจจัย							รหัส
1. Psychological factor : ประสบการณ์ที่ต้องการได้จากการท่องเที่ยว (Want)							
1.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการความสนุกสนาน	1	2	3	4	5	6	Want1
2.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want2
3.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	Want 3
4.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการความเพลิดเพลินจากการดูคนในพื้นที่ทำกิจกรรม	1	2	3	4	5	6	Want 4
5.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆเพิ่มมากขึ้น	1	2	3	4	5	6	Want 5
6.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการเรียนรู้จากคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 6
7.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 7
8.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆอย่างแท้จริง	1	2	3	4	5	6	Want 8
9.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการความเป็นมิตรจากคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 9
10.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 10
11.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการสัมผัสถึงความลงตัว/ความรื่นรมย์ ของพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 11
12.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการค้นพบประสบการณ์ที่แท้จริง (ไม่มีการปรุงแต่ง)	1	2	3	4	5	6	Want 12

ปัจจัย							รหัส
13.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการประสบการณ์ที่เหมือนกับอยู่ในอีกห้วงเวลา	1	2	3	4	5	6	Want 13
14.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการประสบการณ์ที่เหมือนกับอยู่ในสถานที่ที่ไม่เคยพบเจอ	1	2	3	4	5	6	Want 14
15.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการใช้ชีวิตแบบคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	Want 15
16.เมื่อเดินทางท่องเที่ยว ฉันต้องการทดลองเป็นคนอื่นที่ไม่ใช่ตัวฉัน	1	2	3	4	5	6	Want 16
2.Psychological factor : PS (สิ่งเร้าหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลการผลักดันหรือกระตุ้นให้ อยากเดินทางท่องเที่ยว							
1.ทำให้ได้ใช้เวลาอยู่เงียบๆคนเดียว	1	2	3	4	5	6	PS1
2.แสดงถึงการประสบความสำเร็จในชีวิต (มีฐานะ)	1	2	3	4	5	6	PS 2
3.ทำให้ได้รู้จักตัวเองมากขึ้น	1	2	3	4	5	6	PS 3
4.ทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ๆ/วัฒนธรรมใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	PS 4
5.ทำให้พิสุจน์/ท้าทายตัวเอง	1	2	3	4	5	6	PS 5
6.ทำให้ได้มุมมองใหม่ๆในชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 6
7.ทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด	1	2	3	4	5	6	PS7
8.ทำให้ได้เติมพลังให้กับชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 8
9.ได้ให้รางวัลกับชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 9
10.ทำให้ได้สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 10
11.ทำให้ได้นำความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวมาใช้ในการใช้ชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 11
12.ทำให้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับคนที่ไปด้วย	1	2	3	4	5	6	PS 12
13.ทำให้ได้รับความอึ้งอัมจากการทำงานโปรเจกต์เพื่อสังคม	1	2	3	4	5	6	PS 13
14.ทำให้ได้สเตตัส (status) ว่าเป็นผู้นำเทรนด์	1	2	3	4	5	6	PS 14
15.ทำให้ได้หลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากชีวิตปัจจุบัน	1	2	3	4	5	6	PS 15
16.ทำให้ได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัย/ไม่ตกเทรนด์	1	2	3	4	5	6	PS 16
17.ทำให้ได้รับความทรงจำที่ดีในชีวิต	1	2	3	4	5	6	PS 17
18.ทำให้ได้เรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	PS 18
19.ทำให้ได้ลองรับประทาน/ลองทำอาหารใหม่	1	2	3	4	5	6	PS 19
20.ทำให้ได้ทดลองทำกิจกรรมใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	PS 20

ลักษณะทางจิตวิทยา (ต่อ)

ปัจจัย							รหัส
3.รูปแบบการดำเนินชีวิต AIO							
Activity							
1 ฉันมักหาเวลานั่งดูภาพยนตร์ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่โรงหนัง	1	2	3	4	5	6	AC1
2 การซื้อปิ้งคือการใช้เวลาว่างที่ฉันชอบทำ	1	2	3	4	5	6	AC2
3 การได้ไปเที่ยวกลางคืนตามพัับหรือบาร์ คือความสุขอย่างหนึ่งของชีวิต	1	2	3	4	5	6	AC3
4 ฉันมักหาเวลาไปดูละครทีวี คอนเสิร์ต หรือการแสดงสดต่างๆ	1	2	3	4	5	6	AC4
5 การฟังวิทยุหรือเพลง คือการใช้เวลาว่างที่ฉันมักทำ	1	2	3	4	5	6	AC5
6 ฉันชอบถ่ายรูปสถานที่ บุคคล หรือสิ่งต่างๆมากกว่าถ่ายรูปตัวเอง	1	2	3	4	5	6	AC6
7 ฉันมักหาเวลาไปเดินเล่นพิพิธภัณฑ์หรืองานแสดงศิลปะต่างๆ	1	2	3	4	5	6	AC 7
8 ฉันมักออกไปเที่ยวกับเพื่อนๆเมื่อมีเวลาว่าง	1	2	3	4	5	6	AC8
9 การนั่งดูโทรทัศน์ คือ การใช้เวลาว่างที่ฉันมักทำ	1	2	3	4	5	6	AC9
10 ฉันมักทำทุกอย่างตามตารางเวลา เช่น ตัดผมทุกวันศุกร์ ซักผ้าทุกวันเสาร์ ไปซูเปอร์มาเก็ตทุกวันอาทิตย์	1	2	3	4	5	6	AC10
11 การนั่งอ่านหนังสือ-นิตยสาร/ คือการใช้เวลาว่างที่ฉันมักทำ	1	2	3	4	5	6	AC11
12 ฉันมักรับประทานอาหารนอกบ้าน	1	2	3	4	5	6	AC12
13 การเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว คือ สิ่งี่ฉันมีความสุข	1	2	3	4	5	6	AC 13
14 ฉันออกกำลังกายเป็นประจำและสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5	6	AC14
15 ฉันมักถ่ายรูปตัวเอง (เซลฟี) กับทุกๆที่ที่ฉันไป	1	2	3	4	5	6	AC15
16 ฉันมักไปไหนมาไหนคนเดียว	1	2	3	4	5	6	AC16
17 สิ่งแรกที่ฉันทำตอนตื่นนอนคือ การใช้ Social media ต่างๆ	1	2	3	4	5	6	AC 17
18 ฉันชอบไปนั่งเล่นตามร้านกาแฟต่างๆ	1	2	3	4	5	6	AC 12
19 ฉันชอบพูดปะพคุยกับคนอื่นๆ	1	2	3	4	5	6	AC 13
20 ฉันมักหาเวลาไปทำบุญ เข้าวัด หรือนั่งสมาธิ	1	2	3	4	5	6	AC 14
Interest (ความสนใจ)							
1 ฉันชอบทดลองอาหารแปลกใหม่	1	2	3	4	5	6	IN 1
2 ฉันให้ความสนใจกับสินค้า organic ต่างๆ	1	2	3	4	5	6	IN2
3 ฉันชอบรับประทานอาหารในร้านอาหาร/ภัตตาคาร มากกว่าร้านห้องแถว/ร้านรถเข็น	1	2	3	4	5	6	IN3
4 ฉันชอบทดลองสินค้าใหม่ที่มีการนำออกมาขาย	1	2	3	4	5	6	IN4
5 ฉันมักศึกษาประวัติของคนที่สำเร็จ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับตนเอง	1	2	3	4	5	6	IN5
6 ฉันมักเปรียบเทียบตนเองกับเพื่อนในรุ่นเดียวกัน	1	2	3	4	5	6	IN6
7 ฉันชอบเรื่องเทคโนโลยี	1	2	3	4	5	6	IN7
8 ฉันชอบตามเรื่องที่เป็นกระแสอยู่ในสังคม	1	2	3	4	5	6	IN8
9 การใช้ผลิตภัณฑ์ recycle คือสิ่งี่ฉันให้ความสำคัญ	1	2	3	4	5	6	IN 9
10 ฉันชอบติดตามข่าวสารข้อมูลผ่าน social media	1	2	3	4	5	6	IN10
11 ฉันชอบวางแผนในการใช้ชีวิต	1	2	3	4	5	6	In11
12 ฉันชอบศึกษาความรู้เพิ่มเติมในสิ่งต่างๆอยู่เสมอ	1	2	3	4	5	6	IN 12
13 ฉันสามารถรับประทานอาหารประเภทเดิมซ้ำๆ กันได้หลายวัน	1	2	3	4	5	6	IN 13
14 ฉันชอบไปเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆมากกว่ากลับไปยังสถานที่ที่คุ้นเคย	1	2	3	4	5	6	IN 14
15 ฉันชอบเรื่องธรรมะและการเจริญสติเพื่อสมาธิ	1	2	3	4	5	6	IN 15
16 ฉันให้ความสนใจกับกีฬาที่กำลังเป็นที่นิยม	1	2	3	4	5	6	IN 16

ลักษณะทางจิตวิทยา (ต่อ)

ปัจจัย							รหัส
Interest (ความสนใจ) (ต่อ)							
17 เวลาไปท่องเที่ยว ฉันชอบใช้ชีวิตร่วมกับคนอื่นในพื้นที่	1	2	3	4	5	6	IN 17
18 ฉันให้ความสนใจกับรูปแบบในการใช้ชีวิตของคนที่รู้จัก	1	2	3	4	5	6	IN 18
19 ฉันมีความสนใจในการวางแผนทางการเงิน/การออม	1	2	3	4	5	6	IN 19
20 ฉันให้ความสนใจกับกระบวนการในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ	1	2	3	4	5	6	IN 20
ความคิดเห็น (Opinion)							
1 วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ควรปรับตัวตามโลกยุคปัจจุบัน	1	2	3	4	5	6	OP1
2 การไปท่องเที่ยว คือ การไปเก็บเกี่ยวประสบการณ์ มากกว่าไปพักผ่อนหย่อนใจ	1	2	3	4	5	6	OP2
3 การไปไหนมาไหนคนเดียว หรือทำอะไรคนเดียวไม่ใช่เรื่องแปลก	1	2	3	4	5	6	OP3
4 การใส่ชุดผูกโหดเพื่อไปประชุมเป็นเรื่องที่ควรจะมีการเปลี่ยนแปลง	1	2	3	4	5	6	OP4
5 คนส่วนใหญ่ที่ทำบุญตักบาตร มักหวังผลบุญที่ตนเองทำในภายหน้า	1	2	3	4	5	6	OP5
6 การอวดแสดงดีสบนโซเชียลมีเดีย คือ การอวดตัวเองของตน	1	2	3	4	5	6	OP6
7 การไปท่องเที่ยว คือ การใช้ชีวิตที่แตกต่างจากชีวิตที่เราใช้ชีวิตประจำวัน	1	2	3	4	5	6	OP7
8 การช่วยเหลือคนที่ด้อยโอกาส คือ สิ่งที่เราควรทำถ้าเราสามารถทำได้	1	2	3	4	5	6	OP8
9 การเข้าวัดไหว้พระ ถือศีล ไม่มีความจำเป็น ถ้าเราประพฤติดี	1	2	3	4	5	6	OP9
10 การทดลองทำสิ่งใหม่ๆในชีวิต คือ สิ่งที่เราควรทำ	1	2	3	4	5	6	OP10
11 สถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่มีความน่าสนใจในการไปท่องเที่ยว มากกว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่เจริญแล้ว	1	2	3	4	5	6	OP11
12 ถ้ามีคนแข่งชิงอำนาจที่ฉันรออยู่ในแถว ฉันจะต่อว่าคนที่	1	2	3	4	5	6	OP12
13 การดูดวง ดูฮวงจุ้ย คือ สิ่งที่จะช่วยให้ฉันพร้อมรับมือกับอนาคต	1	2	3	4	5	6	OP13
14 การไปเที่ยวต่างประเทศดูดีกว่าการเที่ยวในประเทศ	1	2	3	4	5	6	OP14
15 การเก็บเงินเพื่อไปท่องเที่ยว ดีกว่านำเงินไปซื้อสินค้าแบรนด์เนม	1	2	3	4	5	6	OP15
16 การโพสรูปต่างๆตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของการแบ่งปันประสบการณ์มากกว่า การอวดของคน	1	2	3	4	5	6	OP16
17 การไปเที่ยวคือการไปเรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่นั้นๆ	1	2	3	4	5	6	OP17
18 การไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่ค่อยมีคนเคยไปดีกว่าการไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นที่รู้จักของคนอื่นๆแล้ว	1	2	3	4	5	6	OP18
19 สภาพเศรษฐกิจและการเงินในปัจจุบัน ไม่ใช่อุปสรรคในการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	OP19
20 การไปเที่ยวไม่วางแผนล่วงหน้าเป็นสิ่งที่น่าสนุกและสนใจ	1	2	3	4	5	6	OP20

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
ทีมนักวิจัยมวยไทย

แบบสอบถามสำหรับผู้มาชมมวยไทย (ต้นฉบับภาษาไทย)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยแบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปะ วัฒนธรรมท้องถิ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

- ☐ อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ☐ อายุ 26-35 ปี ☐ อายุ 36-45 ปี
☐ อายุ 46-60 ปี ☐ อายุมากกว่า 60 ปี

3.อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2. นักธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว
☐ 3. เจ้าหน้าที่รัฐ / รัฐวิสาหกิจ ☐ 4. พนักงานเอกชน / ลูกจ้างเอกชน
☐ 5. นักมวย ☐ 6. อื่นๆ.....

4. สถานะภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. แต่งงาน

5. การศึกษา

- ☐ มัธยมศึกษา ☐ อนุปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

6. ลักษณะการเดินทาง

- ☐ 1. คนเดียว ☐ 2. ครอบครัว ☐ 3. กลุ่มเพื่อน ☐ 4. บริษัททัวร์
☐ 5. ค่ายมวย ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านเดินทางมาจากประเทศใด (โปรดระบุ)

8. รายได้ต่อเดือน

- ☐ 1. น้อยกว่า \$500 บาท ☐ 2. ระหว่าง \$500-\$1,000 ☐ 3. ระหว่าง \$1,001-\$1,500
☐ 4. ระหว่าง \$1,501-\$2,000 ☐ 5. ระหว่าง \$2,001-\$2,500 ☐ 6. ระหว่าง \$2,501-\$3,000
☐ 7. ระหว่าง \$3,001-\$3,500 ☐ 8. มากกว่า \$3,500 ขึ้นไป

9. ยานพาหนะในการเดินทาง/หรือท่องเที่ยว

- ☐ 1. แท็กซี่ ☐ 2.รถประจำทาง/รถทัวร์ ☐ 3. รถจักรยานยนต์
☐ 4. รถยนต์ ☐ 5. รถตุ๊กตุ๊ก ☐ 6. รถไฟฟ้า
☐ 7. เดิน ☐ 8. อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้มาชมมวยไทย

1. เหตุผลหลักที่ท่านเดินทางมาประเทศไทย

- ☐ 1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อนหย่อนใจ ☐ 2. เพื่อติดต่อธุรกิจ ☐ 3. ประชุม/สัมมนา
☐ 4. เพื่อแข่งขันชมมวยไทย ☐ 5. เพื่อการศึกษา

2. เหตุผลที่ทำให้ท่านมาชมมวยไทย

- ☐ 1. เพื่อความบันเทิง ☐ 2. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ☐ 3. สัมผัสเอกลักษณ์ความเป็นไทย
☐ 4. เพื่อการทำธุรกิจมวยไทย ☐ 5. เพื่อศึกษาวิถีชีวิต และภูมิปัญญาไทย
☐ 6. อื่นๆ.....

3. ประสบการณ์การมาชมมวยไทย

- ☐ ครั้งแรกในการชมมวยไทย
☐ 1 ครั้ง ☐ 2-3 ครั้ง ☐ 3-4 ครั้ง ☐ มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

4. ท่านต้องการซื้อสินค้ามวยไทยหรือไม่

- ☐ ไม่ต้องการ
☐ ต้องการ
☐ นวมมวย ☐ กางเกงมวย ☐ เสื้อมวย
☐ ของที่ระลึกมวยไทย ☐ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กรุณาเลือกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของคุณมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. มีวิวทิวทัศน์/ธรรมชาติที่สวยงาม
☐ 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางการท่องเที่ยวครบครัน
☐ 3. มีวิถีชีวิตชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์
☐ 4. อาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์
☐ 5. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัด
☐ 6. มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์
☐ 7. มีวัด/เกจิอาจารย์/สิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้กราบไหว้
☐ 8. มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และความงาม
☐ 9. มีสถาปัตยกรรม/บ้านเรือนที่สวยงาม
☐ 10. คนท้องถิ่นมีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยดี
☐ 11. ความสงบของแหล่งท่องเที่ยว (ผู้คนไม่พลุกพล่าน)
☐ 12. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติที่น่าสนใจ/มีเรื่องราว
☐ 13. มีกิจกรรมเชิงเกษตร เช่น เรียนทำนาอินทรีย์ ตกหมึก เก็บผลไม้ในสวน เป็นต้น
☐ 14. มีสถานที่ท่องเที่ยวให้ทำกิจกรรมสันทนาการ/พักผ่อน เช่น สวนสนุก สวนน้ำ เป็นต้น
☐ 15. ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (การรีวิวจากที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว)
☐ 16. มีกิจกรรมกลางแจ้งที่หลากหลาย
☐ 17. มีกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ
☐ 18. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีจุดอับของสัญญาณโทรศัพท์
☐ 19. มีโปรแกรมที่พิก่น่าสนใจ

☐ 20. มีโปรแกรมชั้นตัวเครื่องบินที่น่าสนใจ

6.ปัจจัยในข้อใดต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการผลักดันหรือกระตุ้นให้คุณเดินทางมาชมมวยไทย

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1.มวยไทยทำให้ได้รู้สิ่งใหม่ๆ/วัฒนธรรมใหม่ๆ
- ☐ 2.มวยไทยทำให้ได้มุมมองใหม่ๆในชีวิต
- ☐ 3.มวยไทยทำให้ได้เติมพลังให้กับชีวิต
- ☐ 4. มวยไทยทำให้ได้สร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต
- ☐ 5. มวยไทยทำให้ได้รับความทรงจำที่ดีในชีวิต
- ☐ 6. มวยไทยทำให้ได้ผ่อนคลาย/คลายเครียด
- ☐ 7.เพื่อศึกษาวิถีชีวิต และภูมิปัญญาไทย

7. ปัจจัยในข้อใดที่ตรงกับคุณมากที่สุดเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยว

- ☐ 1.ต้องการความสนุกสนาน
- ☐ 2.ฉันต้องการทำกิจกรรมในพื้นที่
- ☐ 3.ฉันต้องการความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมท้องถิ่น
- ☐ 4.ฉันต้องการเรียนรู้จากคนในพื้นที่
- ☐ 5.ฉันต้องการเรียนรู้จากกิจกรรมในพื้นที่
- ☐ 6.ฉันต้องการได้รับความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆอย่างแท้จริง
- ☐ 7.ฉันต้องการความเป็นมิตรจากคนในพื้นที่
- ☐ 8. ฉันต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
- ☐ 9.ฉันต้องการสัมผัสถึงความลงตัว/ความรื่นรมย์ ของพื้นที่
- ☐ 10.ฉันต้องการค้นพบประสบการณ์ที่แท้จริง (ไม่มีการปรุงแต่ง)
- ☐ 11.ฉันต้องการประสบการณ์ที่เหมือนกับอยู่ในสถานที่ที่ไม่เคยพบเจอ
- ☐ 12.ฉันต้องการใช้ชีวิตแบบคนในพื้นที่
- ☐ 13.ฉันต้องการแหล่งช้อปปิ้งและซื้อของตามห้างสรรพสินค้า

8. พฤติกรรมการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาชมมวยในแต่ละครั้งของคุณเป็นอย่างไร

รายการค่าใช้จ่าย	จำนวนเงินที่จ่าย (โปรดระบุตัวเลข)	หน่วยนับ
1. ค่าบัตรเข้าชม		บาท/ต่อครั้ง
2. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม		บาท/ต่อครั้ง
3. ค่าเดินทาง		บาท/ต่อครั้ง
4. สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว		บาท/ต่อครั้ง

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเรียนรู้มวยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คน ของค่าย Master Toddy



ภาพการเข้าสัมภาษณ์ ประธานชมรมมวยไทยภาคตะวันตก

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูลผลกระทบทางเศรษฐกิจการจัดการแข่งขันมวยไทย



ภาพการเก็บข้อมูลงานมหกรรมวันมวยไทย

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูลมหกรรมวันมวยไทย

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมมวยไทย



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Top Team

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Chokchai Muay Thai, Boxing, Muay Boran & Stadium



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Chokchai Muay Thai, Boxing, Muay Boran & Stadium

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Tiger Muay Thai & MMA Training Center



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย T&Y MUAYTHAI PHUKET

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลสนามมวย Rawai Boxing Stadium



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Banchamek Gym

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่าย Banchamek Gym



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลการจัดการแข่งขัน Thai fight

ภาพการเข้าเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลการจัดการแข่งขัน Thai fight



ภาพการเก็บข้อมูล Small Group Discussion



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลโรงเรียนสอนมวยไทยครูตาม

ภาพการประชุมกลุ่มย่อยครั้งที่ 1



ภาพการเข้าเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลงานวันไหว้ครูมวยไทยโลก

ภาพการเข้าเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่ายมวยแก้วสัมฤทธิ์



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาพการเข้าเก็บข้อมูล

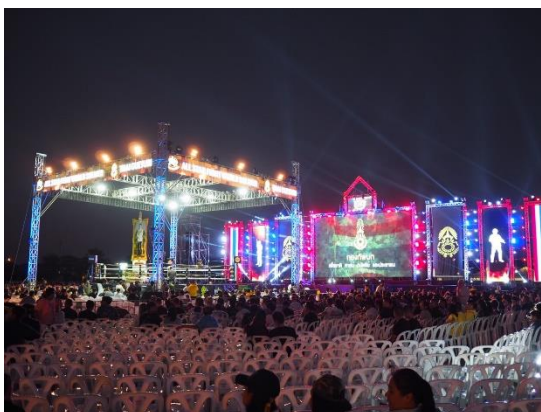


ภาพการเข้าเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลค่ายมวย Master Toddy

ภาพการเข้าเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูลการจัดกิจกรรมมวยไทย

ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเก็บข้อมูล



ภาพการเข้าเก็บข้อมูล Icon Siam

ภาพการวิพากษ์คู่มือ



ภาพการนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยต่อท่านผู้ช่วยรัฐมนตรี
และปรึกษาแนวทางการต่อยอดงานวิจัย



ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการพิจารณาและประเมินร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (ฉบับปรับปรุง) ประจำปีงบประมาณ 2562 “การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ วิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)”

หัวหน้าโครงการ สังกัด

ตารางสรุปความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิจัย และผู้ประสานงาน (เฉพาะประเด็นสำคัญ)

แผนงาน การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ
วิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)

โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
1. บทสรุปผู้บริหาร: ขอให้ตรวจสอบให้บทสรุปผู้บริหาร (หน้า จ) ไม่ปะปนกับบทคัดย่อ	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
2. บทคัดย่อ: ขอให้ตรวจสอบและปรับการเขียน Abstract ให้ถูกต้องทั้งการเขียนประโยคและไวยากรณ์ (grammar)	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับการเขียน Abstract และตรวจสอบการเขียนประโยคและไวยากรณ์ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า ช	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
3. บทนำ: - ขอให้ตรวจสอบการอ้างอิงให้ตรงกับบรรณานุกรม - ขอให้ระบุขอบเขตเขตประชากร คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ - ขอให้ตรวจสอบการระบุขอบเขตระยะเวลาเริ่มให้ตรงกับที่ระบุในเอกสารสัญญา และวันสิ้นสุดสัญญาให้ตรงกับวันที่ระบุในการยื่นขยายเวลา	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบการอ้างอิงข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 219 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการระบุขอบเขตเขตประชากร ข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 8 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลขอบเขตระยะเวลาเริ่มให้ตรงกับที่ระบุในเอกสารสัญญา และวันสิ้นสุดสัญญาตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 8	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
4. วิธีวิจัย: ขอให้แสดงรายละเอียดของการประยุกต์ใช้ I/O table กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย เช่น เทคนิคการทำ I/O analysis วิธีการวิเคราะห์ I/O ด้านการท่องเที่ยว และการนำ I/O table มาประกอบกับข้อมูลทางเศรษฐกิจในปี	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยแสดงการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย พ.ศ. 2562 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำ	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
2562 ทำอย่างไร และนำเสนอผลกระทบทางเศรษฐกิจให้ชัดเจนในบทที่ 4	การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (I/O analysis) ประเมินผลกระทบทั้งหมดที่เป็นผลรวมของผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนและมาชมมวยไทย (สมมติให้เป็นเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) โดยใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทยที่สำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism I/O table) ขนาด 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ที่เป็นข้อมูล ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ซึ่งคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ปรับตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวให้มีขนาด 26 x 26 สาขาการผลิต ขั้นตอนที่ 2 คำนวณการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยต่อคนต่อครั้ง และนำผลที่ได้มาคำนวณเป็นผลรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ขั้นตอนที่ 3 นำมูลค่ารวมของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Final Demand) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Analysis : I/O Analysis) ขนาด 26x26 สาขาการผลิต ด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมด (Total) ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) และทางอ้อม (Indirect Impact) ที่มีต่อการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (Total) 1 บาท เพื่อวัดผลกระทบอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทาง	

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
	เศรษฐกิจโดยตรง (Type I – Multiplier) และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยอ้อม (Multiplier) จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ขั้นตอนที่ 5 คำนวณสัดส่วนร้อยละของการกระจายผลประโยชน์ไปสู่อุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกสาขาการผลิตในภาคการท่องเที่ยว (Direct) จำนวน 12 กลุ่ม และอุตสาหกรรมภายนอกภาคการท่องเที่ยว (Indirect) จำนวน 14 กลุ่มที่จัดทำขึ้นโดยกรมการท่องเที่ยว ดังแสดงในหน้าที่ 98 และการนำเสนอข้อมูลผลกระทบทางเศรษฐกิจตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแสดงหน้าที่ 168-192	
5.ข้อค้นพบของการวิจัย: - ขอให้นำเสนอที่มาของตัวเลขที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้ชัดเจน - ขอให้พิจารณาความสอดคล้องของหัวข้อในตาราง ที่ 14 “แนวโน้มนักท่องเที่ยว” ให้สอดคล้องกับเนื้อหาในตารางและให้ผู้อ่านเข้าใจได้ถูกต้องชัดเจน	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนำเสนอที่มาของตัวเลขที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ หน้า 168 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแสดงในหน้าที่ 119-123	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
6. ข้อควรปรับปรุงแก้ไขและคำแนะนำเพิ่มเติม: - ขอให้ตรวจสอบการพิมพ์คำซ้ำในวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ของโครงการตั้งแต่ส่วนบทสรุปผู้บริหาร บทคัดย่อ บทนำและโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - ขอให้ระบุว่าจะนำเสนอและเผยแพร่คู่มือฯไปยังกลุ่มใด ด้วยวิธีใด	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยตรวจสอบการพิมพ์คำซ้ำในวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ของโครงการตั้งแต่ส่วนบทสรุปผู้บริหาร บทคัดย่อ บทนำและโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยระบุว่า จะนำเสนอและเผยแพร่คู่มือฯ ดังนี้ 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยคณะผู้วิจัยจะนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
- ขอให้ปรับปรุงการเขียนข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรเขียนในลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ให้เห็นว่าหน่วยงาน/องค์กรใดจะนำข้อเสนอแนะนี้ไปใช้	เช่น ค่ายมวย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ค่ายมวยมาสเตอร์ท๊อปดีเยี่ยม เป็นต้น ผ่านเอกสารคู่มือและในรูปแบบช่องทางออนไลน์ ผ่านรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (eBooks) 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย คู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในกลุ่มผู้จัดกิจกรรม หรือทำธุรกิจค่ายมวยไทยที่เปิดสอนมวยไทยสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้มวยไทย หรือการจัดการเรียนการสอนมวยไทย เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นต้น 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ คู่มือนี้จะเป็นแนวทางการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยมาเรียนรู้มวยไทย ในคู่มือเล่มนี้จะเป็นแนวทางการเรียนมวยไทยว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรก่อนที่จะมาเรียนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ รวมไปถึงข้อมูลการต่อสื่อสารต่างๆ เป็นต้น คู่มือดังกล่าวจะถูกนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่ายมวยไทย องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษา บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (eBooks) โดยสามารถดาวน์โหลดคิวอาร์โค้ดและลิงค์เพื่อดาวน์โหลดไฟล์เอกสารคู่มือไปใช้ประโยชน์ได้ ดังแสดงในหน้า ง-จ - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงการเขียนข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรเขียนในลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ ดังแสดงในหน้าที่ 218	

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยได้ อย่างไรบ้าง - ขอให้ตรวจสอบเนื้อหา/ข้อมูลที่น่าเสนอในภาคผนวกว่ามีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาในเล่มหรือไม่ หากเชื่อมโยงขอให้อ้างอิงให้ชัดเจนในรายงาน หรือหากไม่เชื่อมโยงขอให้พิจารณาตัดออกจากส่วนภาคผนวก เช่น ภาพประกอบแม่ไม้มวยไทยและลูกไม้มวยไทย เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบละปรับการใช้ภาษาพูดให้เป็นภาษาวิชาการ เช่น อีสาน เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบการสะกดคำให้ถูกต้องโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน เช่น คำผิด หน้า 104 107 124 138 142 173 เป็นต้น ตรวจสอบการใช้คำภาษาอังกฤษ เช่น Start up หรือการใช้คำ เช่น E-book หรือ e-book ควรนำเสนอให้เหมือนกันโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างหัวข้อในสารบัญและรายละเอียดในบทที่ 4 - ขอให้ตรวจสอบการนำเสนอบรรณานุกรมให้ครบถ้วนโดยเฉพาะที่ได้อ้างอิงในส่วนบทนำ	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตัด ภาพประกอบแม่ไม้มวยไทยและลูกไม้มวยไทย จากส่วนภาคผนวก - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบปรับการใช้ภาษาพูดให้เป็นภาษาวิชาการ - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบตรวจสอบการสะกดคำให้ถูกต้องโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำภาษาอังกฤษ โดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างหัวข้อในสารบัญและรายละเอียดในบทที่ 4 ดังแสดงในหน้าที่ ญ-ฎ - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบการนำเสนอบรรณานุกรม ดังหน้าที่ 1-3	

ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการประชุมพิจารณาและประเมินร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2562

“การพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และวิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)”

หัวหน้าโครงการ ผศ.ดร.สัจจา ไกรศรีรัตน์ สังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

วันพฤหัสบดีที่ 12 มีนาคม 2563 ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 15 อาคาร SM Tower

ตารางสรุปความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิจัย และผู้ประสานงาน (เฉพาะประเด็นสำคัญ)

โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
1. บทสรุปผู้บริหาร: ขอให้ปรับ/เพิ่มเติมดังนี้ - นำเสนอข้อมูลจำนวนผู้เดินทางมาเพื่อเรียนมวยและชมมวย - ประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากมีการระบุถึงหลักสูตรขอให้นำเสนอหลักสูตรให้ชัดเจน	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลจำนวนผู้เดินทางมาเพื่อเรียนมวยและชมมวย โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเรียนมวยไทย จำนวน 393,458 คน และผู้ชมมวยมวยไทยมีจำนวน 332,020 คน ในบทสรุปผู้บริหารเรียบร้อยแล้ว - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเพิ่มข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ที่เหมาะสมและตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ค้นพบ ในบทสรุปผู้บริหารเรียบร้อยแล้ว ดังแสดงไว้ในเอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
2. บทคัดย่อ: ขอให้ปรับ/เพิ่มเติมดังนี้ - ประเด็นเรื่องผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หากมีการระบุถึงหลักสูตรขอให้นำเสนอหลักสูตรให้ชัดเจน - พิจารณาแก้ไขการเขียนบทคัดย่อภาษาอังกฤษอีกครั้ง	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลบทคัดย่อตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ โดยได้เพิ่มประเด็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย แบบบูรณาการวิถีไทยภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มเป้าหมายและผลิตภัณฑ์ ดังนี้ (1) challenge group ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1) หลักสูตรชั้นสมรรถครูมวยไทยระดับสูง 2) หลักสูตรการเป็นผู้	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
	ฝึกสอนมวยไทย 3) หลักสูตรการฝึกมวยไทยอาชีพ 4) หลักสูตรมวยไทยโบราณ 5) หลักสูตรมวยไทยท้องถิ่น เป็นต้น (2) Try new group and ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1) โปรแกรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์มวยไทยในแหล่งต้นกำเนิด 2) หลักสูตรมวยไทยเพื่อลดน้ำหนัก 3) หลักสูตรมวยไทยเพื่อเสริมรูปร่างสวยงาม 4) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการป้องกันตัว 5) หลักสูตรมวยไทยเพื่อการออกกำลังกาย 6) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับผู้มาเรียนมวยไทย (3) Creativity Recreation Group ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชวมนา 2) หลักสูตรมวยไทยสไตล์ชาวเล 3) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยและทำอาหารไทย 4) โปรแกรมการเรียนรู้มวยไทยริมชายหาดทะเล เป็นต้น ดังแสดงไว้ในเอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หน้า ฉ-ช -คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ถูกต้องและสอดคล้องกับบทคัดย่อภาษาไทย เรียบร้อยแล้วดังแสดงไว้ในเอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หน้าที่ ช-ฉ	
3. การสำรวจเอกสาร: ขอให้นำข้อมูลทักษะกระบวนการมวยไทย (หน้า 25-44) ไว้ในส่วนภาคผนวก	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลทักษะกระบวนการมวยไทยไปไว้ในส่วนของภาคผนวก ดังแสดงไว้ในเอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
4 การดำเนินงานวิจัย: - ขอให้พิจารณาเพิ่มเติมส่วนการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเพิ่มเติมข้อมูลการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตในบทที่ 3 ดังแสดงไว้ในเอกสารรายงาน	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
- พิจารณาตรวจสอบความเป็นไปได้ของการระบุจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยในรายงานและปรับการนำเสนอข้อมูลอีกครั้งโดยระบุที่มาของข้อมูลประกอบด้วย	วิจัยฉบับสมบูรณ์ หน้าที่ 105 - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยไทยจำนวน 5,708,535 คน ที่นำเสนอข้อมูลในวันที่ 12 มีนาคม 2563 นั้นเป็นจำนวนครั้งของคนที่มาเรียนมวยไทย ซึ่งจำนวนผู้มาเรียนมวยไทยมีจำนวน 393,458 คน ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ดังแสดงในเอกสารงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หน้าที่ 177	
5. ผลวิจัย: - ขอให้เพิ่มเติมข้อมูล market size ของนักท่องเที่ยว 3 กลุ่ม (The challenge group/ Try new group/ Creativity recreation group) - ประเด็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ หากหมายถึงตลาดจีนขอให้ระบุเหตุผลเพิ่มเติมประกอบด้วย - ขอให้เพิ่มเติมข้อมูลด้านการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของค่ายมวยต้นแบบ - ขอให้แนบคู่มือให้ครบถ้วน	-จากการศึกษา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม ดังนี้ 1) The Challenge Group (29.5%) 2) Try New Group (15.01%) 3) Creativity Recreation Group (55.5%) ดังแสดงในเอกสารดังแสดงในเอกสารงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ หน้า 160 -ในประเด็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งในรายงานผลการวิจัยฉบับนี้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล สัมภาษณ์ และศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า ตลาดจีนเป็นตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่กำลังนิยมและให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย เช่น ชกมวยไทยเรียนมวยไทย ผลิตภัณฑ์มวยไทยต่างๆ เป็นต้น -คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแนบเอกสารคู่มือจำนวน 3 เล่ม เรียบร้อยแล้ว	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
6.สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ: ขอให้ชี้เป้ากลุ่มตลาดที่มีศักยภาพและระบุในข้อเสนอแนะ หากมีประเด็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายขอให้ระบุเพิ่มเติม	ได้ระบุลงในการอภิปรายผลการวิจัยในบทที่ 5 เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม: - พิจารณานำภาพถ่ายกิจกรรมไว้ในส่วนภาคผนวก - พิจารณาบททวนเนื่องจากมีข้อควรระวังในการเลือกธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งมาเป็นต้นแบบ หากไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นการดำเนินงานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือในเชิงพาณิชย์ได้มากที่สุด	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนำภาพถ่ายกิจกรรมไว้ในส่วนภาคผนวกเรียบร้อยแล้ว ดังแสดงไว้ในเอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ - ในการเลือกค่ายมวยต้นแบบนั้น คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สอบถาม สัมภาษณ์ และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และดำเนินการประชุมกลุ่มย่อยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ส่วนใหญ่มีมติเห็นชอบ ว่าค่ายมวยไทเกอร์เป็นค่ายมวยขนาดใหญ่ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยการนำศิลปะการต่อสู้มวยไทยมาเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ และสร้างเครือข่ายให้กับศิลปะมวยไทยได้อย่างหลากหลาย จึงมีมติให้ศึกษาเป็นต้นแบบในการบริหารจัดการค่ายมวยไทยในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการพิจารณาและประเมินร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (ฉบับปรับปรุงแก้ไข) ประจำปีงบประมาณ 2562 “การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ วิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)”

หัวหน้าโครงการ สังกัด

ตารางสรุปความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิจัย และผู้ประสานงาน (เฉพาะประเด็นสำคัญ)

แผนงาน การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มกิจกรรม มวยไทย ปั่นจักรยาน และ
วิ่ง (Fight Ride Run) สู่การท่องเที่ยวดิจิทัลของประเทศไทย (ปีที่ 1)

โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะมวยไทยแบบบูรณาการวิถีไทย ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
1. บทสรุปผู้บริหาร: ขอให้ตรวจสอบให้บทสรุปผู้บริหาร (หน้า จ) ไม่ปะปนกับบทคัดย่อ	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
2. บทคัดย่อ: ขอให้ตรวจสอบและปรับการเขียน Abstract ให้ถูกต้องทั้งการเขียนประโยคและไวยากรณ์ (grammar)	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับการเขียน Abstract และตรวจสอบการเขียนประโยคและไวยากรณ์ ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า ญ	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
3. บทนำ: - ขอให้ตรวจสอบการอ้างอิงให้ตรงกับบรรณานุกรม - ขอให้ระบุขอบเขตเขตประชากร คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ - ขอให้ตรวจสอบการระบุขอบเขตระยะเวลาเริ่มให้ตรงกับที่ระบุในเอกสารสัญญา และวันสิ้นสุดสัญญาให้ตรงกับวันที่ระบุในการยื่นขยายเวลา	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบการอ้างอิงข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 246 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการระบุขอบเขตเขตประชากร ข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 9 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลขอบเขตระยะเวลาเริ่มให้ตรงกับที่ระบุในเอกสารสัญญา และวันสิ้นสุดสัญญาตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ หน้า 9	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
4. วิธีวิจัย: ขอให้แสดงรายละเอียดของการประยุกต์ใช้ I/O table กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย เช่น เทคนิคการทำ I/O analysis วิธีการวิเคราะห์ I/O ด้านการท่องเที่ยว และการนำ I/O table มาประกอบกับข้อมูลทางเศรษฐกิจในปี	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยแสดงการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย พ.ศ. 2562 นี้ คณะนักวิจัยได้ทำ	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
2562 ทำอย่างไร และนำเสนอผลกระทบทางเศรษฐกิจให้ชัดเจนในบทที่ 4	การประยุกต์ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (I/O analysis) ประเมินผลกระทบทั้งหมดที่เป็นผลรวมของผลกระทบทางตรงและทางอ้อมจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนและมาชมมวยไทย (สมมติให้เป็นเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) โดยใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนและมาชมมวยไทยที่สำรวจในปี พ.ศ. 2562 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism I/O table) ขนาด 26 สาขาการผลิต ณ ราคาผู้ผลิต ที่เป็นข้อมูล ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ซึ่งคณะนักวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนร่วมกับผู้เชี่ยวชาญดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ปรับตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวให้มีขนาด 26 x 26 สาขาการผลิต ขั้นตอนที่ 2 คำนวณการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยต่อคนต่อครั้ง และนำผลที่ได้มาคำนวณเป็นผลรวมทั้งหมด ซึ่งเป็นอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final Demand) ขั้นตอนที่ 3 นำมูลค่ารวมของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว (Final Demand) มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output Analysis : I/O Analysis) ขนาด 26x26 สาขาการผลิต ด้วยโปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งหมด (Total) ผลกระทบทางตรง (Direct Impact) และทางอ้อม (Indirect Impact) ที่มีต่อการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (Total) 1 บาท เพื่อวัดผลกระทบอันก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทาง	

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
	เศรษฐกิจโดยตรง (Type I – Multiplier) และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจโดยอ้อม (Multiplier) จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย ขั้นตอนที่ 5 คำนวณสัดส่วนร้อยละของการกระจายผลประโยชน์ไปสู่อุตสาหกรรม 26 สาขาการผลิต จำแนกสาขาการผลิตในภาคการท่องเที่ยว (Direct) จำนวน 12 กลุ่ม และอุตสาหกรรมภายนอกภาคการท่องเที่ยว (Indirect) จำนวน 14 กลุ่มที่จัดทำขึ้นโดยกรมการท่องเที่ยว ดังแสดงในหน้าที่ 98 และการนำเสนอข้อมูลผลกระทบทางเศรษฐกิจตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแสดงหน้าที่ 203 -215	
5.ข้อค้นพบของการวิจัย: - ขอให้นำเสนอที่มาของตัวเลขที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้ชัดเจน - ขอให้พิจารณาความสอดคล้องของหัวข้อในตาราง ที่ 14 “แนวโน้มนักท่องเที่ยว” ให้สอดคล้องกับเนื้อหาในตารางและให้ผู้อ่านเข้าใจได้ถูกต้องชัดเจน	คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยนำเสนอที่มาของตัวเลขที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ หน้า 195 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังแสดงในหน้าที่ 137-144	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข
6. ข้อควรปรับปรุงแก้ไขและคำแนะนำเพิ่มเติม: - ขอให้ตรวจสอบการพิมพ์คำซ้ำในวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ของโครงการตั้งแต่ส่วนบทสรุปผู้บริหาร บทคัดย่อ บทนำและโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - ขอให้ระบุว่าจะนำเสนอและเผยแพร่คู่มือไปยังกลุ่มใด ด้วยวิธีใด	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยตรวจสอบการพิมพ์คำซ้ำในวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ของโครงการตั้งแต่ส่วนบทสรุปผู้บริหาร บทคัดย่อ บทนำและโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขข้อมูลตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยระบุว่า จะนำเสนอและเผยแพร่คู่มือฯ ดังนี้ 244 1) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทย โดยคณะผู้วิจัยจะนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	☐ แก้ไขแล้ว ☐ แก้ไขแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน ☐ นักวิจัยชี้แจงและเห็นชอบตามคำชี้แจง ☐ ยังไม่ได้แก้ไข

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
- ขอให้ปรับปรุงการเขียนข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรเขียนในลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ให้เห็นว่าหน่วยงาน/องค์กรใดจะนำข้อเสนอแนะนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวย	เช่น ค่ายมวย ม.ราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ค่ายมวยมาสเตอร์ท๊อปดีเยี่ยม เป็นต้น ผ่านเอกสารคู่มือและในรูปแบบช่องทางออนไลน์ ผ่านรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (eBooks) 2) คู่มือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมสำหรับค่ายมวยไทย คู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในกลุ่มผู้จัดกิจกรรม หรือทำธุรกิจค่ายมวยไทยที่เปิดสอนมวยไทยสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้มวยไทย หรือการจัดการเรียนการสอนมวยไทย เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง การกีฬาแห่งประเทศไทย เป็นต้น 3) คู่มือการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ คู่มือนี้จะเป็นแนวทางการเรียนรู้มวยไทยสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่เคยมาเรียนรู้มวยไทย ในคู่มือเล่มนี้จะเป็นแนวทางการเรียนมวยไทยว่าจะต้องปฏิบัติตนอย่างไรก่อนที่จะมาเรียนมวยไทยสำหรับชาวต่างประเทศ รวมไปถึงข้อมูลการติดต่อสื่อสารต่างๆ เป็นต้น คู่มือดังกล่าวจะถูกนำไปเผยแพร่ยังผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยและผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่ายมวยไทย องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษา บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ผ่านช่องทางออนไลน์ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (eBooks) โดยสามารถดาวโหลดคิวอาร์โค้ดและลิงค์เพื่อดาวน์โหลดไฟล์เอกสารคู่มือไปใช้ประโยชน์ได้ดังแสดงในหน้า - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงการเขียนข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรเขียนในลักษณะการนำไปใช้ประโยชน์ ดังแสดงในหน้าที่ 244	

ความเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ	คำชี้แจงของนักวิจัย (ขอให้ระบุเลขหน้าที่ได้ทำการปรับแก้เพิ่มเติม)	การจัดการของผู้ประสานงาน
ได้อย่างไรบ้าง - ขอให้ตรวจสอบเนื้อหา/ข้อมูลที่น่าเสนอในภาคผนวกว่ามีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาในเล่มหรือไม่ หากเชื่อมโยงขอให้อ้างอิงให้ชัดเจนในรายงาน หรือหากไม่เชื่อมโยงขอให้พิจารณาตัดออกจากส่วนภาคผนวก - เช่น ภาพประกอบแม่ไม้มวยไทยและลูกไม้มวยไทย เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบละปรับการใช้ภาษาพูดให้เป็นภาษาวิชาการ เช่น อีสาน เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบการสะกดคำให้ถูกต้องโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน เช่น คำผิด หน้า 104 107 124 138 142 173 เป็นต้น - ตรวจสอบการใช้คำภาษาอังกฤษ เช่น Start up หรือการใช้คำ เช่น E-book หรือ e-book ควรนำเสนอให้เหมือนกันโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน เป็นต้น - ขอให้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างหัวข้อในสารบัญและรายละเอียดในบทที่ 4 - ขอให้ตรวจสอบการนำเสนอบรรณานุกรมให้ครบถ้วนโดยเฉพาะที่ได้อ้างอิงในส่วนบทนำ	- คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตัด ภาพประกอบแม่ไม้มวยไทยและลูกไม้มวยไทย จากส่วนภาคผนวก - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบปรับการใช้ภาษาพูดให้เป็นภาษาวิชาการ - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบตรวจสอบการสะกดคำให้ถูกต้องโดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำภาษาอังกฤษ โดยตลอดทั้งเล่มรายงาน - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการความสอดคล้องระหว่างหัวข้อในสารบัญและรายละเอียดในบทที่ 4 ดังแสดงในหน้าที่ ญ-ฎ - คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบการนำเสนอบรรณานุกรม ดังหน้าที่ 1-3	