

**แนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน
โดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นมวยสุพรรณภูมิ (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว)
สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายปลายทางหลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค
Guideline for Developing Sport Connectivity in ASEAN Based on Local
Suvarnabhumi Martial Arts (Thailand, Laos, Cambodia and Myanmar)
toward Many Experiences in One Destination**

ชาญชัย ยมดิษฐ์

สาขาวิชามวยไทยศึกษาและพลศึกษา วิทยาลัยมวยไทยศึกษาและการแพทย์แผนไทย

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

E-mail: dryomdit_mcru@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยสุพรรณภูมิ 2) ศึกษาศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ 3) พัฒนากลไกในการเชื่อมโยงประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ 4) เสนอแนะแนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ และ 5) จัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ ชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยที่ได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ จำนวน 446 คน และชาวต่างประเทศที่มาชมมวย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าเอฟ (f-test) เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ตัวแทนประธานสมาพันธ์มวย หัวหน้าค่ายมวย และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 35 คน ร่วมกับการสนทนากลุ่มย่อยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 20 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยในประเทศไทยส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกในสถานที่ฝึกมวย (ร้อยละ 51.16) นักท่องเที่ยวที่มาเรียนมวยในประเทศพม่าส่วนใหญ่มาฝึกมวยแลตเวย์ (ร้อยละ 43.21) นักท่องเที่ยวที่มาชมการแข่งขันมวยในประเทศไทยส่วนใหญ่เดินทางมาชมมวยไทยเพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 46.51) นักท่องเที่ยวที่มาชมการแข่งขันมวยในประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน (ร้อยละ 40.00) ด้านศักยภาพและโอกาสของสนามมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) สนามมวยในประเทศกัมพูชาภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

($\bar{X} = 3.08$) และสนามมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ค่ายมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) กลไกประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ได้แก่ มีมุมมองเหมือนกัน มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน กำหนดกลไกและการจูงใจ จัดหาทรัพยากร และให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิก โดยมีเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิที่สำคัญ 5 เครือข่าย ได้แก่ เครือข่ายมวยสมัครเล่น เครือข่ายกีฬามวยอาชีพ เครือข่ายระหว่างบุคคล เครือข่ายธุรกิจมวย และเครือข่ายด้านวัฒนธรรม แนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาคือ แยกกีฬาออกจากวัฒนธรรม ปกป้องกันแบบมีส่วนร่วม สร้างองค์กรเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ จัดทำกติการ่วมกัน วางแผนทำงานร่วมกัน จัดหางบประมาณสนับสนุนภารกิจของเครือข่าย และจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้านแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ มีจำนวน 7 แผน ได้แก่ แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ แผนการบริหารจัดการ แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน แผนการแบ่งปันทรัพยากร แผนการตลาด และแผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงกีฬา / มวยสุวรรณภูมิ / ภูมิภาคอาเซียน

Abstract

The purposes of the study were to 1) explore the characteristics, behaviors, and preferences of Suvarnabhumi martial arts tourists, 2) examine the potential and opportunity in developing sports tourism, incorporating Suvarnabhumi martial arts, 3) develop mechanism in linking an ASEAN regional network of sports tourism, incorporating Suvarnabhumi martial arts, 4) propose a guideline for sports tourism networking in ASEAN, incorporating Suvarnabhumi martial arts, and 5) develop a management plan of the tourism network. In the study, mixed methods was used for qualitative and quantitative data collection. With regard to quantitative data, a questionnaire was carried out to two sample groups. First group were 446 foreign trainees of Suvarnabhumi martial arts, validated by statistical analysis software, and the second group consisted of 400 foreign audiences of Suvarnabhumi martial art fighting. Data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation and f-test. In terms of qualitative data, in-depth interview was a tool conducted with 35 key informants including Chairman of

Thai Boxing Association, headmasters of Thai Boxing camps, and experts. Focus group discussion was also administered with 20 experts to gather insightful information. The qualitative data were eventually analyzed by using content analysis.

Findings were discovered in several key points as follows: most of the Thai boxing trainees required optimal facilities in a training camp (51.16 percent); the tourists travelled to Myanmar had the aim to learn Lethwei (43.21 percent); the tourists of Thailand travelled for attending Thai Boxing spectacles (46.51 percent); the tourists of Cambodia basically travelled for individuals' pleasure (40 percent); the developmental potential and competitive opportunity of Thai boxing in Thailand was revealed at a high level ($\bar{X} = 3.73$); those of Cambodia Boxing was revealed at a medium level ($\bar{X} = 3.08$); those of Myanmar was rated at a high level ($\bar{X} = 3.53$); the developmental potential and competitive opportunity of Thai Boxing camps were rated at a high level ($\bar{X} = 4.16$); those of Myanmar were rated at a high level ($\bar{X} = 3.76$); the mechanisms in linking the sports tourist network consisted of (1) setting of common perspectives towards the sport, (2) setting of common visions, (3) setting of mechanism and motivation, (4) setting of resources provision, and (5) providing support for alliance countries. There were 5 members in the network namely, amateur Thai boxing group, professional Thai boxing group, individual Thai boxing group, business Thai boxing group, and cultural network group. The guideline in developing a sports tourism network was to (1) separate sports and culture, (2) provide corporative consultancy, (3) set up Suvarnabhumi martial arts network, (3) define network regulations, (4) develop cooperative plans, (5) gather budget to support network business, and (6) design activities to promote the plan of Suvarnabhumi martial arts network. In terms of planning, there were 7 plans for Suvarnabhumi martial art network, which contained (1) a plan for knowledge sharing, (2) a plan for setting up an organization of Suvarnabhumi martial arts (3) a plan for management, (4) a plan for support sourced from across private and public sectors in the region, (5) a plan for resource sharing, (6) a plan for marketing, and (7) a plan for establishing Suvarnabhumi martial arts network, integrating tourism.

Keywords: Sports tourism / Suvarnabhumi martial arts / ASEAN region

บทนำ

มวยไทยเป็นสื่อกวีวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ไทยในสายตาชาวโลกที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมและประสบการณ์ท้องถิ่น (Local experience) ถือเป็นโอกาสของประเทศไทยที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรมจะใช้ศิลปะการต่อสู้มวยไทยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สายตาชาวโลก สามารถสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาวเป็นนโยบายเชิงรุก เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ได้หลากหลาย นอกจากนี้ มวยไทยยังสามารถใช้เป็นแก่นกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน ในฐานะเป็นมรดกร่วมที่ยึดโยงความสัมพันธ์ของผู้คนในภูมิภาคที่มีศิลปะการต่อสู้คล้ายคลึงกันตามประวัติแห่งชนชาติและเผ่าพันธุ์ ซึ่งเป็นการต่อสู้แบบถึงตัวและไม่ได้คำนึงถึงรูปแบบและลีลาแต่มุ่งผลเพื่อป้องกันชีวิตตนเองและชีวิตผู้คนในการปกครอง จนกระทั่งเกิดการรวมชาติสร้างอาณาจักรแถบพื้นที่คาบสมุทรอินโดจีน หรือพื้นที่สุวรรณภูมิ ทั้งนี้สุวรรณภูมิเป็นชื่อเรียกดินแดนที่มีการกล่าวถึงในคัมภีร์โบราณหลายฉบับในทางพระพุทธศาสนา (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2561) ซึ่งคำว่า สุวรรณภูมิ มีความหมายว่าแผ่นดินทอง ดินแดนสุวรรณภูมิ จึงแปลว่า ดินแดนแห่งทองคำ หมายถึง ดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ เมื่อพิจารณาจากแผนที่โลก สุวรรณภูมิปรากฏในวรรณกรรมโบราณทางเอเชียใต้ โดยราว 2,000–3,000 ปี และบริบทของการเป็นเมืองที่ค้าขายทางทะเลที่มั่งคั่งและอุดมสมบูรณ์ จึงน่าจะสันนิษฐานได้ว่า สุวรรณภูมิ คือส่วนที่เป็นแผ่นดินได้แก่ ประเทศพม่า ลาว ไทย กัมพูชา ซึ่งมีศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิของแต่ละประเทศเรียกชื่อแตกต่างกันแต่มีความคล้ายคลึงกันเป็นการต่อสู้ที่ถ่ายทอดต่อมาจากศิลปะการต่อสู้ของชาวอินเดีย (พจนก กาญจนจันทร์. 2555, หน้า 36) มวยพม่าโบราณ เรียกว่า แลตเวย์ (Burmese Lethwei) ใช้ทุกส่วนของร่างกายและศีรษะเป็นอาวุธในการต่อสู้ มีการคาดเชือกที่มือสำหรับต่อสู้มวยประดัลเสรี (Pradal Seri) เป็นศิลปะการต่อสู้ของชาวเขมรที่ใช้มวยทุบทุกส่วนต่อสู้และคาดเชือกที่มือ สำหรับต่อสู้มวยลาว (Lao kick boxing) เน้นการรำยรำ อ่อนช้อย สวยงาม (ธรรมสรณ์ ตันกายา. 2560, หน้า 115–140) ส่วนมวยไทย (Muaythai) เป็นศิลปะการต่อสู้ของชนชาติไทยที่ใช้หมัด เข่า เข้ม และศอก โดยมีกติกาในการแข่งขัน (ราชบัณฑิตยสถาน. 2556, หน้า 883)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบนฐานวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน และเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังที่คณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2560, หน้า 18) กำหนดในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ข้อ 3.2 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน (พ.ศ. 2559-2568) ได้มุ่งเน้นการผลักดันการบูรณาการของอาเซียนในทุกมิติอย่างสมบูรณ์โดยมุ่งพัฒนาการตลาดมาตรฐานคุณภาพ ทรัพยากรมนุษย์ เชื่อมต่อการลงทุน และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

และวัฒนธรรมระหว่างประเทศในภูมิภาค ในยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาอาเซียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยมีกลไกและองค์กรเครือข่ายตลอดจนแนวทางวิธีการบริหารจัดการเครือข่าย เพื่อนำไปสร้างแผนการบริหารจัดการการเชื่อมโยงเข้าถึงของมวยสุพรรณภูมิเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำจุดเด่นของมวยไทยอันเป็นเอกลักษณ์บูรณาการความเชื่อมโยงโดยใช้วัฒนธรรมท้องถิ่น (มวยไทย มวยพม่า มวยเขมร และมวยลาว) สู่การเป็นหนึ่งจุดหมายหลายประสบการณ์ขยายฐานการท่องเที่ยวในภูมิภาค ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสให้ไทยก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน เป็นผู้นำของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และเป็นแนวทางให้รัฐบาลไทย พม่า กัมพูชา และลาว ได้ใช้พัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มวยสุพรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ
3. เพื่อพัฒนากลไกในการเชื่อมประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ
5. เพื่อจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ แบ่งตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

1.1 วิธีการเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนการชกมวยในค่ายมวยของ 4 ประเทศ คือ ไทย กัมพูชา พม่า และลาว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญพบ (Accidental sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของโคเชรัน (W.G. Cochran)

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 (กลยา วาณิชย์บัญชา. 2554) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 คน ปรับเพิ่มขนาดตัวอย่างเพื่อป้องกันการสูญเสียและผิดพลาดของข้อมูลร้อยละ 11 (อรุณ จิรวินน์กุล. 2551) จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 465 คน

1.1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยใน 4 ประเทศ คือ ไทย กัมพูชา พม่า และลาว เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของโคแรน (W.G. Cochran) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 (กลยา วาณิชย์บัญชา. 2554) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 368 คน ปรับเพิ่มขนาดตัวอย่างเพื่อป้องกันการสูญเสียและผิดพลาดของข้อมูลร้อยละ 3 (อรุณ จิรวินน์กุล. 2551) จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2555, หน้า 22)

1.2 วิธีการเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) หัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการค่ายมวย ผู้จัดการแข่งขันมวยตัวแทนสมาคม องค์กรมวย และบริษัทธุรกิจนำเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 35 คน และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) จำนวนทั้งสิ้น 20 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมและมาเรียนมวยสุพรรณภูมิ และประเทศในแถบสุพรรณภูมิ 4 ประเทศ คือ ไทย กัมพูชา พม่า และลาว

2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุพรรณภูมิ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึงค่ายมวย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณค่า ชื่อเสียง สิ่งดึงดูด ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาแบบผสมวิธี (Mixed method) เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative data) และเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่นำมาใช้คือ แบบสอบถาม มีจำนวน 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 ใช้เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยใน 4 ประเทศ ลักษณะแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาเรียนมวย ทั้ง 2 ส่วนมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และส่วนที่ 4 ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยและสนามมวย มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า 5 ระดับ **ชุดที่ 2** ใช้เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมมวยใน 4 ประเทศ ลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมาชมมวย ทั้ง 2 ส่วนมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ และส่วนที่ 4 ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยและสนามมวย มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า 5 ระดับ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง คือ หัวหน้าค่ายมวย ผู้จัดการค่ายมวย ผู้จัดการแข่งขันมวย ตัวแทนสมาคม องค์กรมวย และบริษัทธุรกิจนำเที่ยว รวมทั้งการคัดเลือกบุคคลอื่น ๆ ตามคำแนะนำ (Snow ball) และสนทนากลุ่มย่อยมวยสุวรรณภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณดำเนินการโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนชมมวยในค่ายมวยและมาชมการแข่งขันมวย (เชิงคุณภาพดำเนินการโดยวางแผนการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มย่อยผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลและกำหนดวันสัมภาษณ์หรือจัดสนทนากลุ่มย่อย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และข้อมูลที่แสดงความต้องการ พฤติกรรม ศักยภาพและโอกาสของสนามมวยและค่ายมวย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติอ้างอิงทดสอบความแปรปรวน (f-test) ทดสอบค่าเฉลี่ยของศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยทั้ง 4 ประเทศ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยด้วยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ใช้ข้อคำถามรายข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550) และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาช ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.91

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ การจำแนกประเภทข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล และสังเคราะห์เป็น บทสรุปในประเด็นต่าง ๆ ตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลโดยการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data triangulation) (สุภากร์ จันทวานิช. 2551) คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และการสนทนากลุ่มย่อย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ ดังนี้

1. คุณลักษณะ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเพื่อการ เรียนรู้มวยสุพรรณภูมิ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนการชกมวย ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มาเรียนการชกมวยในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55.33) มีอายุระหว่าง 30-34 ปี (ร้อยละ 26.74) เดินทางมาจากทวีปเอเชีย (ร้อยละ 38.37) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 47.21) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ระหว่างที่เรียนมวย ในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 34.65) ด้านความต้องการ ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับโปรแกรมการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางไปพม่า (ร้อยละ 18.14) วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยว คือ ฝึกมวยไทย (ร้อยละ 45.12) และมวยตามรายการ ในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่ต้องการเรียนคือ มวยไทย (ร้อยละ 88.84) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยว ที่มาเรียนการชกมวยในประเทศพม่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 81.25) มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 56.25) เดินทางมาจากทวีปเอเชีย (ร้อยละ 50.00) และ มาจากประเทศอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น (ร้อยละ 18.75) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 68.75) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน ระหว่างที่เรียนมวยในประเทศพม่า มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 50.00) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับโปรแกรมการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวคือ ฝึกมวยแลตเวย์ (ร้อยละ 43.21) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการมากที่สุด คือ ความสะดวกในสถานที่ฝึกมวย (ร้อยละ 81.25)

1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวย ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.41) มีอายุ ระหว่าง 25-29 ปี (ร้อยละ 26.45) เดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 58.72) ด้านพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 45.93) ระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทยใช้รถยนต์- ของบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 45.64) วัตถุประสงค์ของการเดินทางคือ ชมมวยไทย (ร้อยละ 46.51) การเดินทางมาชมมวยไทยส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาชมมวย (ร้อยละ 57.26) ค่าใช้จ่ายในการมา

เที่ยวระหว่าง 3,001-4,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 31.40) ส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก (ร้อยละ 77.32) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความต้องการในสนามมวย คือ บุคลากรมีอัตราดี (ร้อยละ 44.48) มวยในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่ต้องการชมคือ มวยไทย (ร้อยละ 37.21)

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศพม่าเป็นเพศชายเท่ากับเพศหญิง (ร้อยละ 50.00) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 66.67) มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 100) วัตถุประสงค์ของการเดินทางคือ ทุกคนมาเพื่อชมมวย (ร้อยละ 100) ทุกคนมีค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวระหว่าง 1,001-2,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 100) ส่วนใหญ่เดินทางมาชมมวย (ร้อยละ 74.43) และทุกคนจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาชมมวย (ร้อยละ 100) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความต้องการในสนามมวย คือ ตัวราคาไม่แพงมีจำนวนเท่ากับสถานที่มาตรฐานและมีความพร้อม (ร้อยละ 50.00)

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 58.00) มีอาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน (ร้อยละ 50.00) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 30.00) เดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 72.00) และมาจากประเทศอังกฤษ (ร้อยละ 22.00) ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 64.00) วัตถุประสงค์ของการเดินทางคือพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 40.00) ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวระหว่าง 1,001-2,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 50.00) และทุกคนจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาชมมวย (ร้อยละ 100) ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวมีความต้องการในสนามมวยคือ ส่วนใหญ่ต้องการให้มีตัวราคาไม่แพง (ร้อยละ 82.00) มวยในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่ต้องการชมคือมวยไทย (ร้อยละ 42.00)

2. ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้ศิลปะการต่อสู้มวยสุวรรณภูมิ

2.1 ศักยภาพของสนามมวย ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพและโอกาสของสนามมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ศักยภาพและโอกาสของสนามมวยในประเทศกัมพูชาภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) และศักยภาพและโอกาสของสนามมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า สนามมวยของประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสที่ดี จึงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้มาก เช่นเดียวกับสนามโอลิมปิกสเตเดียมของกัมพูชามีศักยภาพและโอกาสที่ดีเช่นกัน เพราะมวยประดัลเสรีหรือมวยकुन्दะแมร์มีความเชื่อมโยงกับศาสนาที่นครวัดนครธม ควรเชื่อมโยงมวยकुन्दะแมร์หรือมวยประดัลเสรีเข้ากับศิลปวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของกัมพูชา สำหรับสนามมวยในประเทศพม่ามีศักยภาพและโอกาสที่ดี เพราะมีสนามมวยที่ได้มาตรฐาน ในขณะที่ประเทศลาวไม่มีสนามมวยที่มีมาตรฐาน

2.2 ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวย ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เช่นเดียวกับศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ในขณะที่ศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในประเทศกัมพูชาและลาวไม่ปรากฏข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ค่ายมวยของประเทศไทยที่เปิดสอนชาวต่างประเทศมีศักยภาพสูง อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้อย่างดีเกือบทุกค่าย เช่นเดียวกับประเทศพม่าที่ค่ายมวยแลตเวย์มาประยุกต์ในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ กรณีของประเทศกัมพูชาและลาวยังไม่มีศักยภาพมากนัก แต่นักมวยกัมพูชาค่อนข้างแข็งแรง ชกคู่ต่อสู้มีจุดขายที่ตอก โอกาสของค่ายมวยในประเทศกัมพูชายังพอมีช่องทางพัฒนาให้เติบโตและเชื่อมโยงกับอาเซียนได้ สำหรับประเทศลาวสามารถพัฒนาศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยเชื่อมโยงกับอาเซียนได้เช่นกัน แต่ต้องเชื่อมโยงกับสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ

3. กลไกในการเชื่อมประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ

ผลการวิจัย พบว่า การเชื่อมประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ สามารถผลักดันให้เกิดเป็นเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ ประกอบด้วยเครือข่ายที่สำคัญ 5 เครือข่าย คือ

3.1 เครือข่ายการแข่งขันกีฬาระดับภูมิภาค ได้แก่ เครือข่ายด้านกีฬามวยไทยสมัครเล่น

3.2 เครือข่ายกีฬามวยอาชีพทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก มีการรวมตัวกันในแต่ละประเทศ

3.3 เครือข่ายระหว่างบุคคล เป็นความสัมพันธ์ของบุคคลที่เป็นตัวแทนทำให้มีการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น นักธุรกิจมวย ผู้จัดการรายการมวย หัวหน้าค่ายมวย ฯลฯ

3.4 เครือข่ายธุรกิจมวยจัดแข่งขันในประเทศไทย ถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ไปยังประเทศเพื่อนบ้านแถบสุวรรณภูมิ ทำธุรกิจมวยขายโฆษณาาร่วมกัน ทำให้สามารถทำการตลาดให้กับธุรกิจที่สนับสนุนรายการมวยเติบโตมากยิ่งขึ้น

3.5 เครือข่ายด้านวัฒนธรรม เป็นการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมร่วมกัน เช่น การจัดการแข่งขันมวยคาดเชือก การแข่งขันมวยแลตเวย์ที่เมืองย่างกุ้ง การจัดเซมเมอร์-ไทยไฟท์ เชิญประเทศเพื่อนบ้านร่วมแข่งขัน

กลไกการขับเคลื่อนเครือข่ายดังกล่าว ได้แก่ การมีมุมมองเหมือนกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การกำหนดกลไกและการจูงใจ การจัดหาทรัพยากร และการให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิก

4. แนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางและวิธีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียนโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ มีแนวทางที่สำคัญคือ การแยกกีฬากับวัฒนธรรมออกจากกัน การปรึกษาหารือกันแบบมีส่วนร่วม การสร้างองค์กรเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ การจัดทำกติการ่วมกันเพื่อนำไปปฏิบัติ วางแผนการทำงานร่วมกัน จัดหางบประมาณสนับสนุนภารกิจของเครือข่าย จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิและส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดทำกิจกรรมเผยแพร่ความรู้มวยสุวรรณภูมิ จัดกิจกรรมเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นของแต่ละประเทศ ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์มวยสุวรรณภูมิ ร่วมผลักดันกีฬามวยสู่โอลิมปิก

5. การจัดทำแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ

ผลการวิจัย พบว่า แผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุวรรณภูมิ แบ่งออกเป็น 7 แผน ได้แก่

5.1 แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย การจัดสัมมนา ความเห็นร่วมในแต่ละประเทศ การจัดทำตำรามวยสุวรรณภูมิ การจัดสัมมนากำหนดเป้าหมายร่วมกันและสร้างการยอมรับในระดับสาธารณะ การจัดนิทรรศการจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ และการจัดกิจกรรมแข่งขัน

5.2 แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย การจัดหาเจ้าภาพในการประชุมแต่ละครั้ง การจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิโดยแต่ละประเทศมีเกียรติและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกัน และการจัดทำกฎกติการ่วมกันเพื่อใช้ในการแข่งขันและการบริหาร

5.3 แผนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การบริหารแผนงานและกิจกรรม การจัดโครงสร้างองค์กร การพัฒนาบุคลากร การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินการ และการประสานกิจกรรมเครือข่าย

5.4 แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ประกอบด้วย การสนับสนุนงบประมาณ การสนับสนุนบุคลากร การสนับสนุนเทคโนโลยี และการสนับสนุนการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ

5.5 แผนการแบ่งปันทรัพยากรอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม ประกอบด้วย การใช้บุคลากร การใช้งบประมาณ ความรู้และวิธีการปฏิบัติงาน เทคโนโลยี และทักษะความสามารถ

5.6 แผนการตลาด ประกอบด้วย การประกอบธุรกิจมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว

5.7 แผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การบริหารจัดการมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว และการส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยด้านคุณลักษณะ พฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเรียนมวยในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย (ร้อยละ 38.37) เดินทางคนเดียว (ร้อยละ 47.21) วัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวคือฝึกมวยไทย (ร้อยละ 45.12) นักท่องเที่ยวที่มาเรียนการชกมวยในประเทศพม่าส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปเอเชีย (ร้อยละ 50.00) วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศไทย ส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 58.72) มีความต้องการในสนามมวย บุคลากรมีอัธยาศัยดี (ร้อยละ 44.48) มวยในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่ต้องการชมคือ มวยไทย (ร้อยละ 37.21) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศพม่าทั้งหมดเดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 100) วัตถุประสงค์ของการเดินทางคือ ชมมวย (ร้อยละ 100) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาชมการชกมวยในประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เดินทางมาจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 72.00) วัตถุประสงค์ของการเดินทางคือพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 40.00) มีความต้องการในสนามมวยคือตั๋วราคาไม่แพง (ร้อยละ 82.00) มวยในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่ต้องการชมคือมวยไทย (ร้อยละ 42.00)

ด้านศักยภาพและโอกาสของสนามมวยแต่ละประเทศ พบว่า สนามมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) สนามมวยในประเทศกัมพูชาภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) และสนามมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ส่วนศักยภาพและโอกาสของค่ายมวยในแต่ละประเทศ พบว่า ค่ายมวยในประเทศไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ค่ายมวยในประเทศพม่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$)

สำหรับกลไกการประสานให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเชื่อมโยงในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้มวยสุวรรณภูมิ ได้แก่ การมีมุมมองเหมือนกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การกำหนดกลไกและการจูงใจ การจัดหาทรัพยากร และการให้ความช่วยเหลือประเทศสมาชิก แนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬา คือ การแยกกีฬากับวัฒนธรรมออกจากกัน การปรึกษาหารือกันแบบมีส่วนร่วม การสร้างองค์กรเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิ การจัดทำกติการ่วมกันเพื่อนำไปปฏิบัติ วางแผนการทำงานร่วมกัน จัดหางบประมาณสนับสนุนภารกิจของเครือข่าย และจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีแผน จำนวน 7 แผน ได้แก่ แผนการสร้างความรู้ความเข้าใจมวยสุวรรณภูมิ แผนการจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ แผนการบริหารจัดการ แผนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน แผนการแบ่งปันทรัพยากร แผนการตลาด และแผนการเชื่อมโยงมวยสุวรรณภูมิกับการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยที่พบว่า วัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มาเรียนชกมวยและมาชมมวยในแต่ละประเทศคือ มาฝึกมวยและชมมวย อธิบายได้ว่ามวยสุวรรณภูมิเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว

ที่มีความสวยงาม มีประวัติความเป็นมา มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น (Wikipedia. 2018) ดังเช่นมวยไทยที่ยึดความเป็นศิลปะ มีความสวยงามในการออกท่าทาง โดยใช้ อวัยวะทุกส่วนในการชกมวย ใช้อาวุธหมัด เท้า เข่า ศอก ได้มากกว่าศิลปะอื่น ๆ (สุชาติ อธิวัตรรณพงศ์. 2551, หน้า 97) ประกอบกับผลการวิจัยที่พบว่า ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ด้านสนามมวยและค่ายมวยของแต่ละประเทศมีโอกาสดีที่ทั้งความสะดวกในการเข้าถึง การมีคุณค่า มีชื่อเสียง และมีสิ่งดึงดูดใจ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาฝึกมวยและมาชมมวยไปพร้อมกับการเยี่ยมชมสถานที่โดดเด่นของแต่ละประเทศด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของรายาศิต เต็งกุสุลย์มาน วรธนา พิทักษ์ศานต์ และกานตินุช สติธมนัส (2554, หน้า 85) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการดำเนินธุรกิจมวยไทยของพื้นที่อันดามัน ทั้งด้านเวทีมวย ค่ายมวย และเส้นทางท่องเที่ยว

2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลไกและการสร้างเครือข่ายมวยสุวรรณภูมิสามารถเชื่อมโยงกันให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้เพราะแต่ละภูมิภาคจะมีตราสินค้าของตนเองแตกต่างกันไป กีฬาอาจจะเป็นสิ่งแสดงออกมาเป็นวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Higham. 2005, p. 5) อันเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ ดังผลการวิจัยของพพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐุมศิริกุล (2556, หน้า 38) ที่พบว่า สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพักในระยะเวลา นานขึ้น สามารถทำให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นลำดับต่อไปได้

3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางและวิธีพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เสนอให้ แยกกีฬากับวัฒนธรรมออกจากกัน เป็นเพราะปัจจุบันมีข้อขัดแย้งในเรื่องจัดกีฬาภูมิภาคทำให้ไม่สามารถตกลงกันได้ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของทานห์ (Thanh. 2017, p. 219) ที่พบว่า กีฬาและการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงที่ไม่สามารถแยกจากกัน อย่างไรก็ตาม การจัดตั้งองค์กรมวยสุวรรณภูมิ เน้นเชิงวัฒนธรรมอันหลากหลายของภูมิภาคเป็นหลัก มุ่งนำเสนอวัฒนธรรมมวยของแต่ละประเทศที่มีความงดงาม อ่อนช้อย แต่แฝงด้วยความดุเดือด แข็งแรง โดยภาครัฐและเอกชนต้องเข้ามา มีบทบาท สนับสนุนการจัดแข่งขันทั้งในด้านกีฬาและการท่องเที่ยว เป็นการนำมวยไทย มวยพม่า มวยลาว และมวยเขมร เข้ามาเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ แข่งขันชกมวย จะช่วยให้มวยสุวรรณภูมิเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้การท่องเที่ยวได้อย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของเอ็ดแดร์ค และมามอน (Edrak & Maamon, 2016, pp. 1-11) ที่พบว่า การแข่งขันกีฬาระหว่างประเทศเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของมาเลเซีย และพม่า (Phuong, 2014, p. 116) ที่พบว่า การจัดแข่งขันกีฬาดึงดูดความสนใจจากสื่อ การลงทุน และความสนใจทางการเมือง

4. ผลการวิจัยเกี่ยวกับแผนการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยใช้มวยสุพรรณภูมิ เป็นการนำกิจกรรมด้านกีฬาในภาคการท่องเที่ยวมาขยายและสร้างกิจกรรมให้เกิดความหลากหลายในความแตกต่าง เช่น ด้านสถานที่ ด้านกิจกรรม (Event) ช่วยให้เกิดการประชาสัมพันธ์สถานที่ของงาน แสดงถึงโอกาสในการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสถานที่จัดงาน สร้างผลกำไร และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวได้ (Barandela, Barajas, Alen & Fernandez. 2014) รวมทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายท่องเที่ยววิถีไทยของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) (คณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ. 2560) เพราะสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เน้นการมาใช้ชีวิตอยู่กับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยใช้เวลากับพื้นที่ที่แปลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของวัฒนธรรมเป็นระยะเวลาหนึ่ง จึงทำให้มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมและปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถแข่งขันได้ทั่วโลก

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อค้นพบเกี่ยวกับศักยภาพและโอกาสของมวยไทยที่มีสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในแถบสุวรรณภูมิ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ จึงควรนำเสนออีกสามประเทศให้ร่วมมือกันสร้างเครือข่ายและวางแผนบริหารจัดการมวยสุพรรณภูมิเพื่อการท่องเที่ยว เป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศจากการท่องเที่ยว การเข้าชม และการเรียนมวยสุพรรณภูมิ
2. สถาบันการศึกษาที่ผลิตนักศึกษาด้านการท่องเที่ยวและการเรียนการสอนด้านมวยไทย นำผลการวิจัยไปใช้เป็นสารสนเทศปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนและการวิจัยให้รองรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- คณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี: ไทยเนรมิตกิจอินเตอร์ โพรเกรสซิฟ.
- ธรรมสรณ์ ตันกายา. (2560). ศิลปะการป้องกันตัวของกลุ่มชาติพันธุ์ออสโตรเอเชียติกเพื่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยววัฒนธรรมมวยไทย. คุชชินนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค (สมาธิมวยไทยและศิลปะการป้องกันตัว) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- พจนก กาญจนจันทร์. (2555). จินตนาการ “สุวรรณภูมิ”. ใน สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ (บรรณาธิการ). 25 ปีพิพิธภัณฑสถานธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2530-2555. กรุงเทพฯ: คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สิริวิริยาสาน.
- พบพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐุมศิริกุล. (2556). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. **วารสารธรรมศาสตร์**, 32(1), 35-56.
- ราชบัณฑิตสถาน. (2556). **พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ.ศ. 2555**. (2556). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- รายาศิต เต็งกุสุลย์มาน, วรณา พิทักษ์สานต์, และกานตินุช สติรมนัส. (2554). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการมวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). **สุวรรณภูมิ**. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/สุวรรณภูมิ>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). **เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและการประมาณค่า**. กรุงเทพฯ: กลุ่มระเบียบวิธีสถิติ สำนักงานนโยบายและวิชาการสถิติ.
- สุชาติ อิทธิวรรณพงศ์. (2551). **ภาพลักษณ์มวยไทยในสายตาชาวต่างชาติและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของค่ายมวยไทย**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2551). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ จิรวัฒน์กุล. (2551). **ชีวสถิติสำหรับงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 3). ขอนแก่น: ภาควิชาชีวสถิติและประชากรศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Barandela, J., S., Barajas, A., Alén, E., & Fernández, P., S. (2014). **Modelling of Sport Events and their Use to Increase Tourism and Economic Impact**. Retrieved September 1, 2018, from Sport Tourism Conference 2014 - STC'14. Website: https://www.researchgate.net/publication/282851985_MODELING_OF_SPORT_EVENTS_AND_THEIR_USE_TO_INCREASE_TOURISM_AND_ECONOMIC_IMPACT.
- Edrak, B., Nor, Z. M., & Maamon, N. M. (2016). **Is Sport Tourism Policy still Relevant to the Nation Economic Policy?** Retrieved September 1, 2018, from International Journal of Consumer Policy, 6(1), 1-11. Website: https://www.ripublication.com/ijcp16/ijcpv6n1_01.pdf.
- Higham, J. (2005). **Sport Books Tourism Destination**. Tokyo : Elsevier, Butter Worth- Heinemanu.

- Phuong Anh, D., T. (2014). The Relationship between a Mega Sport Event and the Host Destination. **International Journal of Tourism Sciences**, 14(3), 116-129.
- Thanh, L., Q. (2017). A Study on the Status of Sport Tourism Development in Vietnam. **Journal of Sports Science**, 5(-), 219-226.
- Wikipedia. (2018). **Indochinese_martial_arts**. Retrieved September 23, 2018, from https://wikipedia.org/wiki/Indochinese_martial_arts.