



Muay Thai: Sports Tourism Management to Create Value Economic and social

Janjaem Suwannapheng¹ , Naitawan Kamhom^{2*}

¹ Faculty of Education and Social Sciences, Thongsook College

² Faculty of Education and Social Sciences, Thongsook College

* Corresponding author. E-mail: ntawan@hotmail.com

Abstract

This research aims to 1) examine whether Muay Thai sports tourism activities have the potential to create added economic and social value, and 2) identify appropriate approaches to creating added economic and social value for the future management of Muay Thai sports tourism. This research employs a qualitative research method. The population and informants consist of experts and experienced individuals involved in Muay Thai in Thailand, who play a significant role in creating added economic and social value. These include: 1) Muay Thai camp managers, 2) sports tourism service providers, 3) sports tour operators, 4) foreign professional Muay Thai fighters, and 5) Thai professional Muay Thai fighters. A purposive sampling method was used. The research instrument was an interview questionnaire. Data were analyzed using interpretive and content analysis. The research findings revealed that 1) Muay Thai plays a crucial role in boosting both the economy and society before developing into sports tourism, similar to the value of connecting boxing venues, tourism, and communities, such as Rajadamnern Stadium and Lumpinee Boxing Stadium. This can be continuously leveraged to elevate Muay Thai to a global brand, fostering the creative economy while developing discipline, ethics, and leadership in Thailand sustainably. 2) The study outlined a systematic approach to upgrading Muay Thai sports tourism, including establishing central standards for safety, training quality, and service, along with a certification system for boxing camps and a central database to build tourist confidence. This should include developing the language and service skills of Muay Thai instructors, integrating cooperation with major venues, and promoting Muay Thai as national strategy through branding, roadshows and digital media, coupled with welfare support for boxers, ensure long-term economic, social and cultural sustainability.

Keywords: Muay Thai, Sports Tourism, Economic and Social Value



มวยไทย: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและสังคม

จันทร์แจ่ม สุวรรณเพ็ง¹ และ ในตะวัน กำหอม^{2*}

1 หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคม ศาสนาและวัฒนธรรม วิทยาลัยทองสุข

2 หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคม ศาสนาและวัฒนธรรม วิทยาลัยทองสุข

* Corresponding author. E-mail: ntawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม และ 2) แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมที่เหมาะสมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในอนาคต การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทยในประเทศไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม อันประกอบด้วย 1) ผู้จัดการค่ายมวย 2) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา 3) ผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา 4) นักมวยไทยอาชีพชาวต่างชาติ และ 5) นักมวยไทยอาชีพชาวไทย ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาชี้ว่ามวยไทยเป็นความสำคัญที่สำคัญในการเพิ่มทั้งเศรษฐกิจและสังคมก่อนที่จะพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแบบเดียวกับคุณค่าของการเชื่อมโยงเครือข่ายมวยเวทีการแข่งขันท่องเที่ยวและชุมชน เช่น สนามกีฬาราชดำเนิน และสนามมวยลุมพินี สามารถนำมาใช้อย่างต่อเนื่องยกระดับมวยไทยสู่แบรนด์โลกต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์พร้อมพัฒนานิยคุณธรรมและความเป็นผู้นำของประเทศไทยอย่างยั่งยืน และ 2) ผลการศึกษาชี้แนวทางยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยอย่างเป็นระบบ โดยจัดทำมาตรฐานกลางด้านความปลอดภัย คุณภาพการฝึกและการบริการ พร้อมระบบรับรองค่ายมวยและฐานข้อมูลกลาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นนักท่องเที่ยว ควรพัฒนาศักยภาพครูมวยด้านภาษาและการบริการ บูรณาการความร่วมมือกับสมาคมหลัก รวมทั้งผลักดันมวยไทยเป็นยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย ผ่านการสร้างแบรนด์ โรดโชว์ และสื่อดิจิทัล ควบคู่การดูแลสวัสดิการนักมวยเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมระยะยาว

คำสำคัญ: มวยไทย, การท่องเที่ยวเชิงกีฬา, มูลค่าเศรษฐกิจและสังคม

บทนำ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีลักษณะสำคัญคือการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งมุ่งเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และมักกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม การเติบโตในลักษณะดังกล่าวมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้นอย่างมีนัยสำคัญ (วัชร เชียงกุล, 2560) อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจำนวนมากเกินขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของพื้นที่ ส่งผลให้เกิดปัญหาความแออัด การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ คุณภาพประสบการณ์ที่ลดลง และผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น จากข้อจำกัดดังกล่าว แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงปรับเปลี่ยนไปสู่รูปแบบที่เน้น “คุณภาพ” มากกว่า “ปริมาณ” โดยมุ่งตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม และสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้เดินทาง แนวคิดการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism: SIT) จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจ ไลฟ์สไตล์ และอัตลักษณ์ของตน ไม่ว่าจะเป็นด้านกีฬา



วัฒนธรรม สุขภาพ หรือการเรียนรู้เชิงลึก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวมุ่งสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ อันนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าและการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน (กรวรรณ สังขร, 2555) ในบริบทของอุตสาหกรรมกีฬาในระดับสากล พบแนวโน้มการเติบโตอย่างชัดเจน ทั้งในมิติของการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา และการท่องเที่ยวเพื่อรับชมการแข่งขัน กระแสความใส่ใจสุขภาพกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของตลาดกีฬา ขณะที่รัฐบาลหลายประเทศส่งเสริมทัศนคติการออกกำลังกายอย่างจริงจัง ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านกีฬา โดยเฉพาะอุปกรณ์กีฬาแบบสวมใส่ (Wearable Devices) ซึ่งมีมูลค่าตลาดสูงหลายพันล้านเหรียญสหรัฐ อีกทั้งความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารยังเอื้อให้การถ่ายทอดสดการแข่งขันทำได้รวดเร็วและต้นทุนต่ำลง ส่งผลให้ฐานผู้ชมทั่วโลกขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) มีการประเมินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ว่ามีมูลค่าตลาดโลกประมาณ 600,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 14 ต่อปี ขณะที่ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2559 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงกีฬากว่า 21,003 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 18,395 ล้านบาท การเข้าชมกีฬา 2,080 ล้านบาท และการจัดการแข่งขันกีฬานานาชาติ 527 ล้านบาท นอกจากนี้ อุตสาหกรรมกีฬาและนันทนาการทั่วโลกในช่วงปี พ.ศ. 2553-2558 ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมสูงถึง 5-6 แสนล้านเหรียญสหรัฐ โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาเพื่อความบันเทิงซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลัก อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงกีฬายังมีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจทางอ้อมในหลายภาคส่วน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ในระดับประเทศ แนวโน้มการออกกำลังกายและการติดตามกีฬาของประชาชนไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนจากทัศนคติเชิงบวกต่อกีฬาและการสนับสนุนเชิงนโยบายที่ชัดเจนมากขึ้น (ตรีวิวัฒน์ มีสมศักดิ์, 2566) อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการด้านกีฬายังเผชิญข้อจำกัด เช่น การขาดกลไกกำกับดูแลส่วนกลางที่มีเอกภาพ ปัญหาบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารที่ยังไม่เพียงพอ แม้กระนั้น ด้วยศักยภาพภูมิประเทศที่หลากหลายของไทย ทำให้สามารถพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้หลากหลายรูปแบบในแต่ละภูมิภาค (รัชพงษ์ แก้วพันธุ์, 2561) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ทั้งเพื่อสุขภาพและการแข่งขัน และ (2) กลุ่มผู้ติดตามหรือผู้ชมการแข่งขัน ซึ่งมักเดินทางควบคู่กับกิจกรรมท่องเที่ยว ตัวอย่างมหกรรมกีฬาระดับโลกที่ส่งผลต่อการเดินทางของผู้คนจำนวนมากได้แก่ การแข่งขันฟุตบอลโลก (FIFA World Cup) ซึ่งรอบชิงชนะเลิศมีผู้ชมทั่วโลกหลายร้อยล้านคน และการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เช่น โอลิมปิกเกมส์ปี 2008 ที่กรุงปักกิ่ง ซึ่งมีผู้ชมพิธีเปิดจำนวนมากทั่วโลก (กรวรรณ สังขร, 2555) การจัดการแข่งขันระดับนานาชาติดังกล่าวก่อให้เกิดการเดินทางของนักกีฬา ทีมงาน ผู้สนับสนุน สื่อมวลชน และผู้ชม พร้อมทั้งสร้างการใช้จ่ายทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล (ไศรยา หอมชื่น, 2551) ในเชิงนโยบาย ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (วีรพล เจียมวิสุทธิ์, 2560) อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ซึ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ในบริบทของประเทศไทย “มวยไทย” เป็นทั้งศิลปะการต่อสู้และกีฬาประจำชาติที่สะท้อนภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย อยุธยา จนถึงรัตนโกสินทร์ มีขบวนการต่อสู้หลากหลายและได้รับการพัฒนาเป็น “แม่ไม้มวยไทย” ถ่ายทอดจากครูมวยสู่คนรุ่นหลังอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540) ภายใต้แนวคิด “กีฬาสร้างคน คนสร้างชาติ” มวยไทยจึง



ถูกมองว่าเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ศิริชัย นาโคอุดม และรุ่งรวี จิตภักดี, 2561) ปัจจุบันมวยไทยได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น จากการจัดการแข่งขันในต่างประเทศและการจัดแสดงอย่างสม่ำเสมอในแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อรับชมและเรียนรู้ศิลปะมวยไทยมากขึ้น (เพชรศรี นนทศิริ และชญา ณรงค์ฤทธิ์, 2561) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมวยไทยยังประสบข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การสื่อสารภาษาต่างประเทศ การอำนวยความสะดวก และงบประมาณสนับสนุนในพื้นที่ชนบท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาการพัฒนามวยไทยควบคู่กับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาจึงมีความสำคัญ โดยมุ่งยกระดับมวยไทยจากกีฬาไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านความร่วมมือของค่ายมวย นักกีฬา ผู้ประกอบการ หน่วยงานรัฐ และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่บูรณาการ สร้างรายได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมที่เหมาะสมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในอนาคต

หลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับกีฬามวยไทย

มวยไทยเป็นกีฬามวยไทยที่มีความผูกพันกันกับชาติมาอย่างแนบแน่น เป็นกิจกรรมที่แม่แต่ประมุขของชาติในอดีตต้องให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการฝึกดาบหรือทวนถึงแม้แต่ปัจจุบันการทำสงครามไม่จำเป็นต้องรบประชิดตัวแต่กิจกรรมมวยไทยยังเป็นกิจกรรมที่ต้องฝึกฝนเพื่อพัฒนาร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม (จรัสเดช อุลิต, 2547) สอดคล้องกับ ชาญณรงค์ สุขงา (2545) กล่าวว่า มวยไทย หมายถึง กีฬาชกมวยบนเวที ที่มีกติกาขอมให้คู่ชกใช้เท้า ศอก และเข่าได้มวยไทยจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่เป็นศาสตร์เพราะเป็นวิชาการที่ทุกคนอาจจะศึกษาหาความรู้ได้เหมือนวิชาแขนงอื่นๆ ส่วนที่เป็นศิลป์ก็เพราะแขนงนี้ เติมไปด้วยกลยุทธ์และลวดลายซึ่งยากจะเรียนรู้และปฏิบัติได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น กีฬามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ขั้นสูงเป็นมรดกภูมิปัญญาของชาติเป็นศิลปวัฒนธรรมการต่อสู้ด้วยอาวุธธรรมชาติของชาติไทยเป็นกีฬาที่เกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้สั่งสมมาสามารถพัฒนาร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สติปัญญา สังคม และนำไปประกอบเป็นอาชีพพร้อมทั้งพัฒนาสู่รูปแบบเชิงธุรกิจระดับสากลได้

ความสำคัญและประโยชน์ของกีฬามวยไทย

การฝึกมวยไทยก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้าน ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมสร้างควมมีระเบียบวินัย และส่งเสริม อนุรักษ์ สืบสานวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม เป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวที่สามารถช่วยเหลือตนเองและผู้อื่นได้ในยามคับขันได้อีกด้วย นอกจากนี้การฝึกมวยไทยยังนำไปใช้ในการแสดงศิลปะมวยไทย และยังสามารถนำไปเป็นอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ตนเองอีกด้วยความสำคัญของมวยไทยแบ่งออกได้ 6 ประการ ดังนี้ (คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540)

1. ความสำคัญต่อบุคคล บุคคลที่ฝึกมวยไทยจะมีการพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา สามารถปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข



2. ความสำคัญต่อชุมชนและสังคม กิจกรรมของมวยไทย เป็นกิจกรรมร่วมกันหลายๆคน เมื่อมีการจัดการแข่งขันในโอกาสต่าง ๆ มวยไทยยังสามารถฝึกเด็ก เยาวชน เพื่อไปแสดงศิลปะมวยไทย เป็นกิจกรรมการออกกำลังกายและนันทนาการสร้างความสนุกสนาน

3. ความสำคัญต่อประเทศ มวยไทยมีส่วนสำคัญในการดำรงเอกราชของชาติไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพราะมวยไทยช่วยในการรบของทหาร ทหารและตำรวจจึงได้รับการฝึกมวยไทยอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน มวยไทยแพร่หลายเป็นที่นิยมกันในต่างประเทศทั้งในเอเชียยุโรป และอเมริกา ทำให้ชาวต่างชาติรู้จักคนไทย นิยมยกย่องความสามารถด้านมวยไทย โดยจ้างให้ไปเป็นผู้ฝึกสอนมวยไทยช่วยทำให้มีงานทำ ทำรายได้เข้าประเทศอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี

4. ความสำคัญต่อนานาชาติ มวยไทยมีความสำคัญต่อชาวโลก เนื่องจากหลายประเทศ หันมาสนใจศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทย และนิยมฝึกซ้อมเพื่อการออกกำลังกาย เพื่อการแสดงและเพื่อการแข่งขัน มีการตั้งชมรม และองค์กรมวยไทยในต่างประเทศกันมากมาย ซึ่งล้วนแต่นำกิจกรรมการฝึกซ้อม การแข่งขัน และการแสดงศิลปะมวยไทย เป็นสื่อ ทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจในวัฒนธรรม ประเพณีของคนไทยมากขึ้น ทั้งชื่นชมและหวงแหนศิลปะมวยไทยเหมือนเป็นศิลปะที่สร้างขึ้นสำหรับชาวโลกทั้งมวล

กล่าวสรุปได้ว่า การฝึกมวยไทยส่งเสริมพัฒนาการครบทุกมิติ ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ปลูกฝังวินัย ความรับผิดชอบ และการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงาม อีกทั้งเป็นศิลปะป้องกันตัวที่ใช้ได้จริงและต่อยอดสู่อาชีพสร้างรายได้ มวยไทยยังเชื่อมโยงชุมชนผ่านกิจกรรมและการแข่งขัน เสริมบทบาทด้านความมั่นคงของชาติ และเผยแพร่อัตลักษณ์ไทยสู่สากล ก่อให้เกิดความเข้าใจและชื่นชมในวัฒนธรรมไทยทั่วโลกอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) ยังได้กล่าวถึง นิยามการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ว่าเป็นการเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่ปกติ หรือถิ่นที่ประกอบอาชีพ เพื่อเดินทางไปยังอีกสถานที่หนึ่ง โดยมีการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬานั้นหรือไม่ก็ได้ โดยมีมิติที่ควรคำนึงถึงการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนี้

มิติด้านสถานที่: การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีการเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่ หรือถิ่นที่ประกอบอาชีพ

มิติด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีส่วนร่วมของการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา แม้จะไม่ได้เป็นวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางนั้น

มิติด้านกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาจะต้องมีการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงกีฬาโดยอาจจะเป็นการเข้าร่วมแบบเล่นกีฬา (Active Sport Tourism) หรือการเข้าร่วมแบบเข้าชม (Passive Sport Tourism)

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกิจกรรมทางกีฬาเข้ากับการเดินทาง โดยสามารถจำแนกประเภทตามวัตถุประสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดระยะแรกแบ่งตามเหตุผลหลักของการเดินทางว่าเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาโดยตรงหรือเป็นกิจกรรมประกอบ รวมถึงแบ่งตามลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นผู้เล่น (Active Participation) หรือผู้ชม (Passive Participation) อย่างไรก็ตาม การจำแนกที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือกรอบแนวคิดของ Gibson (1998) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประการแรก การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อออกกำลังกาย (Active Sport Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย เช่น กอล์ฟ วิ่ง หรือปั่นจักรยาน โดยอาจเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือการแข่งขัน และกลุ่มที่เล่นกีฬาเพื่อการพักผ่อนตามความสนใจส่วนบุคคล

ประการที่สอง การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อความทรงจำ (Nostalgia Sport Tourism) มุ่งเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางกีฬา เช่น พิพิธภัณฑ์ หอเกียรติยศ หรือสนามกีฬาที่มีชื่อเสียง



ประการที่สาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะมหกรรมกีฬา (Sport Event) คือการเดินทางเพื่อเข้าชมหรือมีส่วนร่วมในงานแข่งขันกีฬาระดับต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนบทบาทของกีฬาในฐานะกิจกรรมสร้างประสบการณ์และมูลค่าทางเศรษฐกิจร่วมสมัย

กล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการผสมผสานการเดินทางกับกิจกรรมกีฬา จำแนกตามวัตถุประสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดของ Gibson แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อออกกำลังกาย การท่องเที่ยวเพื่อความทรงจำ และการท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมมหกรรมกีฬา ซึ่งล้วนสะท้อนคุณค่าทางประสบการณ์และเศรษฐกิจของกีฬา

การท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย

ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2567) กล่าวว่า ศิลปะการต่อสู้มวยไทยนับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยววิถีไทยและสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างมีนัยสำคัญ มวยไทยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านการออกกำลังกาย การเรียนรู้วัฒนธรรม และประสบการณ์เชิงลึกผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ภายใต้การดูแลของครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญ สะท้อนลักษณะ “Functional Creation” ที่ผสมผสานคุณค่าทางกีฬาและวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน

ในฐานะกีฬาประจำชาติ มวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ทักษะอวัยวะหลายส่วนของร่างกายอย่างครบถ้วน สร้างความตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ชมชาวต่างชาติ และก่อให้เกิดการยอมรับในระดับนานาชาติ ความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการขายตัวของค่ายมวยและยิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีหลักสูตรตั้งแต่ระดับพื้นฐานเพื่อสุขภาพจนถึงระดับอาชีพ นำไปสู่การเติบโตของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น อุปกรณ์มวยไทยและสินค้าไลฟ์สไตล์

สนามมวยมาตรฐานอย่าง สนามมวยราชดำเนิน และสนามมวยลุมพินี กลายเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศการชกมวยไทยแท้ ขณะเดียวกัน การจัดการแข่งขันในต่างประเทศและการมีนักมวยต่างชาติร่วมแข่งขันยิ่งเสริมสร้างภาพลักษณ์มวยไทยในฐานะกีฬาระดับโลก ปรากฏการณ์ดังกล่าวผลักดันให้ธุรกิจค่ายมวยพัฒนาไปสู่รูปแบบสมัยใหม่ สร้างโอกาสทางอาชีพแก่เทรนเนอร์และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง อีกทั้งยังสะท้อนโฉมใหม่ของการเล่นมวยไทยที่เน้นประสบการณ์การเรียนรู้และการฝึกฝนในแหล่งกำเนิดวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

แนวคิดและทฤษฎีการสร้างมูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องอาศัย แนวคิดการสร้างมูลค่า (Value Creation) มีความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มในฐานะรากฐานของความสำเร็จของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ โดยแนวคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า มีประเด็นสำคัญใดบ้างที่ผู้เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายที่เป็นผลดีต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ทั้งนี้จะต้องทราบถึงห่วงโซ่ของการท่องเที่ยวเชิงกีฬางานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้แบ่งห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาออกเป็น 3 กลุ่มหลัก Tapper, Richard, and Xavier Font (2004) ได้แก่

1. ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism Service Providers) ตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญมากที่สุดในห่วงโซ่อุปทาน โดยประกอบไปด้วยผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องอยู่ 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ กิจกรรม (Activity) เช่น กีฬาฟุตบอล หรือกอล์ฟ ที่พัก (Accommodation) เช่น โรงแรม หรือบ้านพัก การขนส่ง (Transport) เช่น ผู้ให้บริการเรือขนส่ง หรือสายการบิน และอาหารและงานฝีมือ (Food and Craft) เช่น ชุมชนอาหารในการแข่งขัน เป็นต้น



2. ผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Travel Agencies and Tour Operators) โดย ตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Travel Agency) คือผู้วางแผนและจัดการองค์รวมของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาทั้งหมด โดยทำหน้าที่เป็นคนกลาง เพื่อผูกสินค้าและบริการต่างๆ มารวมกันและขายเป็นแพ็คเกจให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ส่วนผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา (Sports Tour Operator) จะทำหน้าที่เหมือนตัวแทนจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาแต่จะเป็นผู้ดูแลกิจกรรมทั้งหมดอย่างครบถ้วน โดยการเดินทางไปกับลูกค้าด้วยเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจกับบริการสูงสุด

3. ผู้นำเสนอปัจจัยการผลิตในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Input Providers) ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ได้เป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่เครื่องมือและอุปกรณ์กีฬา (Sporting Equipment) ซึ่งจำเป็นต้องเป็นอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูง อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ได้แก่ ผู้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีจุดมุ่งหมายในการขายให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรง เช่นร้านอาหารในสนามกีฬาและปัจจัยการผลิตอื่น (Other Inputs) เช่น น้ำประปา หรือ พลังงาน และโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หรือผู้ให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น โครงสร้างพื้นฐานการบริหารขยะมูลฝอย หรือ โครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้สามารถเล่นกีฬาในเวลาฝนตกได้

กล่าวสรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงกีฬาต้องยึดแนวความคิดการสร้างมูลค่าพื้นฐาน โดยผู้กำหนดยุทธศาสตร์ควรเข้าใจโครงสร้างห่วงโซ่อย่างเป็นระบบ ซึ่งตามแนวคิดของ Richard Tapper และ Xavier Font แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา และผู้นำเสนอปัจจัยการผลิต การบูรณาการความร่วมมือ คุณภาพบริการ และโครงสร้างพื้นฐานที่ได้มาตรฐาน จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง มวยไทย: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและสังคม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็นการใช้การวิจัยเชิงพรรณนา หรือ Descriptive Research เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม และเพื่อจัดทำแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมที่เหมาะสมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย ที่ทำการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง (Cross Sectional Study) โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผลที่ได้รับจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา หรือ Content Analysis โดยการบรรยายเนื้อหาของข้อมูลอย่างเป็นระบบและเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) โดยอิงกรอบทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการค่ายมวย ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการทัวร์เชิงกีฬา นักมวยไทยอาชีพชาวต่างชาติ และนักมวยไทยอาชีพชาวไทย

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และบทบาทที่เกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนบริบทจริงของระบบนิเวศกีฬามวยไทย ผู้ให้ข้อมูลทุกคนเป็นผู้บรรลุนิติภาวะ เข้าร่วมโดยสมัครใจ และไม่เป็นกลุ่มเปราะบาง งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 2 วิธี ได้แก่ (1) การวิจัยเอกสาร โดยศึกษาข้อมูลจากตำราบทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ รายงานการประชุม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและ



ทฤษฎี เพื่อวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย และ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีเค้าโครงคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยดำเนินการเตรียมความพร้อม ศึกษาข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ นัดหมายชี้แจงวัตถุประสงค์ ดำเนินการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูล และตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทั้งบันทึกภาคสนามและไฟล์บันทึกเสียง แล้วดำเนินการวิเคราะห์เบื้องต้นโดยจำแนกข้อมูลออกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นเปรียบเทียบคำตอบของผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายเพื่อพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างของเนื้อหา ก่อนนำไปสู่การวิเคราะห์เชิงลึก ต่อมาผู้วิจัยนำประเด็นที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อมูลจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพิจารณาความเหมือนและความแตกต่างอย่างเป็นระบบ สุดท้ายจึงสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อจัดทำข้อสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม พร้อมจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสม โดยนำเสนอผลในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม จากผลการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า กีฬามวยไทยมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อพัฒนาไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่ามวยไทยไม่ใช่เพียงการแข่งขันบนเวที แต่เป็น “ระบบนิเวศ” ที่เชื่อมโยงค่ายมวย สนามแข่งขัน ธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชน และภาคการตลาดระหว่างประเทศเข้าด้วยกันอย่างเป็นห่วงโซ่มูลค่า ได้แก่ (1) มิติการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ค่ายมวยได้ปรับบทบาทจากสถานที่ฝึกนักกีฬาไปสู่การเป็นศูนย์การเรียนรู้และแหล่งประสบการณ์ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมคอร์สฝึกซ้อมระยะสั้นหรือระยะยาว เรียนรู้พิธีไหว้ครู และสัมผัสวิถีชีวิตนักมวยไทยอย่างใกล้ชิด ควบคู่กับการชมการแข่งขันในสนามมาตรฐาน เช่น Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ครบวงจรและกระตุ้นการใช้จ่ายในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร การเดินทาง และบริการท้องถิ่น (2) ด้านเศรษฐกิจ มวยไทยถูกมองว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมและแบรนด์ระดับโลกที่สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างชัดเจน การจัดแพ็คเกจฝึกซ้อมควบคู่การท่องเที่ยวในเมืองหลัก เช่น Bangkok และ Phuket ช่วยกระจายรายได้สู่หลายพื้นที่ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาเป็นสินค้าส่งออกทางวัฒนธรรม ทั้งในรูปแบบการถ่ายทอดสด การแข่งขันระดับนานาชาติ และสินค้าเกี่ยวเนื่อง เช่น กางเกงมวย นวม เสื้อผ้า และของที่ระลึก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้ในฐานะสัญลักษณ์ของประสบการณ์และความเป็นต้นกำเนิดแท้จาก Thailand และ (3) มิติทางสังคม มวยไทยทำหน้าที่เป็นกลไกพัฒนาคนและสร้างทุนทางสังคม ค่ายมวยเป็นพื้นที่ปลูกฝังวินัย ความอดทน และการเคารพครูเยาวชนจำนวนมากได้รับโอกาสพัฒนาตนเองและมีเส้นทางชีวิตที่มั่นคงมากขึ้น การแข่งขันในเวทีมาตรฐานสร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจให้คนในชุมชน สำหรับนักกีฬาต่างชาติ มวยไทยเป็นสะพานเชื่อมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ทำให้เกิดเครือข่ายมิตรภาพและภาพลักษณ์เชิงบวกต่อประเทศไทย ดังนั้น มวยไทยเป็นมากกว่ากีฬา แต่เป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจควบคู่กับคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน ผ่านการบูรณาการท่องเที่ยว การผลิตสินค้า การพัฒนาคน และการสื่อสารภาพลักษณ์ประเทศในเวทีโลกอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง



2. ผลการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมที่เหมาะสมสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในอนาคต ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล พบข้อเสนอเชิงนโยบายที่สอดคล้องกันในการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการกำหนดมาตรฐานกลางด้านความปลอดภัย คุณภาพการฝึก และการบริการ พร้อมระบบรับรองค่ายมวยและการจัดทำฐานข้อมูลกลาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพครูมวยและบุคลากรด้านภาษา การสื่อสาร และการบริการอย่างมืออาชีพ นอกจากนี้ ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างค่ายมวย สนามแข่งขัน เช่น Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและแพ็คเกจแบบครบวงจร ควบคู่กับการผลักดันมวยไทยเป็นยุทธศาสตร์หลักของประเทศ ผ่านแผนแม่บทที่ชัดเจน การสร้างแบรนด์ระดับนานาชาติ การจัดโรดโชว์ และการใช้สื่อดิจิทัลประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ข้อเสนอสำคัญอีกประการคือการสนับสนุนนักมวยรุ่นใหม่ สวัสดิการ และกิจกรรมชุมชน เพื่อให้มวยไทยเติบโตควบคู่ทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในเวทีโลกและสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทยร่วมกัน

อภิปรายผล

จากผลการสัมภาษณ์สะท้อนตรงกันว่า มวยไทยเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะเมื่อพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าแบบบูรณาการ ผู้ให้ข้อมูลมองว่ามวยไทยมีได้จำกัดอยู่เพียงการแข่งขัน แต่เป็น “ระบบนิเวศ” ที่เชื่อมโยงค่ายมวย สนามแข่งขัน ธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชน และตลาดต่างประเทศเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ในมิติการท่องเที่ยว ค่ายมวยได้ปรับบทบาทเป็นศูนย์ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ควบคู่การแข่งขันในสนามมาตรฐาน เช่น Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายต่อเนื่องในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้านเศรษฐกิจ มวยไทยถูกยกระดับเป็นทุนทางวัฒนธรรมและแบรนด์ระดับโลก สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งแพ็คเกจฝึกซ้อมใน Bangkok และ Phuket ตลอดจนสินค้าและสื่อการแข่งขันระดับนานาชาติ ขณะที่มิติทางสังคม ค่ายมวยทำหน้าที่พัฒนาวินัย คุณธรรม และทุนทางสังคม สร้างโอกาสแก่เยาวชน และเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกของ Thailand ในเวทีโลก โดยสรุป มวยไทยเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจควบคู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนผ่านการบูรณาการอย่างมีทิศทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบัติ ปัญญาเมฆ และสุริยจรัส เตชะตันมินสกุล (2567) พบว่า การยุทธศาสตร์การพัฒนาการสร้างความร่วมมือในการพัฒนาบัวขาววิลเลจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของโลกด้านการศึกษากีฬา การเกษตรอาหารปลอดภัย และศิลปวัฒนธรรมมวยไทย ตามแนวทางการทำธุรกิจเพื่อสังคมและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นโครงการที่ทุกภาคส่วนให้การสนับสนุนในการพัฒนา เป็นการพัฒนาศูนย์ธุรกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับทิศทางนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวด้วยพลังละมุน 5F และเป็นโครงการที่พัฒนาบนจุดแข็งและโอกาสประเทศไทย คือ บัวขาวเป็นนักมวยมีศักยภาพและชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว วัฒนธรรมมวยไทยที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก มีทุนธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีชื่อเสียงการผลิตอาหารเลี้ยงโลก โครงการทำธุรกิจเพื่อสังคมช่วยปัญหาลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และโครงการมีความเป็นไปได้ในการลงทุน และยังสอดคล้องกับงานวิจัย อีรวรรณ ยั่วยิ้ม, ธรรมพร ตันตรา และสุริยจรัส เตชะตันมินสกุล (2567) พบว่า 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสร้างความร่วมมือของภาคส่วนเพื่อนำมวยไทยสู่การเป็นกีฬาโอลิมปิกได้ข้อเสนอที่เป็นยุทธศาสตร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์เสริมสร้างอัตลักษณ์นักมวย การพัฒนาค่ายมวยให้มีมาตรฐานการพัฒนาศักยภาพครูมวยผู้ฝึกสอน การพัฒนาผู้จัดการนักมวยมืออาชีพ การพัฒนามาตรฐานการให้คะแนนการตัดสิน การพัฒนาศักยภาพผู้จัดการแข่งขัน และนายสนามมวยเชิงคุณค่า การบริหารจัดการและสร้างเครือข่าย ยุทธศาสตร์การ



บริหารจัดการในระดับกระทรวง 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสร้างความร่วมมือของภาคส่วนเพื่อนำมวยไทยสู่การเป็นมรดกโลก ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ การส่งค่ายาชำระประวัติศาสตร์มวยไทย การต่อยักร้อยมวยไทยวัฒนธรรมไทย การสร้างอัตลักษณ์คุณค่ามวยไทย การสืบสานต่อยอดพัฒนามวยไทยฐานะเป็นสิ่งหายาก การสร้างความร่วมมือของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมวยไทยไปสู่มรดกไทย และเพื่อนำมวยไทยสู่การสนับสนุนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการส่งออกและการท่องเที่ยวได้ข้อเสนอที่เป็นยุทธศาสตร์ที่ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ศิลปะมวยไทยเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรัฐ ความร่วมมือของภาคส่วนธุรกิจมวยไทยสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ศิลปะมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบรินด์มวยไทยเพื่อสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์มวยไทยเพื่อสังคม

จากผลการสัมภาษณ์สะท้อนข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการจัดทำมาตรฐานกลางด้านความปลอดภัย คุณภาพการฝึก และการบริการ พร้อมระบบรับรองค่ายมวยและฐานข้อมูลกลาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ การพัฒนาศักยภาพครูมวยและบุคลากรด้านภาษาและการบริการถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรบูรณาการความร่วมมือระหว่างค่ายมวย สนามแข่งขันหลัก ได้แก่ Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเส้นทางและแพ็คเกจท่องเที่ยวครบวงจร ควบคู่กับการผลักดันมวยไทยเป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติผ่านแผนแม่บทที่ชัดเจน การสร้างแบรนด์สู่สากล การจัดโรดโชว์ และการใช้สื่อดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรสนับสนุนนักมวยรุ่นใหม่และจัดสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อให้มวยไทยเติบโตอย่างสมดุลทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ประเทศและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทยอย่างยั่งยืนในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัย ชินพรรณ อธิชัยวรานนท์ และคณะ (2568) พบว่า แนวทางและจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรมของมวยไทยสู่ความเป็นซอฟต์แวร์ที่ยั่งยืนนั้น ภาครัฐควรให้สนับสนุนงบประมาณสำหรับค่ายมวยขนาดเล็กในพื้นที่ห่างไกล ให้นักกีฬามวยไทยมีโอกาสพัฒนาศักยภาพ ในด้านการฝึกสอนและจัดการบริหาร การจัดงานระดับโลกที่เน้นโชว์วัฒนธรรมมวยไทย พร้อมทั้งเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาชมและศึกษามวยไทย สร้างรายได้ให้ประเทศ อันจะนำไปสู่ความเป็นซอฟต์แวร์มวยไทยที่ยั่งยืนและมั่นคง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสาชล นิลประดิษฐ์ (2568) พบว่า 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรสร้างสนามแข่งขันมวยไทย พื้นฟูเทศกาลงานประเพณี พื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มีความต้องการพิเศษ และติดตั้งสัญญาณเตือนภัยพิบัติ 3) ด้านการบริการที่พัก ควรจัดให้มีห้องสำหรับออกกำลังกายและอุปกรณ์ที่พร้อมใช้งาน และจัดบริการรถรับ-ส่ง 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดกิจกรรมไหว้ครูมวยไทย และสอดแทรกกิจกรรมนันทนาการในกิจกรรมกีฬามวยไทย 5) ด้านบุคลากร ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ที่สำคัญหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ผลิตบุคลากรให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาคเอกชนควรพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของโปรแกรมเมอร์และ 6) ด้านการประชาสัมพันธ์ควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ และสร้างพิพิธภัณฑ์มวยไทยแห่งชาติเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล สงวนรักษา และเผยแพร่ความรู้เรื่องมวยไทย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง "มวยไทย: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและสังคม" มีข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยทั้งในฐานระบบนิเวศเชิงคุณค่า การสร้างมูลค่าแบบบูรณาการ และกลยุทธ์การยกระดับสู่มาตรฐานสากล ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 มวยไทย: การจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อสร้างมูลค่าเศรษฐกิจและสังคม

1. มวยไทยในฐานะระบบนิเวศเชิงคุณค่า (Muay Thai Ecosystem) กล่าวคือ งานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่ามวยไทยไม่ได้เป็นเพียงแค่การแข่งขันกีฬา แต่เป็นระบบนิเวศที่เชื่อมโยง ค่ายมวย สนามแข่งขัน ธุรกิจท่องเที่ยว และชุมชน เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ยังเกิดการเปลี่ยนบทบาทของค่ายมวยจากสถานที่ฝึกซ้อมไปสู่ศูนย์การเรียนรู้และแหล่งประสบการณ์ทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย



2. การสร้างมูลค่าแบบบูรณาการ (Integrated Value Creation) เมื่อพิจารณาใน **มิติเศรษฐกิจ** จะเห็นว่าการยกระดับมวยไทยเป็น "แบรนด์โลก" (Global Brand) เพื่อต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น กางเกงมวย นวมมวย หรือการถ่ายทอดสด และการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยวฝึกซ้อมในเมืองหลัก เช่น กรุงเทพฯ และภูเก็ต เพื่อกระจายรายได้ ในขณะเดียวกันหากพิจารณาใน **มิติสังคม** มวยไทยทำหน้าที่เป็นกลไกพัฒนาคน โดยใช้ค่ายมวยเป็นพื้นที่ปลูกฝังวินัย คุณธรรม และสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับเยาวชน รวมถึงเป็นสะพานเชื่อมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมสำหรับชาวต่างชาติ

3. กลยุทธ์การยกระดับสู่มาตรฐานสากล (Strategic Upgrading) จะเห็นได้จากการจัดทำมาตรฐานกลาง ทั้งด้านความปลอดภัย คุณภาพการฝึก และการบริการ พร้อมระบบรับรอง (Certification) และฐานข้อมูลกลาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว รวมถึงการผลักดันมวยไทยเป็นยุทธศาสตร์ชาติผ่านการสร้างแบรนด์ การทำโรดโชว์ และการใช้สื่อดิจิทัล ควบคู่ไปกับการดูแลสวัสดิการนักมวยเพื่อความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ภาครัฐควรกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนามวยไทยในฐานะสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม และภาคเอกชน เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งการฝึก การแข่งขัน การท่องเที่ยว และการตลาดระหว่างประเทศ

2. ควรจัดทำมาตรฐานด้านความปลอดภัย คุณภาพการฝึก การบริการ และจริยธรรมวิชาชีพ พร้อมระบบรับรอง (Certification) สำหรับค่ายมวยและสนามแข่งขัน เช่น Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและยกระดับภาพลักษณ์สู่สากล

3. ควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างค่ายมวย ผู้ประกอบการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเส้นทางและแพ็คเกจที่เชื่อมโยงการฝึกซ้อม การเรียนรู้วิถีไหว้ครู การชมการแข่งขัน และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เดียวกัน อันจะช่วยกระจายรายได้และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยอย่างเป็นระบบ เช่น รายได้ทางตรง ทางอ้อม และทางเหนี่ยวนำ รวมถึงการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าในพื้นที่สำคัญอย่าง Bangkok และ Phuket เพื่อสร้างฐานข้อมูลเชิงประจักษ์รองรับการกำหนดนโยบายระดับชาติ

2. ควรศึกษารูปแบบการบริหารจัดการ การตลาด และการสร้างประสบการณ์ของสนามมวยชั้นนำ เช่น Rajadamnern Stadium และ Lumpinee Boxing Stadium เปรียบเทียบกับค่ายมวยในจังหวัดท่องเที่ยวอื่น เพื่อสังเคราะห์ต้นแบบ (Best Practice Model) ที่สามารถขยายผลสู่ระดับภูมิภาคได้

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขร. (2555). *แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวตลาดใหม่*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *ประมวลกฎหมายท่องเที่ยวและกีฬา*. พิมพ์ครั้งที่ 1, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.



- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2560 - 2564). สืบค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2567, จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=312
- ขวัญชนก สุวรรณพงศ์ (2567) วิจัยเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจและการรับรู้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 14(1), 308-330.
- จรัสเดช อุลิต. (2547). *มวยไทย*. ภาพสีนู้ : ประสานการพิมพ์.
- ชาญณรงค์ สุขงา. (2545). *คู่มือการสอนมวยไทยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- ชินพรรณ อธิชัยวรานนท์, อีรพล กาญจนากาศ, ณฐนนท ทวีสิน และเกียรติยศ ระวะนาวิก. (2568). การขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐโดยใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม. *Journal of Spatial Development and Policy*, 3(3), 101-110.
- ตรีวัฒน์ มีสมศักดิ์. (2566). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด. *วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา*, 14(2), 58-67.
- ธีรวัฒน์ ยัวยิ้ม, ธรรมพร ตันตรา และ สุริยจรัส เตชะตันมินสกุล. (2567). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการสร้างความร่วมมือของภาคส่วนเพื่อนำมวยไทยสู่การเป็นกีฬาโอลิมปิก การเป็นมรดกโลกและสนับสนุนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการส่งออกและการท่องเที่ยว. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, 7(2), 1-14.
- นิสาชล นิลประดิษฐ์. (2568). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยในเขตภูมิภาคตะวันออก. *Academic Journal of Thailand National Sports University*, 17(2), 149-160.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เพชรศรี นนท์ศิริ และชญา ณรงค์ฤทธิ์. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานในรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 11(2), 15-26.
- รัชพงษ์ แก้วพันธุ์. (2561). รูปแบบการจัดการมหรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 13(2), 37-50.
- วัชร เชียงกุล. (2560). การประเมินประสิทธิผลการดำเนินงานปัจจัยที่ควรพิจารณาด้านการตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11 (ฉบับพิเศษ), 124-138.
- วีรพล เจียมวิสุทธิ์. (2560). สัญญะกับการสื่อสารอัตลักษณ์ในตราเครื่องหมายสัญลักษณ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 10(1), 2077-2092.
- ศิริชัย นาคอุดม และรุ่งรวี จิตภักดี. (2561). ความสามารถในการแข่งขันของกิจกรรมเพื่อสังคมของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 13(2), 111-120.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โอกาสของไทยในตลาดอาเซียน*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- ไศรยา หอมชื่น. (2551). *กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียที่นำจับตามองภายในปี 2012*. [จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 2)]. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com>
- สมบัติ บัญชาเมฆ และสุริยจรัส เตชะตันมินสกุล. (2567). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนาบัวขาววิลเลจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของโลกด้านการศึกษาการเกษตรอาหารปลอดภัยและศิลปวัฒนธรรมมวยไทยตามแนวทางการทำธุรกิจเพื่อสังคมและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*, 7(1), 147-161.



- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2540). *ศิลปะมวยไทย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- Gibson. J.M.E. (1998). *Using The Delphi Technique to identify the content and context of nurses' continuing professional development needs*. Journal of clinical Nursing.
- Tapper, R., & Font, X. (2004). *Tourism supply chains: Report of a desk research project for the Travel Foundation*. The Travel Foundation.